

Draaiboek voor de organisatie van winkel/inzamelacties

Doel: een inzamelactie organiseren met voldoende vrijwilligers die in de winkel kunnen helpen

Inleiding

De Voedselbanken helpen hun klanten door gratis voedsel te geven dat zij ontvangen van voedseldonateurs. Dat zijn supermarkten, bakkers, slagers, fabrikanten en groente- en fruittelers die de voedselbanken ondersteunen en waarmee ze samen voedselverspilling tegengaan. Om dit allemaal voor elkaar te krijgen, werken de voedselbanken met bijna 14.000 vrijwilligers, samen met voedsel- en gelddonateurs.

Voedselbanken krijgen steeds minder donaties binnen omdat bedrijven minder voedsel verspillen, terwijl meer dan 100.000 Nederlanders afhankelijk zijn van de voedselbank. Om extra artikelen te verkrijgen worden winkel/inzamelacties georganiseerd; landelijk door AH en Jumbo en Hoogvliet. Een enkele keer organiseert een lokale voedselbank het zelf met de plaatselijke supermarkten tegelijk.

Tijdens de winkelacties organiseren voedselbanken samen met de supermarkten en de inzet van veel vrijwilligers in zoveel mogelijk winkels een inzameling van houdbare producten. We hebben geleerd dat als er bij een inzameling uitleg gegeven wordt aan klanten van de supermarkt en er persoonlijk contact is, dat dan de opbrengst significant hoger is.

Belangrijk is dus een goede organisatie, om zoveel mogelijk vrijwilligers te krijgen die op de drukke tijden in de supermarkten shifts draaien. Veelgehoord probleem is dat voedselbanken te weinig vrijwilligers kunnen inzetten gedurende deze acties.

Er zijn voedselbanken die geen coördinator hebben om de inzamelacties te organiseren wat resulteert in te weinig vrijwilligers en soms ook niet meedoen met inzamelacties.

Dit terwijl we weten dat de inzamelacties een belangrijke bijdrage leveren aan het totaal van ingezamelde producten. Extra bijvangst is het onder de aandacht brengen van de voedselbank bij het winkelend publiek. En dat kan vervolgens weer nieuwe vrijwilligers opleveren of donaties.

Daarom delen we hierbij een draaiboek wat met veel succes ingezet wordt in de gemeenten Overbetuwe en Lingewaard. De inzamelactie wordt in die gemeenten georganiseerd door verschillende partijen samen, zoals serviceclubs en kerkgenootschappen. Het draaiboek is toegespitst op de organisatie van 1 hele grote dag met veel supermarkten tegelijk. Vanzelfsprekend haal je eruit wat voor jou van toepassing is; ook als je kleinere inzamelingen organiseert verspreid over meerdere momenten in het jaar. Dit draaiboek is verder aangevuld met opgedane ervaringen door verschillende voedselbanken, klein, middelgroot en groot in de afgelopen jaren.

Wat moet er geregeld worden voor het organiseren van een winkel/inzamelingsactie?

1. Formeren van een kernteam
2. Datum bepalen. Of lift mee op de landelijke inzamelacties van bijvoorbeeld AH en Jumbo en bepaal in samenwerking met de lokale supermarkten welke datum/data geschikt zijn.
3. Publiciteit
4. Werven van vrijwilligers
5. Afstemming met de voedselbank
6. Afstemming met supermarkten
7. Aanstellen van coördinatoren
8. Bepalen van de in te zamelen artikelen
9. Collectebussen en QR-codes
10. Ontwerpen en drukken van flyers en posters
11. Maken van rooster voor vrijwilligers en communicatie met vrijwilligers
12. Aanvraag van vergunning (indien nodig) voor kraam buiten (inname van goederen)
13. Regelen muzikale ondersteuning voor extra aandacht (optioneel)
14. Evaluatie: intern, met vrijwilligers en met de supermarkten

Onderstaand worden bovenstaande punten nader toegelicht.

1. Formeren van een kernteam

Formeer een kernteam van enkele leden die zorgdragen dat bovenstaande zaken geregeld worden. Indien je als voedselbank geen capaciteit hebt om dit zelf te organiseren leg dan contact met serviceclubs, verenigingen, (bedrijfs)partners, kerkgenootschappen en vraag hen of zij de organisatie op zich willen nemen. Gewenst/ideaal als ook een bestuurslid/coördinator vrijwilligerswerk van de voedselbank in het kernteam zit. Dit kernteam ontzorgt én creëert brede betrokkenheid en draagvlak in de samenleving. Hun netwerk samen is groot! Dit kernteam start ongeveer 2 maanden voor de actie met de organisatie.

2. Bepalen van een geschikte datum voor voedselbank-actie

Lift mee op de landelijke inzamelacties van bijvoorbeeld AH, Jumbo en Hoogvliet; deze acties worden door beide supermarkten 2x per jaar georganiseerd; AH in februari en september en Jumbo in juni en november. Veelal duren deze acties een week.

3. Publiciteit

Publiciteit is van groot belang om vrijwilligers te werven en de actie onder de aandacht te brengen. Lokale kranten en -omroepen, websites/informatiebladen van verenigingen en kerkgenootschappen en social media zijn hierbij geschikte kanalen. Aarzel niet een vooraankondiging te doen 6 weken voorafgaand aan de



VOEDSELBANKEN.NL

actie en meteen een oproep te plaatsen voor vrijwilligers (Heb je vrijdag/zaterdag datum 2 à 3 uur tijd om ons te helpen met de voedselbankactie in jouw supermarkt?). Daarna ongeveer 2 weken voor de actie om de laatste vrijwilligers te werven en de actie als geheel te communiceren. In de week volgend op de actie is het goed in de media te communiceren wat de opbrengst is geweest (bedankje aan vrijwilligers én winkelend publiek!). Een filmpje met een sfeerimpressie is leuk om te gebruiken om alle betrokkenen te bedanken voor hun inzet en bijdragen, maar ook bij acquisitie om het aantal deelnemende vrijwilligers en supermarkten uit te breiden voor volgend jaar. Ook regionale zenders zijn vaak bereid deze actie als topic op te nemen, nodig ze uit bij de voedselbank voor een opname en vertel je verhaal, vertel over de actie, vertel dat er altijd vrijwilligers nodig zijn etc....

4. Werven van vrijwilligers

Het is van belang tijdig (uiterlijk 6 weken voor de actie) te starten met het werven van vrijwilligers. Dit kan gericht via bijvoorbeeld het netwerk van verschillende serviceclubs, kerkgenootschappen, bedrijven en verenigingen. Maar denk ook aan statushouders via Vluchtelingenwerk of aan leerlingen van voortgezet onderwijs die een maatschappelijke stage moeten lopen. Ook medewerkers van bedrijven met een maatschappelijke betrokkenheid zijn veelal bereid te helpen. In geval van steden met universiteiten; de studentenverenigingen zijn vaak op zoek naar vrijwilligerswerk wat ze structureel kunnen oppakken. En last but not least; post de vacatures voor vrijwilligers op de vrijwilligersplatformen. De kracht van de inzamelactie is de eenvoud, dus iedereen kan het. Maak voor de werving van de vrijwilligers gebruik van de directe contacten met serviceclubs en verenigingen, roep besturen op dit met een positieve aanbeveling onder de aandacht te brengen van hun leden op de website, via nieuwsbrieven en social mediakanalen.

Door vrijwilligers concreet te vragen maximaal 3 à 4 uur (op een van de actiedagen of wellicht op beide actiedagen) in de supermarkt te staan, is de vraag laagdrempelig en duidelijk. Gebleken is dat 2 uur op 1 dag goed te doen is voor onervaren supermarktvrijwilligers. Twee uur per dag borgt ook dat het leuk blijft en niet omslaat naar een verplichting. Het winkelend publiek geeft graag aan lokale, voor hen bekende vrijwilligers. Bovendien heeft de jeugd een gunfactor.

Vraag vrijwilligers bij hun opgave naam, telefoonnummer, email te vermelden alsmede hun voorkeur voor tijdsblok en supermarkt

5. Afstemming met de voedselbank

Natuurlijk dient de actie te worden afgestemd met de lokale voedselbank. Indien een bestuurslid/vrijwilligers coördinator van de voedselbank in het kernteam zit gaat dit vanzelf.

Is dat niet het geval, dan is onderstaande afstemming cruciaal:

- Zijn er meerdere acties voor de voedselbank die worden georganiseerd?
- Welke artikelen worden ingezameld (zie hiervoor punt 8)?
- Afspraken ten aanzien van het ophalen van de ingezamelde artikelen.
- Beschikbaar stellen van voedselbankkratjes. Als er geen kratjes beschikbaar zijn, kunnen de supermarkten worden gevraagd bananendozen te verzamelen in de weken voorafgaande aan de actiedagen of spreek met de supermarkt af dat je kratten en rolcontainers van hen kan gebruiken die ze achteraf retour krijgen.

- Beschikbaar stellen van banners en hesjes om aandacht te vragen voor de actie en voor de herkenbaarheid van de vrijwilligers
- DE-boxen beschikbaar stellen voor het tijdens de inzamelactie verzamelen van DE-punten.

6. Afstemming met supermarkten

Doe mee met de landelijke winkelacties. Is dat niet het geval, probeer dan zoveel mogelijk supermarkten bij de actie te betrekken. Het zet de actie kracht bij als de gehele gemeente in het teken staat van de inzamelactie. Bovendien worden er dan geen supermarkten uitgesloten en wordt het maximale voordeel uit de organisatie, publiciteit en logistiek gehaald omdat dat toch geregeld moet worden ongeacht het aantal deelnemende supermarkten.

Het is goed om in het gesprek met de supermarktmanager de volgende zaken af te spreken:

- Het kernteam zorgt voor de bemensing. Het kost de supermarkt dus geen arbeidskracht. Wel is het handig om af te stemmen wie aan het begin en ook gedurende de actie het aanspreekpunt van de supermarkt is.
- De artikelen gaan nog dezelfde dag naar de voedselbank, zodat geen opslagruimte van de supermarkt nodig is.
- Er wordt een lijst aangeleverd met de artikelen die ingezameld gaan worden
- Er een tafel/kraampje in de supermarkt wordt ingericht met daarop informatie over de actie, boodschappenlijstje en de in te zamelen artikelen om het voor het winkelend publiek zo makkelijk mogelijk te maken. Indien er geen plek is voor een tafel/kraampje voldoet het ook als vrijwilligers voor de klaphekjes de boodschappenbriefjes uitdelen.
- Afspraken maken wie tijdens de actie de producten in het kraampje aanvult. Zijn dat de vrijwilligers van de voedselbank of de medewerkers van de supermarkt.
- Om de klanten inzicht te geven in de prijzen, is het goed een prijslijst van de artikelen op de kraam te plaatsen.
- Na afloop wordt alles opgeruimd door de vrijwilligers.

7. Aanstellen van coördinatoren

Advies is per supermarkt twee coördinatoren (die per actiedag 4 uur actief zijn) aan te stellen. Zij onderhouden de contacten met de supermarkt, instrueren de vrijwilligers tijdens de actiedagen en zijn het aanspreekpunt voor de kernteamleden bij calamiteiten. De coördinatoren zorgen er eventueel ook voor dat de evaluatieformulieren worden ingevuld als leerlingen deelnemen die een maatschappelijke stage lopen. Door een groepsapp te maken met daarin alle coördinatoren, kan informatie vanuit het kernteam in één keer met alle coördinatoren worden gedeeld.

Organiseer voor de coördinatoren een gezamenlijke informatiebijeenkomst (zie presentatie) om het te informeren over de actie. Als je dit bij de voedselbank doet, kun je dit combineren met een rondleiding zodat de coördinatoren een indruk krijgen wat er zoal gebeurt bij een voedselbank. Dat is indrukwekkend en verbindt.

8. Bepalen van de in te zamelen artikelen

Indien de voedselbank meelift op de landelijke inzamelacties wordt de boodschappenlijst centraal aangeboden met de rest van de flyers en posters. Anders wordt in overleg met de voedselbank de in te zamelen artikelen bepaald. Veelal zijn dit lang houdbare artikelen (> 10 weken). gepresenteerd op de flyer en eventueel geëtaleerd op een tafel/kraam in de supermarkt.

9. Collectebussen en QR-codes

Sommige bezoekers van de supermarkt geven liever geld dan dat ze artikelen moeten uitzoeken. Dit stimuleren we van harte. Met cash kan de voedselbank meer dan met artikelen en het scheelt een hoop logistiek werk. Daarom kan op de tafel in de supermarkt ook een collectebus worden geplaatst met daarop tevens een QR-code om geld te geven of over te maken. Wij adviseren niet actief te gaan collecteren (met de collectebus rond). Dat wordt veelal niet gewaardeerd door de gasten en de supermarktmanager.

10. Ontwerpen en drukken van flyers en poster

Flyers worden uitgereikt aan het winkelend publiek tijdens de actiedagen. De posters worden in overleg enkele weken voorafgaand aan de actiedagen in de supermarkten en overige publieke gebouwen opgehangen om de actie aan te kondigen. De posters worden tevens gebruikt voor social media. Sommige dorpen hebben centrale billboards staan. Ook supermarkten hebben diverse schermen. Goed om op deze billboards/schermen de actie ook aan te kondigen.

Het fijne aan meedoen met de landelijke AH en Jumbo acties is dat de communicatiematerialen (zoals het boodschappenlijstje, posters en social media content) centraal worden ontworpen en aan alle deelnemende voedselbanken en supermarkten worden aangereikt.

Naast een QR-code voor een donatie kan je natuurlijk ook een link plaatsen met een oproep om te kunnen helpen (QR-code naar de vacaturewebsite) of een link naar de informatiepagina voor mensen die zelf voedselhulp nodig hebben.

11. Maken van rooster voor vrijwilligers/ Communicatie met vrijwilligers

Maak een concept en definitief rooster waaruit blijkt wanneer welke vrijwilliger bij welke supermarkt wordt verwacht. Communiceer deze roosters tijdig met de vrijwilligers. Maak als het mogelijk is een mooie mix van jong en oud en vrijwilligers uit verschillende clubs/verenigingen. Stuur gelijk ook informatie over het verloop van de actie en wat er precies van de vrijwilligers wordt verwacht. Denk aan: hoe kan je klanten aanspreken? De producten die ingezameld worden? De opzet in de supermarkt? Aanspreekpunt voor vragen op de dag dat je werkt? Etc. En denk na afloop ook aan het sturen van een bedankmailtje. Vertel wat de totale opbrengst is geweest, vraag om tips en verbeterpunten voor een volgende keer. Communiceer wat de volgende inzameldata zijn en benader deze vrijwilligers voor een volgende actie.

12. Aanvraag van vergunning (indien nodig) voor kraam buiten (inname van goederen)

Bij sommige supermarkten is de ruimte achter de kassa/bij de uitgang te klein om de artikelen in ontvangst te nemen. In dat geval kan een tafel buiten worden geplaatst waar mensen hun artikelen kunnen afgeven. Als deze tafel op gemeentegrond staat, moet hiervoor een vergunning worden aangevraagd. De ervaring leert dat de gemeente hieraan graag haar medewerking verleent.

13. Regelen muzikale ondersteuning voor extra aandacht (optioneel)

In overleg met supermarkt en gemeente kan overwogen worden de actie op bescheiden schaal muzikaal te laten ondersteunen. Dit geeft extra sfeer en genereert extra aandacht.

14. Evaluatie: intern, met vrijwilligers en met de supermarkten

Wat ging goed, wat kan beter, wat moet anders, is behaalde doel behaald, voor herhaling vatbaar, etc.

Enkele sfeerimpressies in de gemeenten Overbetuwe en Lingewaard:

2020: <https://youtu.be/WEjWGhz0FDA>

2021: <https://youtu.be/c76p6w1Vpj0>

2022: <https://youtu.be/sy2qPkNOZ4Q> en <https://youtu.be/Fbgl7YXpVCE>



VOEDSELBANKEN.NL