

Jaarverslag

2020



VOEDSELBANKEN.NL

	pag.
1. Voorwoord	2
2. Kerngegevens - onze impact	3
3. Hoogtepunten 2020	4
4. Onze omgeving	8
5. Missie, visie, doelstellingen, kernwaarden	10
6. Prioriteiten in 2020	11
7. Zij hielpen ons	12
8. Inkomsten en uitgaven	14
9. Risicomanagement	15
10. In 2021	16

Als corona ons iets duidelijk maakt, dan is het dat tegenslag iedereen kan treffen. Van jong tot oud, van werkgever tot werknemer, van startende tot bestaande ondernemers.

Mede door de coronacrisis en de daaruit voortvloeiende economische krimp is het aantal klanten van de voedselbank in 2020 jaar flink gestegen. We hielpen 160.500 mensen, ruim 6% meer dan in 2019.

Toen oudere vrijwilligers besloten thuis te blijven om geen risico op besmetting te lopen, schoten nieuwe vrijwilligers, waaronder veel jongeren, ons te hulp. Ook al ging een enkele voedselbank gedurende een korte periode dicht, de hulp aan onze klanten ging door. Klanten ontvingen wekelijks voedsel of een Supermarkt-cadeaukaart waarmee ze zelf eten konden kopen. Dat was mogelijk dankzij onze trouwe leveranciers en donateurs, groot en klein en dankzij vele nieuwe organisaties die te hulp schoten. Wij kijken terug op een enorm intensief jaar vol solidariteit en saamhorigheid. Dank aan iedereen die daaraan bijdroeg.



2. Kerngegevens - onze impact

Voedselhulp in 2020

Het aantal huishoudens dat wij hielpen, groeide met 7,2% tot 37.311 huishoudens op peildatum 31 december 2020. De grootste stijging was te zien in Amsterdam en Rotterdam. Het aantal geholpen kinderen t/m 17 jaar steeg met 9,3% nog iets harder: tot 36.858 kinderen. Het aantal vrijwilligers steeg met 7.9% tot 13.000. In totaal hielpen alle 172 voedselbanken vorig jaar 160.500 unieke personen (+6%). Zij verdeelden het voedsel via 528 uitgiftepunten.

Opvallend zijn de grote verschillen tussen voedselbanken. De toename in Amsterdam was met 26% verreweg het grootst. Vrijwel alle grote steden toonden hogere groeicijfers dan gemiddeld. In 44, voornamelijk kleinere, gemeenten daalde daarentegen het aantal klanten. De meest voor de hand liggende verklaring voor de grote verschillen tussen voedselbanken lijkt te liggen in de beroepsgroepen die het hardst getroffen worden door corona, zoals horeca, de culturele sector en sport en transport. Mensen werkzaam in deze sectoren maar ook flexwerkers zijn meer dan gemiddeld aanwezig in de grote steden.

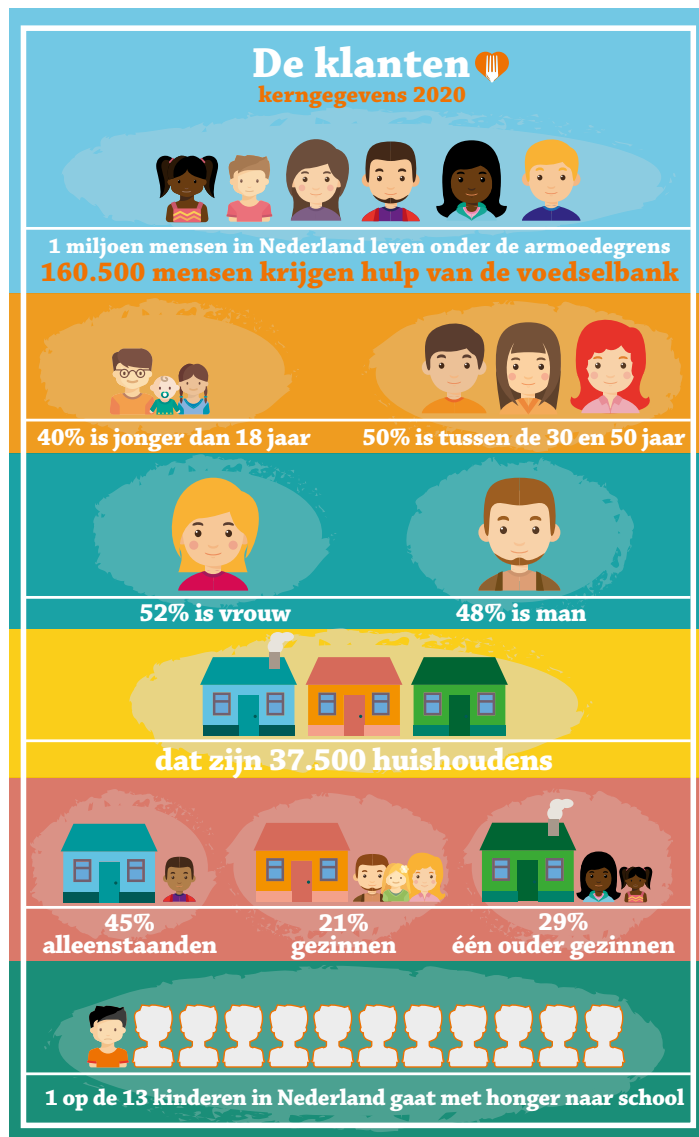
Verspilling tegengaan

In Nederland gooit men jaarlijks 1,8 tot 2,7 miljoen ton voedsel weg. Dat komt overeen met €6,3 tot 8,8 miljard per jaar. Per huishouden is dit 34 kilo per persoon per jaar. Brood, rijst en pasta worden met name veel verspild.

In 2020 zamelden de voedselbanken ca. 55 miljoen producten in met een totale consumentenwaarde van 74 miljoen euro. Het merendeel is voedsel dat anders verspild zou worden. Dat is 2% van de totale waarde van voedsel dat jaarlijks wordt verspild in Nederland.

Over de organisatie

Aantal voedselbanken	172
Aantal uitgiftepunten	528
Aantal gemeenten actief	366
Aantal regionale distributiecentra	10
Aantal vrijwilligers	13.000



3. Hoogtepunten 2020

Een overweldigend aantal organisaties, fondsen, stichtingen en particulieren schoot de voedselbank te hulp. Onderstaand overzicht met hoogtepunten is verre van compleet; het geeft slechts een beeld van de solidariteit en saamhorigheid die wij ervaren.

Januari



Goede inspectieresultaten Voedselveiligheid 2019.

Februari



Nieuw record landelijke inzameling Douwe Egberts waardepunten; 134.000 pakken koffie.



Eerste interne nieuwsbrief special over de coronaproblematiek.

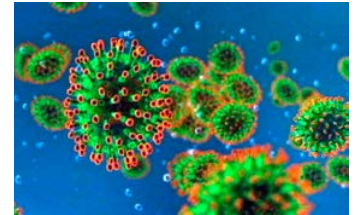
Maart



CBF keurmerk voor Voedselbanken Nederland.



Olcay Gulsen benoemd tot ambassadeur.



Oprichting Calamiteitenfonds Voedselbanken Nederland (VBN).



Start van de corona-fondsenweringsactie 'Stay Save & Geef'.



Online benefietconcert Honig: Live-Eet.

April



Jumbo doneert in samenwerking met haar leveranciers honderdduizenden producten en een cadeautje voor alle vrijwilligers.



Een extra bijdrage van 1 miljoen van de Nationale Postcode Loterij.



Dirk van de Broek tulpenactie: 1 euro voor bos verkochte tulpen voor de voedselbank.



Kellogg Company verdeelt 15 miljoen producten onder voedselbanken en voedselprogramma's in Europa.



Duizenden paaseieren van Action.



Maaltijdsauzen van Mars.

Mei



Klanten Lidl doneren massaal hun statiegeldbonnen.



Klanten Etos kunnen hun volle spaarkaart doneren.



VoedselLoket Almere (VLA), sluit zich aan bij VBN en is daarmee het 171e lid.



Financiële bijdragen van o.a. Hello Fresh, Weight Watchers, Flow Traders, coffeeshops, Nationale Nederlanden, Amgen en het Oranjefonds.



Juni



Samenwerking met vervoersbedrijf Arriva gestart.



De Groente & Fruit Brigade doneert in de eerste week van juni 25 pallets (à 750 kilo tomaten per pallet) aan onze 10 distributiecentra.



Juli



Start van de UWV-actie 'Zorg dat de Voedselbank de mandjes weer kan vullen', middels QR-code en Tikkie.

Augustus



Eerste landelijke inzamelingsactie bij ruim 400 AH filialen.

September



Eerste Algemene Ledenvergadering in coronatijd. Niet digitaal maar fysiek in Expo Houten.



Always doneert voor ieder pak maandverband bij Kruidvat gekocht een menstratieproduct.



VOEDSELBANKEN.NL

De spontane merkbekendheid en de merkkracht van de voedselbank steeg fors naar plek 5.



De Week van de VOEDSELBANKEN

De 'Week van de voedselbanken', dit keer online.



VOEDSELBANKEN.NL
Schiermonnikoog

Voedselbank Schiermonnikoog opgericht, lidnummer 172.

Oktober



In de lijst van Trouw Duurzame 100 staat Voedselbanken Nederland op nummer 24.

November



Frank Dane, Radio 538 DJ wordt ambassadeur.



Klassieke Dirk van de Broek statiegeldactie. Het winkelend publiek doneert statiegeldbonnen.



Start campagne 'Niks om je voor te schamen'.



Kerst-ontbijtactie van Lidl.



De Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit (NVWA) erkent Voedselbanken Nederland voor de komende vier jaar weer als een groen formulebedrijf.

December



Start 'Missie 538 voor de voedselbank' met Radio 538.



D.E.-waardepuntenactie december.



Voor elke Nieuwjaarsduik uit Blik, doneert Unox twee blikken erwtensoep.



Albert Heijn schenkt voor iedere verkochte AH Excellent Feeststol 1 euro aan Voedselbanken Nederland, Het Rode Kruis en LINDA-foundation.



H&M veiling en donatie-actie.



Succesvolle online maaltijdenactie Picnic.



Uitlevering kerstpakketten voor alle klanten. Met dank aan de organisatoren Unilever, Bidfood en Riedel.



Aldi breekbroodactie.



4. Onze omgeving

Transformatie door Corona

Door nood gedwongen maakten de voedselbanken het afgelopen jaar een enorme transformatie door. Van de één op andere dag moesten werkwijzen worden aangepast, vrijwilligers geworven en nieuwe regelgeving ingevoerd. Voedselbanken en Regionale Distributie Centra (RDC) toonden een enorme veerkracht en creativiteit en bleken zeer snel te kunnen schakelen.

Op 27 februari vond bij Voedselbanken Nederland een eerste overleg plaats in het kader van corona, met een voor de gelegenheid samengestelde delegatie. Er werd een landelijk expert team ingesteld met als taak te adviseren over toe te passen hygiëneregels. Dit werd vrij snel uitgebreid met de taak om de overheidsregels te vertalen naar de voedselbankpraktijk. Al die maatregelen publiceerden we in de 'Handleiding coronacrisis'. In de tweede week van maart werd aanvullend, een landelijk crisisteam opgericht om de landelijke operatie te coördineren. In het land gingen de voedselbankbesturen aan de slag om te zien of en hoe we klanten konden blijven helpen in deze tijd van crisis. En dan blijkt hoe sterk en creatief onze voedselbankorganisatie is. Zeventien voedselbanken (waarvan 2 RDC's) waren gedurende korte tijd gesloten. Ook zij waren net zoals de andere voedselbanken snel in een aangepaste

vorm operationeel. Uitgiftetijden en -dagen werden gespreid, sommige voedselbanken stelden een deurseleid in waardoor het aantal klanten dat binnen is beperkt werd en klanten werden op specifieke tijden uitgenodigd. Van het voedsel uitdelen bij de voedselbank schakelde men soms over naar het thuisbezorgen van pakketten. Allemaal creatieve oplossingen die het mogelijk maakten dat de voedselbanken openbleven en zich konden richten op 'het nieuwe normaal', een 1,5 meter samenleving.

Het team landelijke voedselvererving onderhield nauw en intensief contact met al haar leveranciers en deed haar uiterste best om ook alle nieuwe klanten van voedsel te kunnen voorzien. Door de hamsterwoede kregen we tijdelijk minder voedsel, maar dat werd al snel gecompenseerd door o.a. de horeca die, vanwege hun gedwongen sluiting, hun voorraden doneerde. Het was en is een enorme opdracht voor de landelijke en regionale logistiek om deze grote voedselstromen eerlijk over alle voedselbanken te verdelen.



Calamiteitenfonds

Voedselbanken die gedurende de coronacrisis een tijdelijke noodoplossing moesten financieren, konden via Voedselbank Nederland een beroep doen op het daartoe opgerichte calamiteitenfonds.

Enkele voorbeelden van tijdelijke noodoplossingen die kosten met zich meebrengen zijn:

- Supermarktcadeaukaarten (bij)kopen waarmee klanten voedsel bij de supermarkt konden kopen voor die voedselbanken die tijdelijk gesloten waren. Vrijwel alle supermarktorganisaties werkten hier aan mee.
- Extra logistieke kosten om voedsel beter of anders te verdelen.
- Extra kosten die gemaakt worden om meer klanten te kunnen helpen.
- Kosten om hygiënemaatregelen door te voeren.
- Bijkopen van voedsel als er op andere manieren echt niet voldoende te krijgen is.

In zeer korte tijd slaagden we erin om 7 miljoen in te zamelen voor dit calamiteitenfonds. Via een landelijke publiekscampagne 'Stay Save & Geef', haalden we ruim een miljoen euro op. Daarnaast steunden vele vaste relaties, maar ook nieuwe organisaties ons met prachtige bijdragen. Zie pagina 12 voor een overzicht van alle donateurs.



Betsy, klant van de voedselbank:
*Ik dacht: “De voedselbank?
 Ik naar de voedselbank? Dat is toch
 niets voor mij!”*



5. Missie, visie, kernwaarden en doelstellingen

Onze visie

In Nederland leven meer dan een miljoen mensen onder de armoedegrens. De voedselbanken helpen mensen die het financieel niet redden door ze tijdelijk te voorzien van voedselhulp. Om onze klanten van voldoende eten te kunnen voorzien, werken wij samen met bedrijven, instellingen, gemeenten en particulieren. Zo zorgen we er samen voor dat armoede wordt bestreden, voedseloverschotten verdwijnen en het milieu minder wordt belast. Om de zelfredzaamheid van onze klanten te vergroten, werken we samen met lokale organisaties die onze klanten helpen om weer op eigen benen te staan. Voedselhulp moet immers altijd tijdelijk zijn.

De 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

De hoofddoelstellingen

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

Onze organisatie en werkwijze (vrijwilligers en proces)

Bij de voedselbanken wordt niemand betaald. Wij werken uitsluitend met vrijwilligers. We noemen hen liever onbetaalde professionals. Het aantal groeide in 2020 naar 13.000. De meeste vrijwilligers zijn betrokken bij het kernproces, het voedselveilig werven en verdelen van voedsel. Maar ook voor alle overige taken, zoals fondsenwerving, financiën, juridische zaken, ICT, secretariaat en communicatie hebben we toppers aan de slag.



6. Prioriteiten in 2020

Onder de Radar campagne: Niks om je voor te schamen.

Het aantal mensen dat niet in staat is om voldoende eten te kopen en regelmatig honger heeft, is helaas groter dan de groep die de voedselbank helpt. In 2019 startten de voedselbanken daarom het project 'Onder de Radar' waarbij we op zoek gingen naar die mensen die aan onze leefgeldcriteria voldoen, maar zich niet melden. In 2020 had dit project eveneens prioriteit. Corona heeft ons in 2020 laten zien, dat tegenslag iedereen kan treffen.

Van jong tot oud, van werkgevers tot werknemers, van startende tot bestaande ondernemers. Door de coronacrisis ontstonden er veel financiële problemen. Echter, schaamte is nog steeds de meest genoemde reden om niet aan te kloppen voor tijdelijke hulp van de voedselbank, terwijl mensen vaak wel voor voedselhulp in aanmerking komen. En hulp van de voedselbank is een eerste stap vooruit.

Daarom startten wij in het najaar van 2020 de campagne 'Niks om je voor te schamen' met als kick-off een manifest in landelijke dagbladen, een advertorial in het magazine Linda, en uitingen op Arriva-bussen in Leiden.

De campagne vormde ook het uitgangspunt voor de actie 'Missie 538 voor de voedselbank'. Van 14 tot en met 18 december zetten de Radio 538-dj's alles op alles om samen met de luisteraars, bekende vrienden van 538, artiesten, collega's voor én achter de schermen en ambassadeurs van de voedselbank geld voor voedselhulp op te halen. En, belangrijker nog, om taboes te doorbreken. De actie werd een groot succes. Er werd € 1,3 miljoen opgehaald.



7. Zij hielpen ons

Wij willen graag de volgende bedrijven en organisaties bedanken:

24/7 myfactory, 3i, A.S.R., ABN Amro, ABN Amro Foundation, Accenture, Access World, Achmea Interne Diensten, Acteon Thuiszorg, Action, Ad Alliance, Ad van Geloven, Adessium Foundation, Aevitae, Ahold Delhaize, Ahoy, AIACE NL, Aiesec, Albert Heijn, Aldi, Alle Kabels BV, Alle particuliere donateurs, Alpro, Amgen, Antonides, ANWB, Archive IT, Arcim bv, Ardo, Arla, Arriva, Ars Scribendi, Art of Dance, Asolutions, ASR, Aviko, Bain & company, Bakker Zeewolde BAM infra bv, Banketgroep, Baptisten gemeente midden Betuwe, Barilla, BCG, Beetroute, Bellustoys, Belron Ronnie Lubner Charitable Foundation, Ben & Jerry's, Bevio, Bidfood, Bieze Foodgroup, Bijenkorf, Bloomberg, BMO Global Asset management, Bolletje, Bonduelle, BrandM, Brandwise, Bredaest, Breeman Zuid bv, Budelpack Poortvliet, Bunt fruit, Bunzl, Bus Handelmij BV, Canadian Beverages, Carrier Aritech, Catz Charity Foundation, Ceva Benelux, Chefs Crisis Koken, Chep, Chuck studios, Clif bars, Cloetta, Cloudera Netherlands B.V., Coare, Coca Cola, Coffeeclick, Coffeeshops houders, Cofra Foundation, Commissie voor de milieueffectrapportage, Connect bouw, Continental Bakeries, Continue, Cook & Safe Unilever, Cookware, Coram, Coty, CSU, CVC Foundation, D Reizen, Daelmans koeken, Dare to care, DDB Unlimited, de Kleine Keuken, de Menken keuken, De Ridderlijke Deutsche Orde Balije van Utrecht, De Testers, De Voedselboys, Deloitte, Detailresult, Deutsche Bank, Diaconiën Protestantse gemeenten, Dioraphite, Dirk van den Broek, Dispuut Dignitatis TUE, DNV GL Netherlands B.V., Dodileva, Dole, Don Quixott Foundation, Donna Italia, Douwe Egberts, DPDB groep, Dr Vaillant Fonds, Drechtwerk, Drukzo/ Helloprint, Dumontis bv, Dunedin stichting, Dutch Bakery Group, Dutch Estate Rental V BV, Dutch Residential mortgage portfolio B.V., Eat1give1challenge, Elbo Holding, Emmi, Essity, Euroma, Europese Federatie van Voedselbanken, Evangelie gemeente De Rots, Exterion Media, Facilicom Foundation, FC Utrecht, FC Volendam, Fetim Groep, Feyenpak geschenken, Flow Traders, Fondation de France, Forrester, Fred Foundation, Freeland, Friesland Campina, Fruitopjewerk, Fundatie Van den Santheuvel, Sobbe, Funghi Fungi, Gift – MyTrulyWooly, Gilead Sciences, GL Foods, Glasnost Amsterdam, Goldschmeding Foundation, Goodlife foods, Gorka Amersfoort, Groeien door te delen, Groente & Fruitbrigade, Guest, H&M Foundation, Haëlla stichting, Haertwig foundation, Hagedoorn stichting, Hak, Happy Motion, Haribo, Haris Faiz, Havi, Heartland, Heineken, Heinz, Hello Fresh, Hema, Henkel, Henri Willig, Het grote kerstverhalenboek, Hillkookt culinair, Holland Foodz, Holland Vlaggen, Honig, Hoogsteeger, HP Foundation, Hulpwafels, Huski chocolate, Hutten Catering, Iddink schoolboeken, Iglo,



IMC Charity Foundation, Infra Food ING, Ingram, Intersnack, ISP/ DHPA, JCDecaux, Jellie Bellie, Jeroen Lennings MGT, Join the Pipe, Johnson & Johnson, Jordans & Rijvita, Juizs, Jumbo, Kansfonds, Kapiteit Knut, Kapsalon Haar & Huis, Kelloggs, Kepler Chevreux Foundation, Kerstwandeling2020.nl, Kettler, Kewodak B.V., KFC, Kicks Ventures, Kinderpostzegels, King Baudouin Foundation, Kingsdayvr, Knibbe BV, KNR, Koopmans, Kruidvat, L.C.S. Piping B.V., La Cuisine en route, LaBan Foods BV, Landelijk consortium hulpmiddelen, Larco, Las- en constructiebedrijf Niekamp, Leen Menken, Lewis pr bureau, Lidl, Lindt, Lineage Logistics, Liof, Lions Club, Longfeltwant.com, L'Oreal, Lovechock, Love my veggies, LT Foods Europe, LVC, LyondellBasel Maersk, Maitre Paul, Margeritha Ltd, Mars Wrigley Foundation, Masters of Interior Design, Maya Gold, Mayonna, Mc Cain, Meatfriends, Meatless farm,

Medapp de slimme apotheek, Mediahuis, Menzis, Merck group, Mercurius Heerlen BV, Mirari Nederland B.V., MLCO ltd, Mobiel.nl, Mondelez, Monuta, Move against corona, MSC, MSD Merck, Mts. van Schendel, Müller fresh food logistics, Nationale Nederlanden, Nationale Postcode Loterij, Nationale vrijmibo, Nationale Waarborg, Natuboo, Nature Bliss, Nestlé Garden Gourmet, NextDeli, NN insurance eurasia nv, No fairytales, Nora biscuits, Nordian Capital Partners, Norlandia Kinderopvang, Nortland Power Inc. Toronto, Nouryon, Novusventus, Nutricia, Oatly, Ocean Outdoor, Oetker, OMG Media, OpenText, Optiver, Orange creatives, Oranje fonds, Oriental Merchant, Overdie Metals BV,

Pape fonds, Papiergroothandel van Gennip, Peka Kroef, Pentrade, Pepsico, Pera Pasha, Perfetti van Melle, Personeelsvoordeelwinkel, Picnic, Pictures for Purpose, Pixelzebra, Ploum Rotterdam Law Firm, Plus, Poiesz, PON, PPG Benelux, Prestige supply, Primarkt, Prologis Foundation, Providence Capital, QConferencing, QRC ICT detachering, Q Music, Quarantaine quiz, Queens Products, Rabobank Foundation, Radio 10, Radio 538, Randstad, RB Mead Johnson, RBC Capital Markets, RDO Balije van Utrecht, Reckitt Benckiser, Red Bull, Remonstrantse Broederschap, RGA Foundation, Riedel, Rijksmuseum, Rijksoverheid, Rituals, Royal Fassin, RTL, Salute Trading, Samsung, Sanorice Veenendaal, Sanquin, Saxion Hogescholen, Schoolfruit, Schouten techniek, Scildon N.V., Seepje, Segro, Seiko Watch Europe, Sement, Seminar TU Twente, Sentia, Service Pack, Sharefood, Simon de Vries, SKG Diac Herv Gem Scherpenzeel, Sligro, Smaakspecialist, Smorrel Tilburg, Social Media Hulp, Sodexo, Soupalicious, Spirit Energy Nederland BV, Split-a-gift, Sportunity, St Laetare, St. Intermin, St. Sportevenementen NL, St. TCCAN, Staalhandel van Zijl, Start the chase, Stermerding Philanthropy Services, SterConcepts, St. 1on1 foundation, St. Henriette Fonds, St. Intermin, St. Sociaal Fonds Intertoys, St. Summer Fund, St. van Helten,

Stolwijk & Kelderman, Storm Digital/ Accenture Interactive, Struik, Superheroes, Swinkels, Tableau Foundation, Talpa Network, Taminiau, Tanita, Technical Services Group Netherlands B.V., Tegra Engineering, Tele 2, Tenkitchen, Ter Beke, The Fightclub, The Good Foundation, Thuisbezorgd, Tides times, Tiktok, Tintelingen B.V., Tony Chocolonely, Too good to go, Toyota, Trioliet, TRUE, Tui, UK Online Giving Foundation, Unifarm, Unilever, Uniserver, Unit 4, Universiteit Tilburg, Upfield, UWW, Van Heezik, Van Loon Group, Vanka-Kawat, Vattenfall, Veco zuivel, Ventus, Vereniging mondhygienisten, Verizon, Verspillingsfabriek, Vifit sport, Vogelgezang Foundation, Vreugdenhil Dairy Foods, Vrumona, Web Grocer, Wehkamp, WEM, West coast frozen yoghurt, Wiskerke, Wouter de Graaf, Würth group, WW, XEL, XPO, Yardi Systems, Your giftcards, Zesty, Zuivelrijck en Zwanenberg.

Ook willen wij alle particuliere donateurs van harte bedanken voor hun hartverwarmende bijdragen. Onder andere om privacy redenen publiceren wij geen namen.

In 2020 schoot de Rijksoverheid ons te hulp. Zo leverde Defensie militairen die hielpen met het heropenen van grote voedselbanken. In heel korte tijd kregen we de status 'vitale sector' waardoor we ons werk konden blijven doen.

Als er een tekort aan voedsel dreigt bij ons, vindt de overheid dat een maatschappelijk probleem. In 2020 legde de overheid de basis voor een voedselvangnet en werd de financiering hiertoe geregeld.

Ambassadeurs

Herman den Blijker, Danny Blind, Frank Dane, René Froger, Serdar Gözübüyük en Olcay Gulsen zijn ambassadeurs van Voedselbanken Nederland. Zij helpen om bekendheid te geven aan het werk van de voedselbank.

Comité van Aanbeveling

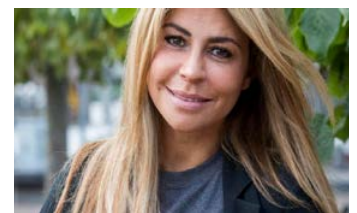
Ook de leden van het Comité van Aanbeveling helpen ons bij ons werk:

Roelof Hemmen (Radio- en televisiepresentator), 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 (voormalig Bestuursvoorzitter DSM) en Toine Timmermans (Programmamanager duurzame voedselketens Wageningen University & Research).

Voedselbanken werken daarnaast nauw samen met Alliantie Verduurzaming Voedsel, Stichting Jarige Job en Stichting Samen Tegen Voedselverspilling.



Annie, vrijwilliger van de voedselbank:
'De hulp voor de medemens vind ik wel een heel goed doel.'



8. Inkomsten en uitgaven

2020 was mede door de coronacrisis een heel bijzonder financieel jaar. De opbrengsten bedroegen € 10,7 miljoen, de uitgaven ten behoeve van de leden € 3,2 miljoen en de kosten van VBN bedroegen € 0,1 miljoen (1,1% van de inkomsten).

In 2020 droeg de Nationale Postcode Loterij niet alleen de jaarlijkse gift van € 500.000 bij, maar ook een extra bijdrage aan ons Calamiteitenfonds voedselbanken van € 500.000.

Het jaar 2020 was in veel opzichten een bijzonder jaar. De urgentie van ons bestaan werd tijdens de coronacrisis duidelijk en leidde tot een brede steun vanuit de samenleving. Zo waren er de twee publieksacties 'Stay Safe & Geef' en 'Missie 538' van Radio 538 en hebben wij veel donaties ontvangen van bedrijven en organisaties.

Ook zijn er veel derden acties georganiseerd en hebben de particuliere donateurs hartverwarmend en genereus bijgedragen. Het is onmogelijk duidelijk te maken hoe zeer onze dank naar allen uitgaat. Met elkaar hebben wij een verschil kunnen maken en kunnen voorkomen dat onze klanten in voedsel nood kwamen.

Het saldo van onze bestemmingsreserves steeg met € 7,5 miljoen. De continuïteitsreserve VBN bedraagt onveranderd 1,5 maal de jaarlijkse exploitatiekosten.

De overige Bestemmingsfondsen en Bestemmingsreserves komen direct ten goede aan de bij VBN aangesloten voedselbanken, distributiecentra en verbonden organisaties.

De jaarrekening 2020 is voorzien van een goedkeurende accountantsverklaring op de website gepubliceerd.

VBN beschikt over het keurmerk Erkend Goed Doel van CBF en over de ANBI status.



Jimmy, klant van de voedselbank:
'De sfeer bij de voedselbank is hartstikke goed en ik voel me welkom.'



9. Risicomanagement

In 2020 heeft het bestuur van Voedselbanken Nederland op een gestructureerde manier een inventarisatie gemaakt van de mogelijke risico's voor Voedselbanken Nederland en haar leden. Wij hebben alle bestaande beheersmaatregelen geïnventariseerd en bepaald welke aanvullende maatregelen nodig waren. Als van ouds hebben we ook in deze coronatijd veel aandacht besteed aan voedselveiligheid. Onze externe inspecteurs van de Houwers Groep en Sensz hebben onaangekondigde controles uitgevoerd bij onze leden. Voedselbanken blijven alert op het behouden van de 'groene voedselveiligheid status'.

Ook de veiligheid van onze bezoekers en vrijwilligers kreeg continu aandacht: inventarisaties van de veiligheidsrisico's zijn ondernomen en in voorkomende gevallen zijn extra en passende (preventie)maatregelen genomen.

Integriteit heeft in 2020 versterkte aandacht gekregen. In het voorjaar van 2020 heeft de Algemene Ledenvergadering een integriteitscode vastgesteld. De daarin overeengekomen maatregelen worden ingevoerd. Ook de Klachtenregeling is hernieuwd. Uitgebreidere informatie is te vinden in de jaarrekening 2020.



Sharon, klant van de voedselbank:
'Iedereen is hier terechtgekomen omdat ze iets zijn kwijtgeraakt in hun leven.'



De coronamaatregelen blijven nog wel even van kracht. Wij bereiden ons voor op een forse toename van het aantal klanten ten gevolge van de economische crisis. Als de overheidsregelingen stoppen, kan het aantal klanten voor de voedselbank snel stijgen. Wij verwachten dat de hoeveelheid beschikbaar voedsel het grootste knelpunt wordt. Daarom zijn we in gesprek met alle leveranciers om de mogelijkheden te onderzoeken. Ook zullen we nieuwe wegen in slaan, zodat niemand in Nederland in voedsel-nood komt. Op het logistieke vlak worden ook diverse maatregelen getroffen om klaar te zijn voor piekbelasting.

Colofon

Redactie

Christina de Rooij

Fotografie:

Fotograaf Albert Heijn en vrijwilligers van de voedselbanken

Vormgeving

Walter Luijkenaar, Voedselbanken Nederland

Copyright

Dit jaarverslag is een uitgave van

Voedselbanken Nederland

Meidoornkade 19, 3992 AG Houten

088 543 54 35

www.voedselbankennederland.nl

welkom@voedselbankennederland.nl

