

Je bent welkom

Jaarverslag 2025



VOEDSELBANKEN.NL

Oog voor voedsel • Hart voor mensen

In dit verslag



➤ Voorwoord	3
➤ Kerngegevens en onze impact	4
➤ Missie, visie en kernwaarden	6
➤ Donateurs: dank jullie wel!	8
➤ 2025 in vogelvlucht	9
➤ Onze strategische keuzes	13
➤ Ambassadeurs en samenwerking	15
➤ Colofon	16

Voorwoord



“Meer dan ooit zijn we maatschappelijk relevant.”

Henk Staghouwer
Voorzitter Voedselbanken Nederland

Hoe gaat het met Nederland? Bezoek één van de 181 voedselbanken en luister naar de verhalen van onze klanten. Verhalen van mensen die geen geld meer hebben om eten te kopen, die hun kinderen met een lege maag naar school sturen en zich vaak diep schamen voor hun situatie. Schrijnende verhalen. Nog schrijnender: het ziet er naar uit dat de armoede in 2025 verder is toegenomen. We wachten de cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) af, maar onze eigen cijfers geven al een duidelijk beeld: in het verslagjaar hebben we 155.600 mensen geholpen, een stijging van 7,5% ten opzichte van het jaar ervoor.

Met ingehouden trots presenteer ik u dit jaarverslag. Ingehouden, omdat het zorgwekkend is dat armoede groeit in een welvarend land als Nederland. Toch ook met trots, omdat onze ruim 14.000 vrijwilligers er telkens weer in slagen om onze klanten een steun in de rug te geven.

In 2025 hebben we verdere stappen gezet in de professionalisering van onze organisatie. Samen met de 181 voedselbanken hebben we onze strategie bepaald tot 2030. We zien duidelijke ontwikkelingen: het aantal klanten zal naar verwachting groeien, terwijl supermarkten steeds beter voedselverspilling

tegengaan. Dat heeft invloed op het voedselaanbod. Toch blijft onze inzet onverminderd: ook in 2030 helpen we onze klanten, net zoals we dat nu doen.

Niemand mag honger hebben. Met het programma Onder de radar zijn we in het voorjaar van 2025 gestart met een communicatiecampagne. Met succes: we bereikten mensen die eerder voor ons buiten beeld bleven, onder de radar. Tegelijkertijd vroeg dit veel van de voedselbanken, die met grote inzet de toestroom van nieuwe klanten hebben opgevangen.

Onze professionalisering raakt ook de vereniging zelf. We hebben nieuwe specialisten aangetrokken en aan ons weten te binden op het gebied van communicatie, juridische zaken, HRM, voedselveiligheid, ICT en Logistiek. Dat past bij een organisatie die nooit stilstaat en nooit stopt met werken. Tegelijkertijd blijft onze basis onveranderd: iedereen die voor ons actief is, doet dat als vrijwilliger. Dat is en blijft ons beleid.

We zijn trots op ons merk, op de betrokkenheid van onze donateurs en onze groeiende groep vrijwilligers. Mensen die niet accepteren dat hun medemensen honger hebben. Meer dan ooit zijn we maatschappelijk relevant. Dat is de boodschap achter de cijfers in dit jaarverslag.

Henk Staghouwer
Voorzitter Voedselbanken Nederland

Kerngegevens en onze impact

551.000

Mensen in Nederland leven onder de armoedegrens.



Volgens CBS 2024, Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) en Nibud.

35.860

Huishoudens werden in 2025 geholpen.



In 2024 waren dit er **32.558**.



69.186.000

Producten zijn uitgedeeld.



Voor elke euro die in voedselbanken wordt geïnvesteerd, ontstaat volgens onderzoek van Deloitte **€ 12,00 aan maatschappelijke impact**.

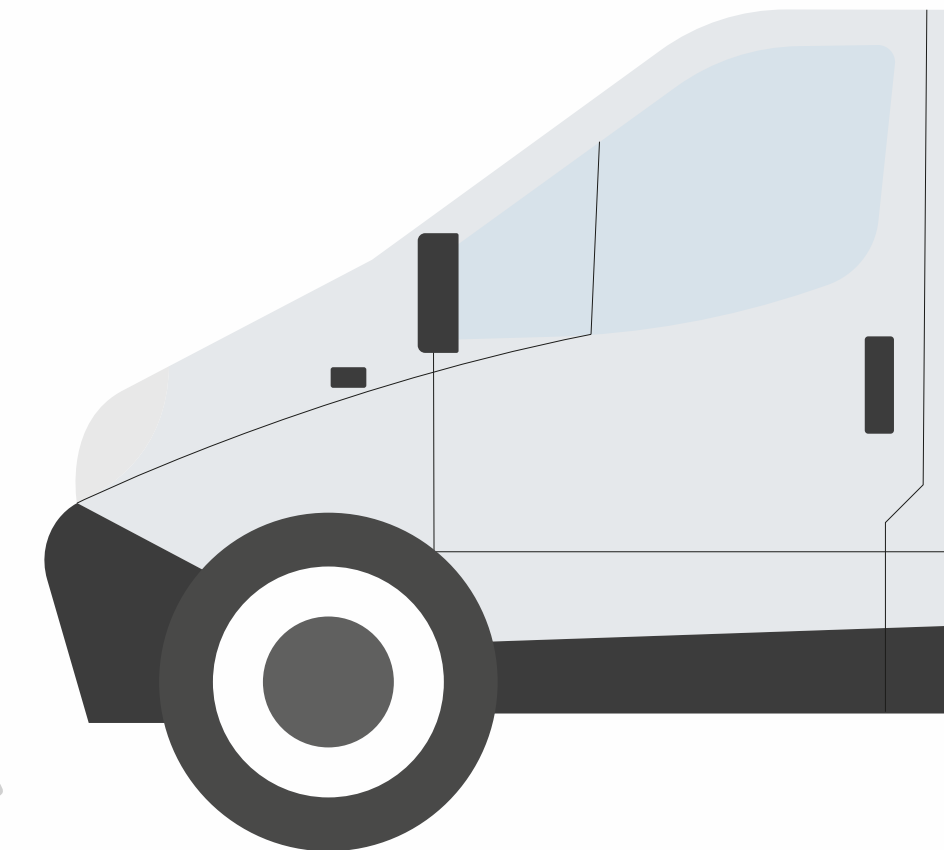


155.600

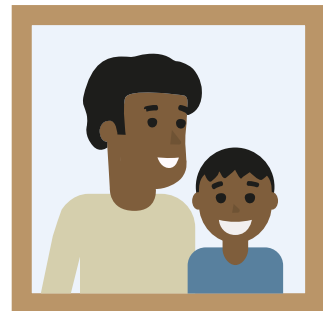
Personen ontvingen in 2025 voedselhulp van de voedselbank.



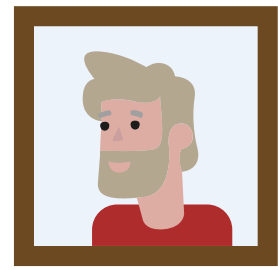
Dit is **een stijging van 7,5%** ten opzichte van 2024. We zien een verandering in de doelgroep: steeds vaker gaat het om werkende armen, zzp'ers en AOW'ers zonder aanvullend pensioen.



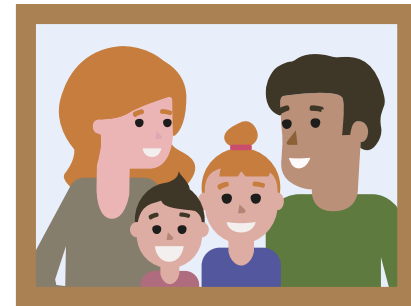
Huishoudens



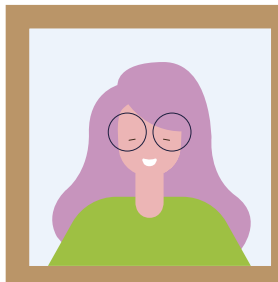
29%
Eenoudergezinnen



43%
Alleenstaanden



23%
Gezinnen



31.530
Jonger dan 18 jaar:
dat is 4% meer dan
in 2024 op hetzelfde
moment.



5%
Stellen

35.860
huishoudens

Wekelijks ontvangen 91.658
personen voedselhulp.
(per december 2025)



52% van de
klanten is **binnen
1 jaar niet meer
afhankelijk** van
de voedselbank.

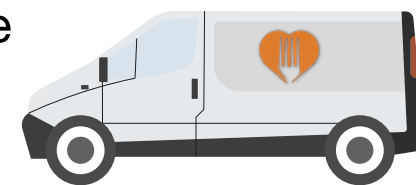
17% is na 3 jaar
nog afhankelijk van
de voedselbank.

Organisatie



181 voedselbanken
1 meer dan vorig jaar

10 regionale
distributie
centra

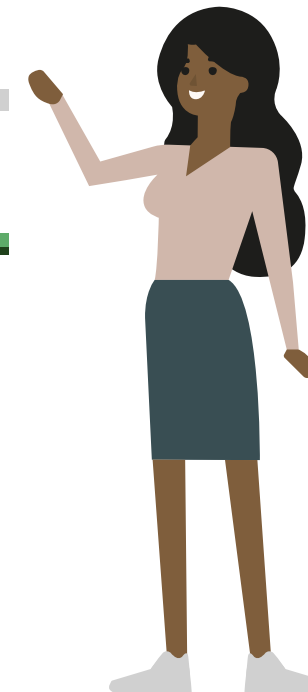


472 uitgiftepunten

14.466
vrijwilligers



Een stijging van 3%
ten opzichte van 2024.

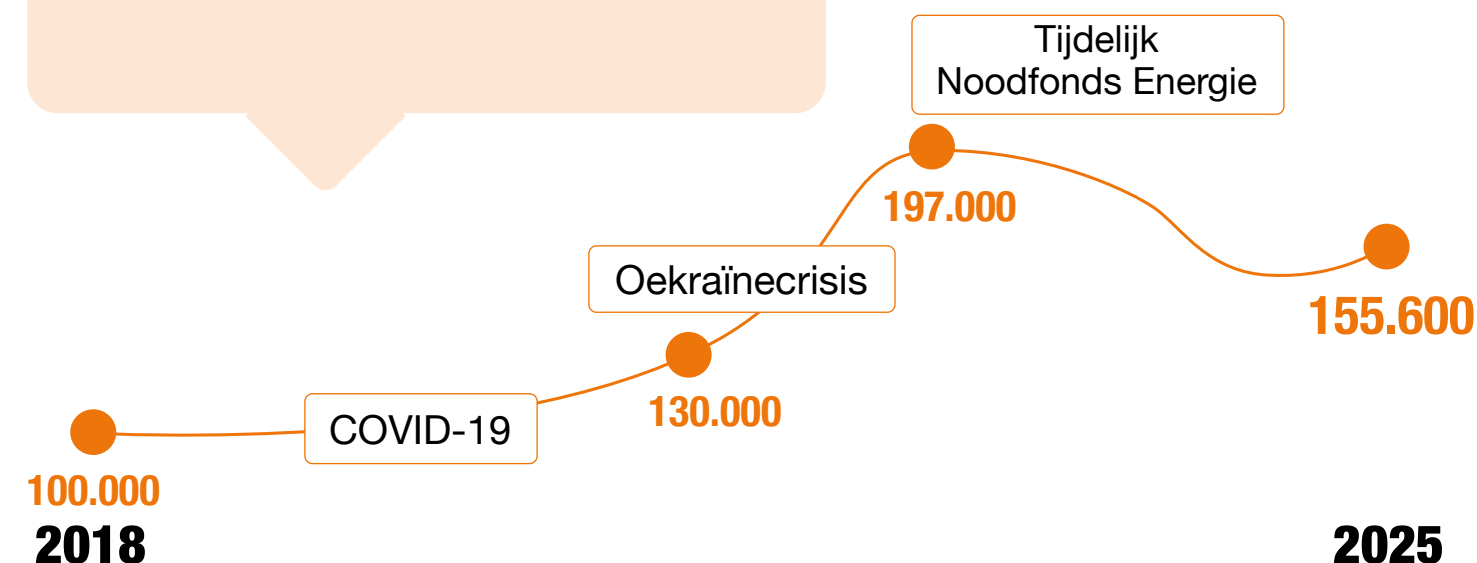


Bij **67%** van de uitgiftepunten kunnen
klanten, al dan niet deels, **zelf kiezen bij
de uitgifte**. Dit was in 2024 nog 63%.

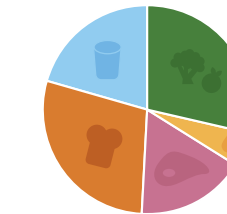
155.600



Personen ontvingen in
2025 voedselhulp van
Voedselbanken Nederland.



Voedselhulp

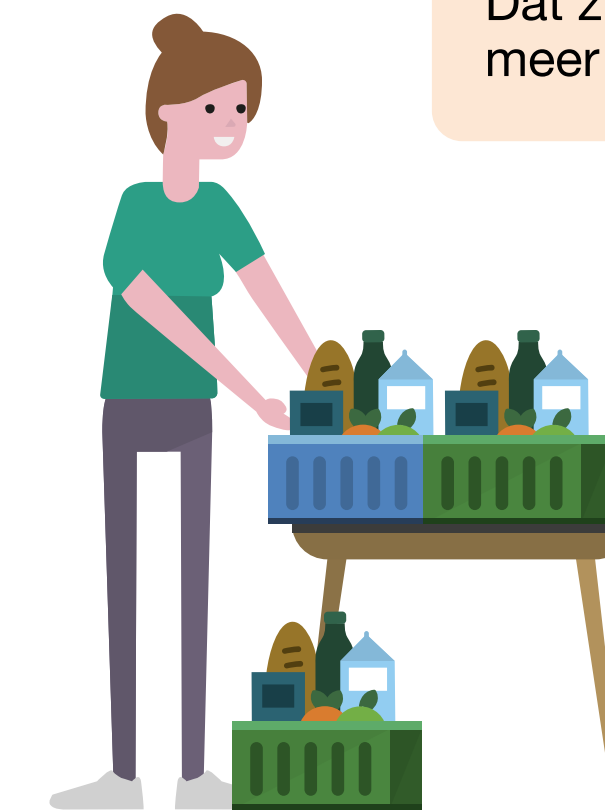


Een voedselpakket bevat
gemiddeld **31 producten**,
waarvan **55% uit de Schijf van Vijf**.

69.186.000
producten uitgedeeld

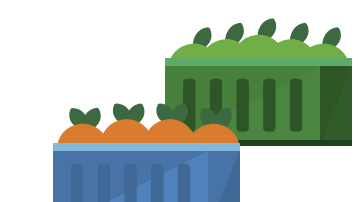


Dat zijn er ruim 1 miljoen
meer dan in 2024.



De Groente & Fruitbrigade
leverde ruim **3.554.288 kilo**
groenten en fruit.

Groentebrigade Manna
leverde **938.926 kilo** groenten.



39% van het
voedselvolumen
verloopt via landelijke
verwerving en
distributie via de
regionale distributie-
centra; de overige
61% wordt lokaal
verworven.



Voor elke **euro** die
in voedselbanken
in Nederland wordt
geïnvesteed, creëren
we maar liefst **€12 aan
maatschappelijke
waarde**.

Missie, visie en kernwaarden

Onze missie is helder: voedselbanken verstrekken kosteloos voedsel aan mensen in armoede die het tijdelijk zelf niet redden. We doen dat uitsluitend met vrijwilligers en zo veel mogelijk met voedsel dat anders verspild zou worden.

Onze visie sluit daarop aan. In Nederland leven nog steeds te veel mensen onder de armoedegrens. Wij helpen hen tijdelijk met voedselhulp, terwijl we tegelijkertijd voedselverspilling tegengaan en het milieu minder belasten. Samen met gemeenten en andere organisaties werken we eraan dat klanten weer op eigen benen kunnen staan. Ons uitgangspunt is: een pakket vandaag, een perspectief voor morgen. En dat zo laagdrempelig mogelijk.

Onze kernwaarden vormen daarbij het kompas:

- **Toegankelijk:** welkom, laagdrempelig, inclusief, oordeelvrij en transparant.
- **Behulpzaam:** een pakket vandaag, menselijke maat en gericht op perspectief.
- **Samen:** solidair, respectvol, met klanten, vrijwilligers en partners.
- **Ongebonden:** onafhankelijk, neutraal en burgers voor burgers.



155.600 
Personen ontvangen in
2025 voedselhulp van
Voedselbanken Nederland.



Uitgangspunten

We werken uitsluitend met vrijwilligers en zetten ons in om zoveel mogelijk gezond voedsel te verstrekken. Daarnaast bieden we voedsel en persoonlijke verzorgingsproducten aan zonder dat onze klanten hiervoor hoeven te betalen.

We zorgen ervoor dat alles zo eerlijk mogelijk wordt verdeeld en dat we altijd veilig opereren, zowel sociaal als fysiek. Daarbij handelen we neutraal en onafhankelijk, volgens het principe 'burgers voor burgers'.

Transparantie in onze verantwoordelijkheid is voor ons vanzelf-sprekend en vormt een belangrijke basis van ons handelen.



Donateurs: dank jullie wel!

Wij zijn heel dankbaar voor alle donaties die we in 2025 mochten ontvangen. Dankzij zowel voedsel- als financiële donaties kunnen wij iedere week voedsel verstrekken aan mensen die het tijdelijk zelf niet redden en onze steun hard nodig hebben. Alle gulle gevers: heel hartelijk bedankt!

Onze bijzondere dank gaat uit naar onder andere:

- De deelnemers van de Postcode Loterij want dankzij hen ontvangen wij een structurele jaarlijkse bijdrage waardoor wij mensen kunnen bereiken met onze voedselhulp;
- Albert Heijn die zich structureel inzet met donaties, acties en campagnes gedurende het hele jaar, goed voor meer dan 4 miljoen producten;
- Rabobank die ons als partner de komende jaren steunt in het verwezenlijken van onze plannen;
- HelloFresh die ons ook in 2025 onverminderd heeft gesteund;
- De Groente- en Fruitbrigade en Groentebrigade Manna die ervoor zorgen dat er altijd voldoende gezond eten is.

Daarnaast bedanken wij onze vaste particuliere donateurs, zakelijke partners, kleinere gevers en anonieme donateurs. Hun steun is hartverwarmend en onmisbaar.



Wij spreken ook onze waardering uit voor de vele bedrijven en organisaties die ons hebben gesteund:

Accenture	Friesland Campina	Mars	Souपालicious
Action	Groente en Fruitbrigade	Masami b.v.	Starbucks
Albert Heijn	HAK	MLCO ltd	Statiegeld Nederland
Aldi	Hanson Fonds.	Mondelez	Stichting Dalijn
Antea Nederland b.v.	HelloFresh Benelux	N.N.	Stichting Financieel
Arla	Heuschen & Schrouff	Nederlandse	Paspoort
Bartosz ICT b.v.	Hoogvliet	Communititeit Zusters	Stichting Tuurlijk
Beagley Copperman	Horsefly Investments	Nestlé	Stichting
Bidfood	Inproba	Pasta Gilde	Voedselvangnet
Biscuit International	Intersnack	Pepsico	The Kepler Cheuvreux
Bunzl	JDE	Picnic	Foundation
Clubgeist	Jumbo	Plus Retail b.v.	TK Maxx Foundation
Compaxo	Kellogg Group	Postcode Loterij	Unilever
Cooperatieve Rabobank	Kraft Heinz	PWC	Van Loon
Deloitte	Kühne & Nagel	Rabobank	Van Oord support
Dirk supermarkten	Lidl	Rembrandt Real Estate	Services b.v.
European Food Banks	Lineage	R.L.	Vion
Euronet Infra Techniek	Maes en Lunau	Riedel	Vrumona
Europese Unie	Makro NL - Metro	Samco b.v.	
Exact GR	International AG	SkillsTown	

2025 in vogelvlucht

Q1



AH-actie

Samen met Albert Heijn vroegen we aandacht voor het belang van een **goed gevulde maag** om te kunnen leren.



Douwe Egberts spaarpuntenactie

Met de spaarpuntenactie werden **180.500 pakken** koffie ingezameld voor de voedselbanken.



Winter3Daagse

Organisatoren en kartrekkers van de Winter3Daagse haalden **€ 59.573** op.



'Ook voor jou'

Met de **campagne 'Ook voor jou'** maakten we voedselhulp zichtbaar en toegankelijk voor mensen die het nodig hebben.



Postcode Loterij

Dankzij de deelnemers van de Postcode Loterij ontvingen wij onze jaarlijkse bijdrage van **€1 mio voor onze missie**.



Voedselbank Dordrecht is verhuisd

Wethouder Wim van der Kruijff (onder meer Armoedebeleid) gaat met een **winkelwagentje** door een muur van toiletpapier.

Q2

in vogelvlucht



Frank Dane ontvangt cheque van Picnic

Picnic doneerde **31.503 pakketten**. Dat was 25% meer dan vorig jaar.



Campagne moet drempel verlagen

Ruud Schaake van Voedselbank Smallerland heeft zijn hoop gevestigd op de campagne van **Onder de Radar**.



ALV in Utrecht

De Algemene ledenvergadering was op 24 mei in La Vie in Utrecht: deelnemers bogen zich over de vraag hoe het is om met een bijstandsuitkering te leven.



Gevulde boodschappentas

René Froger steunde de campagne via zijn eigen social media kanalen.



Bestuur bezoekt VB Amersfoort

Bestuur van Voedselbanken Nederland **vergaderde niet in Houten** maar in Amersfoort.



Onderscheiding voor René Froger

De ambassadeur voor de voedselbank is benoemd tot Officier in de Orde van Oranje-Nassau.



Overeenkomst met Euromaster

Het contract is getekend voor de samenwerking met Euromaster Nederland voor **voordeel bij** onderhouds- en veiligheidschecks.

Q3 in vogelvlucht



Verspillingsvrije week

Tijdens de Verspillingsvrije Week ging **Koningin Máxima** in gesprek over voedselverspilling en voedselhelp.



Veiligheidstraining

Samen met Bovag organiseerde Voedselbanken Nederland een gratis veiligheidstraining voor chauffeurs van elektrische voertuigen.



Extra producten dankzij ESF+

81 Voedselbanken hebben zich aangemeld, zij zorgen gezamenlijk voor **meer dan 50.000 klanten**.



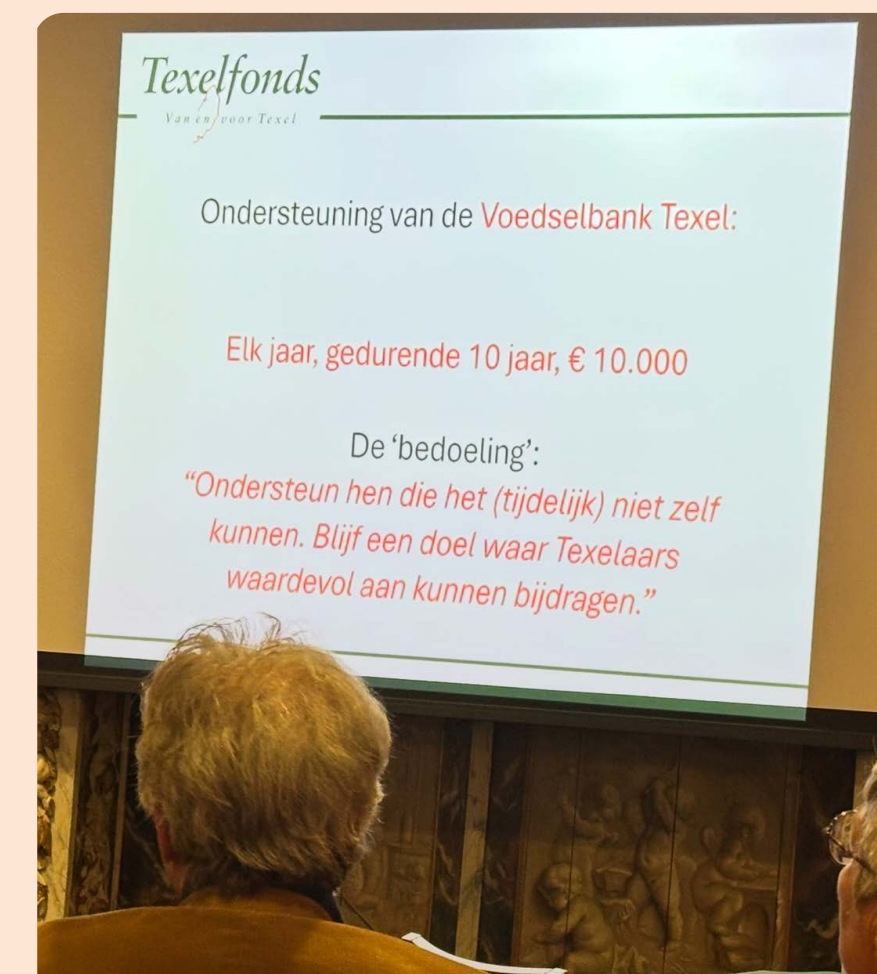
'Laatste Pluk'

Een project van **De Nederlandse Uitdaging** in samenwerking met voedselbanken. Vers fruit uit de boomgaard!



Rappers brengen nummer uit

Dankzij deze samenwerking ontvangen kinderen van klanten een bijdrage via het lied **'Ook voor jou'**.



Texelfonds steunt 10 jaar lang

Een **duurzame stap** vooruit. Voedselbank Texel profiteert van een 10 jaar lange ondersteuning.

Q4 in vogelvlucht



Wissel.nl campagne

Met de campagne van Wissel.nl gaven we **ongebruikte cadeaukaarten** een nieuwe bestemming: voedselhulp.



Congres 'Een bord vol kansen'

Tijdens ons congres brachten we partners en betrokkenen samen rond het thema **kansengelijkheid**.



Wetenschappers helpen

Hein Fleuren van **Tilburg University** (midden, naast Letty Broere) schonk €2000 bij zijn afscheid aan de voedselbank.



Participatie

Tijdens het congres "**Een bord vol kansen**" waren de deelnemers zeer betrokken in de discussie.



Rocking Up X-mas:

Versillende bedrijven zorgen er elk jaar rond kerst voor dat vele gezinnen worden verrast met een **luce kerstpakket**.



Start Kerstactie AH

De jaarlijkse kerstactie van Albert Heijn ging van start om samen **extra steun** te bieden.



Armoededebat

We brachten **onze ervaringen** uit de praktijk in tijdens het armoededebat.

Voor een actueel overzicht van acties en campagnes van bedrijven en organisaties, verwijzen we u graag naar de **website**

Onze strategische keuzes

In het verslagjaar heeft het bestuur van Voedselbanken Nederland onder de naam 'Een bord vol kansen' de strategie bepaald tot 2030. Welke kant gaat het op en waar gaan we als vereniging zwaar op inzetten? Uitgangspunt is en blijft dat voedselbanken voedsel kosteloos verstrekken aan mensen in armoede die het tijdelijk zelf niet redden. We doen dat uitsluitend met vrijwilligers en zoveel mogelijk met voedsel dat anders verspild zou worden.

We zien een aantal trends die van invloed zijn op ons handelen en de keuzes die we maken.

Onze klanten

We helpen al heel veel klanten, helaas zijn er nog veel meer mensen die we niet helpen. Bijvoorbeeld omdat ze ons niet kennen. Met het project Onder de radar beogen we meer mensen te bereiken die onze hulp goed kunnen gebruiken. In het verslagjaar hebben we afgetrapt met een kortlopende publiciteitscampagne. Samen met gemeenten, hulporganisaties en lokale partners gaan we de zoektocht de komende jaren intensiveren.

Ons motto is een pakket met een traject. We willen dit principe verder verankeren in de werkwijze van de voedselbanken. Vanuit het programma Onder de radar zijn verschillende projecten opgezet. Een belangrijk onderdeel daarvan is het centrale klantregistratiesysteem dat de komende jaren wordt ingevoerd. Dit systeem geeft zicht op in- en externe informatiebehoeften.





Voedselaanbod

Het lukt de supermarkten steeds beter voedselverspilling tegen te gaan. Daar zijn we blij mee, tegelijkertijd stelt het ons voor een uitdagende opgave. Enerzijds verwachten we dat het aantal klanten de komende jaren zal groeien, anderzijds neemt het voedselaanbod af. Vraag en aanbod gaan steeds verder uit elkaar lopen. Uitgangspunt is dat we onze klanten voor twee, drie dagen voedsel geven. Daar gaan we niet aan tornen. Ook vinden we het belangrijk dat klanten iets te kiezen hebben binnen ons voedselaanbod.

Wat gaan we doen als we minder voedsel kunnen verdelen onder onze klanten? Op de eerste plaats kiezen we voor solidariteit tussen voedselbanken. Misschien is er in de ene regio een overschot, terwijl in de andere regio een tekort is. Met een beroep op solidariteit moet er slimmer worden verdeeld. Ook zullen we vaker van consumenten om donaties gaan vragen. Bovendien ontvangen we voedsel dat wordt aangekocht vanuit de ESF+ gelden.

Daarnaast zien we interessante voorraden voedsel achter de douane staan die om formele redenen niet ingeklaard worden. Dit heeft niets met de kwaliteit van het voedsel te maken, alles met formaliteiten en specificaties. We willen die voorraden graag achter de douane vandaan halen. We hebben daarvoor een programma gestart.

Voedselbanken Nederland gaat ook op zoek naar grote partijen voedsel waaraan voedselbanken behoefte hebben. Eventueel

nemen we een deel van de kosten voor onze rekening. Mochten de voedseltekorten zo nijpend zijn, dan kunnen we – in laatste instantie - overwegen onze pakketten aan te vullen met boodschappenkaarten.

Vrijwilligers – alles draait om mensen

We zijn en blijven een vrijwilligersorganisatie waar niemand op de loonlijst staat. In de arbeidsmarkt vraagt dat om extra inspanning om vrijwilligers aan ons te binden. Daarom is hard gewerkt aan een arbeidsmarktcampagne. Steeds vaker bieden organisaties aan dat medewerkers incidenteel werk bij ons kunnen verrichten. Daarom hebben we een aanpak voor samenwerking in allianties ontwikkeld en bespreken we steeds de mogelijkheden om intensief (en vaak lokaal) met elkaar samen te werken.

We zien een toename van meldingen van conflicten. Voor onze vrijwilligers is het belangrijk om weerbaar te zijn en professioneel met moeilijke situaties om te gaan. Het team opleiding en training biedt daarvoor weerbaarheidsopleidingen aan voor vrijwilligers die in direct contact staan met onze klanten. Gelukkig verlopen gesprekken tussen vrijwilligers en klanten in het overgrote deel van die contacten uitstekend. Opleidingen over voedselveiligheid en omgaan met agressie worden regelmatig klassikaal verzorgd en ondersteund met e-learnings van SkillsTown via de Voedselbank Academie.



Ambassadeurs en samenwerking

Onze ambassadeurs Danny Blind, Frank Dane, René Froger, Serdar Gözübüyük, Olcay Gulsen, Roelof Hemmen, Najib Amhali en Kjeld Nuis geven een gezicht aan ons werk. We zijn hen dankbaar voor hun tomeloze inzet en hun hart voor onze missie.

Carl Hommels ondersteunde ons als **bestuursadviseur** en heeft ons met raad en daad bijgestaan.

Daarnaast werken we samen met **diverse maatschappelijke organisaties**, waaronder Stichting Jarige Job, Stichting Samen Tegen Voedselverspilling, het Rode Kruis, het Leger des Heils, het Jeugdeducatiefonds en andere organisaties die actief zijn in het bestrijden van armoede in Nederland.

Onze ambassadeurs van links naar rechts.



Colofon



Redactie

Team Communicatie Voedselbanken Nederland

Fotografie

Fotografen van de voedselbanken

Vormgeving

Walter Luykenaar

Copyright

Dit jaarverslag is een uitgave van Voedselbanken Nederland

Meidoornkade 19, 3992 AG Houten

088 543 54 35

www.voedselbankennederland.nl

welkom@voedselbankennederland.nl

Vind ons op social media

