



# JAARVERSLAG 2018

Voedselbanken Nederland



**VOEDSELBANKEN.NL**

*Oog voor voedsel · Hart voor mensen*

## Inhoud

1	Voorwoord	3
2	2018 - Terugblik in een oogopslag	4
3	Terugblik in detail	6
	3.1 Voedselvererving - prioriteit 1	6
	3.2 Voedselveiligheid - prioriteit 2	7
	3.3 Leden-ondersteuning - prioriteit 3	8
	3.4 Overig	8
4	Spraakmakende acties	10
5	Danny Blind nieuwe ambassadeur	12
6	Vrijwilligers & partners	12
	6.1 Vrijwilligers	12
	6.2 Partners	12
7	Toelichting op de jaarrekening	14
8	Op naar 2019	15
9	Colofon	16

## 1 Voorwoord

We stonden begin 2018 volop in de schijnwerpers. De NOS schonk in het 8 uur journaal aandacht aan de verruiming van onze leefgeldnormen. We durfden een verruiming aan omdat we verwachtten genoeg voedsel in te zamelen om meer klanten te kunnen helpen. Het aantal klanten nam inderdaad toe met 6%.

140.000 Mensen ontvingen afgelopen jaar noodhulp. We zagen dat in toenemende mate zzp'ers en andere werkende armen een beroep op voedselhulp doen. Maar ook het aantal mensen dat na drie jaar nog niet zelfredzaam is, groeit.

We zijn opnieuw beter in staat om voedsel te redden van vernietiging en de gezondheidswaarde van onze pakketten stijgt. Het bevat immers steeds vaker verse groenten, fruit en vlees.

In 2019 gaan we met elkaar een strategische visie ontwikkelen op de volgende vijf jaar. Hoe ziet de voedselbank 2.0. eruit? Wat zou dit betekenen voor onze organisatie en onze klanten? Wij gaan ervan uit dat de komende vele jaren de uitdagingen van voedselverspilling en armoede nog volop aanwezig zullen zijn.

**Leo Wijnbelt, voorzitter**



## 2 2018 – Terugblik in een oogopslag

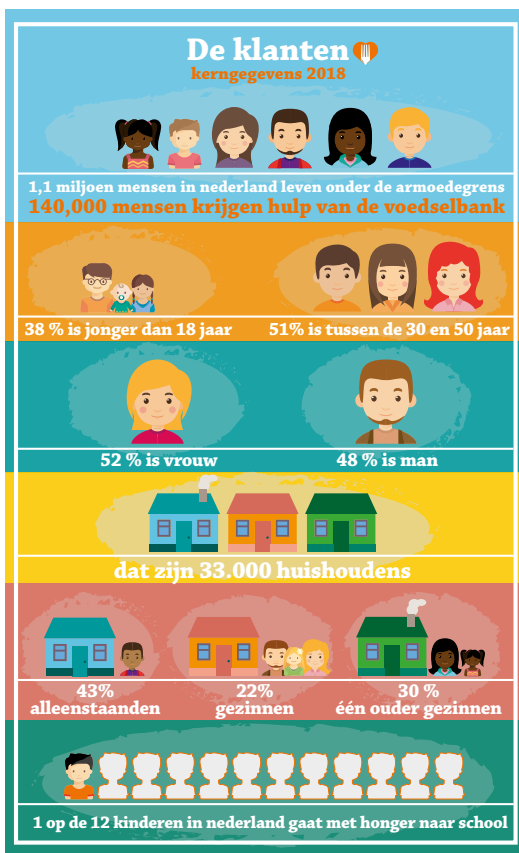


### Onze kernwaarden

- ✓ We werken uitsluitend met vrijwilligers
- ✓ We verstrekken voedsel dat door anderen gedoneerd wordt
- ✓ We verstrekken zoveel mogelijk gezond voedsel
- ✓ We verstrekken uitsluitend gratis voedsel
- ✓ We verdelen het voedsel zo eerlijk mogelijk
- ✓ We zijn neutraal en onafhankelijk (burgers voor burgers)
- ✓ We zijn transparant in onze verantwoording

### Onze hoofddoelstellingen

- Het bieden van directe voedselhulp aan de armste mensen
- Het voorkomen van verspilling van goed voedsel



### 56% van de klanten is binnen 1 jaar weg!

### De voedselpakketten kerngegevens 2018

er zitten ca. **26 producten** in een voedselpakket

het kost ongeveer **5 euro** om een voedselpakket samen te stellen

#### Ons ideale boodschappenlijstje

- Groente of fruit in blik of pot
- Volkoren pasta
- Couscous
- Zilvervlies- of meergranenrijst
- Peulvruchten uit blik of pot
- 20+ smeerkaas
- Eieren
- Olie

de voedselbank deelt jaarlijks ca. **44 miljoen** producten uit



### 3 Terugblik in detail

In de Algemene Ledenvergadering worden jaarlijks de prioriteiten voor de landelijke Vereniging vastgesteld. De prioriteiten en resultaten voor 2018 worden hieronder toegelicht.

#### 3.1 Voedselverwerving - prioriteit 1

De hoeveelheid producten die landelijke leveranciers aan de voedselbank leverden, nam toe in 2018. Dit was mede te danken aan de groei van het volume vanuit de distributie centra (DC's) van Albert Heijn. Maar de voedselbanken konden ook lokaal bij de meeste supermarktketens meerdere keren per week voedsel ophalen. Met JUMBO en COOP spraken we af dat de restant voorraden van EMTE-winkels aangeboden werden aan de voedselban-

ken. Daarnaast profiteerden diverse voedselbanken van de snelle groei van PICNIC en AH-online.

De betrokkenheid van onze leveranciers was groot en dit resulteerde in groei van het volume. We durven er inmiddels op te vertrouwen dat we structureel meer voedsel kunnen inzamelen.

#### Succesvolle start Groente & Fruit Brigade

In 2018 kwam er een eind aan de EU-interventieregeling. Dit hield in dat de aanvoer van met name fruit terugliep. Ter compensatie hiervan werd in juli een pilot 'Groente & Fruit Brigade' gestart in het Westland. Telers en kwekers leverden gedurende de pilot in 2018 al 250.000 kilo groente en fruit. Deze producten zouden anders vernietigd zijn.



#### Hoeveelheid landelijk ingezameld voedsel in aantal consumenten eenheden

2016	2017	2018
14,9 mln	15 mln	17,3 mln

Lokaal werden bijna 27 miljoen producten ingezameld. Het totaal aantal ingezamelde producten kwam daarmee op 44 miljoen.

Inmiddels haalt 70% van de voedselbanken meer dagen per week met hun Voedselbrigade voedsel op. Dit zorgt ervoor dat de pakketten beter gevuld zijn en steeds vaker van vlees zijn voorzien. De gemiddelde waarde van een pakket bedraagt inmiddels € 43.

#### 3.2 Voedselveiligheid - prioriteit 2

Het project waarborging voedselveiligheid, werd in 2018 succesvol afgerond. Alle voedselbanken en distributiecentra zijn inmiddels gecertificeerd volgens ons Handboek Voedselveiligheid en Infoblad 76 van de NVWA. Het aantal klachten dat in 2018 binnenkwam bij de NVWA was met 17 minimaal. 13 bleken er ongegrond.



### 3.3 Leden-ondersteuning - prioriteit 3

De recruiters van het HRM team hadden in 2018 de taak om zowel vrijwilligers te zoeken voor het VB-servicecentrum als voor een aantal distributiecentra.

Door het inzetten van de website [www.werkenbijdevoedselbanken.nl](http://www.werkenbijdevoedselbanken.nl) werd het bereik van potentiële vrijwilligers vergroot. Dit was al terug te zien in het aantal reacties dat zij ontvingen op de vacatures gedurende de pilotfase.

Het aantal vrijwilligers dat actief is voor Voedselbanken Nederland steeg met 23 % tot 138.

Verder werd de app Issy ontwikkeld. Met behulp van deze app kun je zien welke klussen en project er bij jou in de omgeving zijn.

Naast de voedselbanken delen ook andere goede doelen en vrijwilligers organisaties hun klussen. Inmiddels is de app live en wordt deze getest in enkele gemeenten. De app werd ontwikkeld met een subsidie van het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Nu de ontwikkeling is afgerond is het beheer overgedragen aan een nieuw opgerichte Stichting Issy.

### 3.4 Overig

#### Logistiek

We openen twee nieuwe distributiecentra (DC), één in Groningen en één in Drachten. Daarmee is de spreiding van de DC's over Nederland verbeterd.

#### Fondsenwerving

Het team Fondsenwerving bracht wederom een mooi bedrag bij elkaar: € 1,8 miljoen. We ontvingen weer hartverwarmende bijdragen van goede doelen en organisaties die Voedselbanken Nederland en daarmee de voedselbanken steunen vanuit hun bedrijfsfilosofie. We noemen er enkelen:

De **Nationale Postcode Loterij** steunde de voedselbanken in 2018 opnieuw met € 500.000. Een geweldig bedrag, waarvoor Voedselbanken Nederland alle deelnemers aan de Nationale Postcode Loterij heel dankbaar is. Voedselbanken Nederland is verheugd met de belangrijke (structurele) steun die zij al sinds 2013 van de Nationale Postcode Loterij ontvangt.



#### LIDL

Klanten van Lidl konden gedurende het hele jaar hun statiegeld doneren aan de voedselbank. Dat resulteerde in een fantastische donatie van € 250.000. Daarmee kunnen duizend huishoudens (ruim 2500 mensen), gedurende een vol jaar, elke week op voedselhulp rekenen.

#### DIRK

Ook klanten van Dirk doneerden massaal hun statiegeldbon en oude kleding. Gedurende acht weken stonden er statiegeldboxen in alle 121 filialen van Dirk. Dit statiegeld leverde samen met de opbrengst van de kledingcontainers in totaal ruim € 73.000 op.

We konden ook weer rekenen op de steun van vele giften van donateurs die in sommige gevallen anoniem willen blijven. En compleet overzicht van al onze leveranciers en donateurs vindt u op pagina 12 van dit jaarverslag.



## 4 Spraakmakende acties



Om voedsel en geld in te zamelen voor de voedselbanken werden er in 2018 spraakmakende acties georganiseerd. We noemen er enkele:

### Een kerstpakket voor al onze klanten

Dit jaar werden alle huishoudens voorzien van een kerstpakket. Er werden maar liefst 35.000 pakketten ingepakt. Met dank aan Dr. Oetker, Mars, NIBC, Shell, Unilever en Upfield, die de verschillende voedingsmiddelen hebben geleverd en mee hielpen met het inpakken van de pakketten of een financiële donatie leverden.

### Week van de Voedselbanken

In week 42 was het 'De week van de Voedselbanken'. Dit werd bewust in deze week gehouden omdat in week 42 ook de jaarlijkse Wereld Voedseldag en Wereld Armoededag vallen. We organiseerden een actie met als thema; de meest gewaardeerde maaltijdbox van Nederland. Ieder-

een kon zijn steentje bijdragen door 5 euro te doneren. Er werd door bureau TCC een on- & offline campagne ontwikkeld. Deze campagne werd o.a. ondersteund door onze ambassadeurs en door vele vloggers en bloggers.

**DE MEEST GEWAARDEERDE MAALTIJDBOX VAN NEDERLAND.**

★★★★☆

Vraag in aan... voor iemand die het echt kan gebruiken. Voor slechts €5,- sluit je je maaltijdbox.

Scan de code voor je '5 euro' bijdrage aan de maaltijdbox.

een initiatief van **VOEDSELBANKEN.NL**



### DE waardepunten uit de keukenlades gehaald

Voor onze klanten is koffie een luxe artikel, dat niet vaak in het pakket zit. Daarom zamelden veel voedselbanken samen met vele Lionsclubs in de maand december in heel Nederland weer D.E waardepunten in. Douwe Egberts zette deze vervolgens om in maar liefst 120.000 pakken koffie voor de voedselbanken.

### Online maaltijden doneren via Picnic

PICNIC organiseerde in de zomer de actie 'GEEF EEN MAALTIJD' waarbij hun klanten tijdens het online bestellen van hun eigen boodschappen konden aangeven welke producten zij wilden doneren. Men kon kiezen uit verschillende vakantie-maaltijdpakketten. Ook dit keer waren klanten gul. In totaal doneerde zij bijna 26.000 producten. Met kerst werd deze actie met veel succes herhaald, er werden 84.000 producten gedoneerd!



### Souपालicious: Een kom soep bestellen is een kom soep schenken aan de voedselbank

Souपालicious hanteert het one for one-principe. Ze maken gezonde, verse soepen van groenten die anders vernietigd zouden worden en verkopen deze aan bedrijven en instellingen die maatschappelijk verantwoord ondernemen belangrijk vinden. Voor elke verkochte kom soep wordt ook een kom geleverd aan de voedselbanken. Diverse organisaties sloten zich aan bij Souपालicious en in totaal werden gedurende het jaar 300.000 koppen soep gedoneerd.



## 5 Danny Blind nieuwe ambassadeur

In december 2018 is Danny Blind benoemd tot ambassadeur van Voedselbanken Nederland. Danny heeft een grote staat van dienst in de voetbalwereld. Hij zet zijn expertise en netwerk in om een bijdrage te leveren aan het werk van Voedselbanken Nederland. Onze kersverse ambassadeur verzorgde op 7 december 2018 de aftrap van de statiegeldactie bij supermarktketen Dirk van den Broek.



## 6 Vrijwilligers & Partners

### 6.1 Vrijwilligers

Binnen onze organisatie werken uitsluitend vrijwilligers. Vrijwilligers maken de voedselbanken. Wij zijn dan ook heel trots dat er in 2018 maar liefst 11.700 vrijwilligers bij 169 vestigingen, 10 distributiecentra en de landelijk vereniging actief waren.

### 6.2 Partners

De voedselbanken zijn een initiatief ván de samenleving vóór de samenleving. Heel veel partijen maken met elkaar de voedselbanken. Op landelijk niveau waren dat in 2018:

#### Business Partners

Albert Heijn, Aldi, Coop, Friesland Campina, HelloFresh, Jumbo. Pepsico, Plus, Soupalicious, Unilever.

#### Donateurs Voedsel

Alpro, Arla, Ardo, Aviko, Bonduelle, Boon/MCD, Continental Bakery, DEEN, Dirk, Douwe Egberts, Dr. Oetker, Ekoplaza, Fruitmasters, Groente & Fruit Brigade; Hak, Hero, Hema, Holland Dairy Star, Hoogvliet, Iglo, Intersnack, Kelloggs, Kraft Heinz company, Lidl, Lions clubs, Mars, Nestlé, Picnic, Regionale Omroepen, San Wah Food, Sligro, Starcuisine, Stegeman, Telers (LTO Nederland), Stichting Landzijde, Stichting Manna – werkgroep Schermer, Vriendentuinen, Wereldrestaurant Atlantis Almere, Zwanenberg en diverse partijen die anoniem willen blijven.

#### Donateurs giften

Nationale Postcode Loterij, Albron, Adessium, Benevity Causes, Beterbio, Centric, CNC, Cosé Fonds, Stichting Dioraphte, Dirk van den Broek (Detailresult Groep), Fred Foundation, Fundatie van den



Santheuvel Sobbe, GEA, Holland & Barrett, Honig/Kraft Heinz, Ideal (Betaalvereniging NL), Kansfonds, Kellogg's, Lamexfoods, Lidl, Mars, Menzis, Ministerie Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Nature's Pride Foundation, Oranjefonds, alle particuliere donateurs, De Ridderlijke Duitsch Orde (RDO) Balije van Utrecht, Split-a-Gift, Subway, Tastemakers, Tintelingen, Thuiseten.nl, Your Gift en diverse partijen die anoniem willen blijven.

#### Overige bijdragen

2Twtig, ASolutions, Bevio, CEVA, CHEP, CM, Combinex, Copiatek, Creative Ground i.s.m. regisseur Joris Noordenbos, Drukzo,

Dutchwork, Fightclub, Finext, Fresh Forward, GB Business Solutions, GIG, Greenchoice, Gullimex, Helloprint, IMAgency, Kando Marketing, Lamalama, LinkPizza, Livewords (voorheen Concorde), Luba Uitzendbureau, Mauxilium, NRC Handelsblad, Ploum, Reclamebeeld.nl, Regionale Omroepen, Schuttelaar en partners, Scoupy, Scrambled Ads, SMS Intermediair, Social Embassy, TCC, The Idle Charity, Testo, Unit4 Multivers, Van den Berg Drukkerij, Valtech, Vanvondeltxt, Wavemaker

#### Samenwerkingsverbanden

Stichting Jarige Job, VU, Alliantie Verduurzaming Voedsel, Ministerie

Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Ministerie van Economische Zaken.

### **Bloggers en vloggers**

Anne over, Eetman, Gierige Gerda, Halloliefkleintje, Healthyfoodlove.nl,

Joyfromjoyce, Mama is Blut, Mamaliefde, Meer met Mama, Melissaschrijft, Mira Tells, My Happy Kitchen, Slowfoody, Thuisleven.com.

## **7 Toelichting op de jaarrekening**

Fondsenwervende instellingen hebben vaak te maken met fluctuerende inkomsten. Voedselbanken Nederland heeft bestemmingsreserves gevormd, zodat blijvend aan de gestelde doelstellingen kan worden gewerkt.

### **Baten**

Wij ontvingen in 2018 in totaal € 1.800.000,- aan financiële donaties. Dat is een daling van € 200.000,- t.o.v. 2017. Belangrijkste redenen was de lagere opbrengst aan statiegelden en een lagere projectsubsidie van de rijksoverheid.

Particulieren en het bedrijfsleven doneerden daarentegen € 90.000,- meer dan het voorgaande jaar.

De structurele incasso's daalden iets, maar de online donaties via de website stegen.

### **Lasten**

In 2018 werd € 100.000,- meer uitgegeven dan in het voorgaande jaar. Dit had met name te maken met de opening van twee nieuwe distributiecentra.

### **Resultaat**

In de jaarrekening is een resultaat opgenomen van ongeveer € 100.000,-.

Dit positieve resultaat wordt in zijn geheel aangewend om de reserves te verhogen. Daarmee kan ook in 2019 zeker worden gesteld dat Voedselbanken Nederland de 169 voedselbanken en 10 distributiecentra op een adequate manier kunnen ondersteunen.

## **8 Op naar 2019**

In 2019 ligt onze focus op het bereiken van mensen met honger. Een speciale projectgroep 'onder de radar' onderzoekt hoe wij potentiële klanten kunnen bereiken die nu al voldoen aan de toelatingsnormen maar zich niet melden.

We gaan aan de slag met onze (on) bekendheid, met thema's als schaamte en trots en onderzoeken hoe we drempels kunnen verlagen. De trend dat voedselbanken hun uitgifte verzorgen met een supermarkt concept (in plaats van een pakket)

helpt hierbij. Klanten krijgen de mogelijkheid om zelf boodschappen te doen. Ook ondernemen we initiatieven om laaggeletterden te bereiken en beter te bedienen.

We blijven streven naar meer verse groenten en fruit voor de klanten. De succesvolle pilot van de Groente & Fruit Brigade wordt opgeschaald.

In week 42, de Week van de voedselbanken, proberen we weer veel aandacht te creëren voor ons werk.



### **Comité van Aanbeveling**

**De leden van het Comité van Aanbeveling helpen ons bij ons werk.**

**Het Comité bestaat uit:**

- Roelof Hemmen (Radio- en televisie-presentator)
- Marc Jansen (Directeur Centraal Bureau Levensmiddelenhandel)
- Lavinia Meijer (Harpiste)
- Philip den Ouden (Voormalig algemeen directeur Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie)
- Paul Schnabel (Eerste kamerlid en kroonlid Sociaal-Economische Raad)
- Feike Sijbesma (Bestuursvoorzitter DSM)
- Toine Timmermans (Programmamanager duurzame voedselketens Wageningen University & Research).

### **Ambassadeurs**

Danny Blind, Herman den Blijker en René Froger.



## 9 Colofon

<b>Voorzitter</b>	Leo Wijnbelt
<b>Vice-voorzitter</b>	Tom Hillemans
<b>Secretaris</b>	Jouke Schat
<b>Voedselvererving</b>	Willem van Prooijen
<b>Voedselveiligheid</b>	Henk van der Meer
<b>Fondsenwerving &amp; Inkoop</b>	Caroline van der Graaf-Scheffer
<b>Financiën</b>	Frans Booij
<b>Logistiek</b>	Roderik Colen
<b>ICT</b>	Rob van der Marck
<b>Klanten &amp; vrijwilligers</b>	Dirk Rijnbeek
<b>Communicatie</b>	Pien de Ruig
<b>Redactie</b>	Pien de Ruig/Marianne van Asch
<b>Communicatie specialiste</b>	Marianne van Asch
<b>Vormgeving</b>	Walter Luijkenaar, Voedselbanken Nederland
<b>Infographics</b>	Internet Dienst Nederland
<b>Abbeeldingen en fotografie</b>	Diverse fotografen en Walter Luijkenaar, Voedselbanken Nederland
<b>Copyright</b>	Dit jaarverslag is een uitgave van Voedselbanken Nederland Meidoornkade 19, 3992 AG Houten 088 543 54 35 <a href="http://www.voedselbankennederland.nl">www.voedselbankennederland.nl</a> <a href="mailto:welkom@voedselbankennederland.nl">welkom@voedselbankennederland.nl</a>
<b>Websites en bronvermeldingen</b>	Rijksoverheid, CBS, WUR, Nieuwsbrieven, website Voedselbanken Nederland
<b>Erevoorzitter</b>	Sjaak Sies
<b>Met dank aan</b>	Al onze vrijwilligers, Herman den Blijker, Danny Blind, René Froger en ons Comité van Aanbeveling

Overname in andere publicaties is toegestaan. Vermelding van Jaarverslag 2018 Voedselbanken Nederland als bron wordt daarbij op prijs gesteld.

