



*STRATEGISCH  
BELEIDSPLAN  
2020-2023*



**VOEDSELBANK**  
Midden-Limburg

*Niet voor brood alleen*



## Inhoudsopgave

1. Inleiding en voorwoord.....	2
2. Missie, Visie en Kernwaarden.....	3
3. Toekomstbeeld van de voedselbanken in Nederland.....	4
4. Belangrijke ontwikkelingen.....	4
5. Analyse sterktes, zwakten, kansen en bedreigingen .....	6
6. Onze strategie en beleidsuitgangspunten .....	7
6.1 Deelnemers.....	7
6.2 Vrijwilligers .....	7
6.3 Voedselverwerving, voedselverspilling en voedselveiligheid.....	8
6.4 Fondsenwerving.....	8
6.5 Informatie, Analyse en ICT.....	8
6.6 Risicobeheersing.....	9
6.7 Communicatie.....	9
Bijlage: Speerpunten.....	10



## 1. Inleiding en voorwoord

Voor u ligt het eerste strategisch beleidsplan 2020-2023 van de Stichting Voedselbank Midden-Limburg (VBML).

15 jaar Voedselbank Midden-Limburg liggen inmiddels achter ons en wanneer wij terugdenken aan die periode en de beleidsdoelen evalueren, moeten wij constateren, dat er heel veel is bereikt. Dat geeft ons reden tot nadenken over de doelen voor de komende vier jaar.

De Stichting Voedselbank Midden-Limburg maakt een sterke ontwikkeling door. Naast een inhoudelijke ontwikkeling is ook een organisatorische ontwikkeling te zien.

Met dit plan zetten we de koers uit tot en met 2023 en willen wij onze vrijwilligers, gemeenten, stakeholders en andere belangstellenden laten zien wat onze ambities zijn en vanuit welke waarden we deze willen realiseren

Om onze meerjarige doelstelling te kunnen realiseren, zijn op basis van de strategische uitgangspunten onze ambities en speerpunten benoemd. Hoe wij dit gaan doen wordt uitgewerkt in een concreet activiteitenplan.

De voortgang zal periodiek worden besproken in het MT-overleg en waar nodig worden bijgesteld.

Bij de totstandkoming van dit Strategisch Beleidsplan hebben wij dankbaar gebruik gemaakt van de hulp van Marie-Louise Verberne en de voorbeelden, die ons aangereikt zijn door Voedselbanken Nederland.

Roermond, 1 augustus 2020

Ger Boereboom  
Voorzitter



## 2. Missie, Visie en Kernwaarden

### Onze missie

Onze voedselbank verstrekt in principe verkregen voedsel gratis aan mensen in Midden-Limburg die het tijdelijk zelf niet redden. We doen dat uitsluitend met vrijwilligers.

### Visie

Net als een bank brengt onze voedselbank vraag en aanbod bij elkaar. De vraag naar voedsel komt van mensen die van zeer weinig leefgeld moeten rondkomen. Het aanbod van voedsel komt van bedrijven, organisaties en supermarkten die bepaalde kwalitatief goede producten niet meer (tijdig) kunnen verkopen en in plaats van het te vernietigen aan ons beschikbaar stellen. Met uitsluitend onbetaalde vrijwilligers zorgen wij ervoor dat dit voedsel op de juiste plek terechtkomt. We streven ernaar dat onze deelnemers, liefst op eigen kracht en/of met enige ondersteuning, uit hun problemen komen en weer grip krijgen op hun leven. Voedselhulp moet immers altijd tijdelijk zijn.

De voedselbank gaat op deze manier ook voedselverspilling tegen.

### Kernwaarden en ambitie

Stichting Voedselbank Midden Limburg hanteert de volgende kernwaarden als maatstaf voor haar handelen:

- We werken uitsluitend met vrijwilligers, incl. bestuur, niemand staat op de loonlijst
- We verstrekken voedsel dat door anderen gedoneerd wordt
- We houden de mogelijkheid open om aanvullend voedsel in te kopen om zo de kwaliteit van het voedselpakket te kunnen waarborgen
- We verdelen het voedsel zo eerlijk mogelijk
- We zijn transparant in onze verantwoording
- We hechten grote waarde aan samenwerking met andere voedselbanken en partijen die ons kunnen helpen in het realiseren van onze doelstelling
- We gaan verspilling van levensmiddelen tegen
- We leveren een bijdrage in het tegengaan van armoede
- We zijn lid van Voedselbanken Nederland en conformeren ons aan haar beleid en doelstellingen
- We weten ons betrokken in het lokaal en regionaal maatschappelijk domein

### Randvoorwaarden

De voedselbank dient structureel over voldoende voedsel, maar ook over voldoende vrijwilligers, geld en middelen te beschikken.



### 3. Toekomstbeeld van de voedselbanken in Nederland

Het gezamenlijke gewenste beeld van de voedselbanken zou er zo uit kunnen zien: een 'burgers voor burgers' initiatief met uitsluitend vrijwilligers. Dat maakt de organisatie uniek. De voedselbanken zijn autonoom, neutraal, integer, transparant, respectvol en gastvrij. Op professionele wijze wordt met veel bezieling samengewerkt. Ook derden dragen bij aan onze missie door voedsel, geld, tijd, kennis, middelen etc. te doneren of (delen van) bedrijfsprocessen te adopteren. We hechten aan een goede samenwerking met heel veel partners binnen en buiten de voedselketen.

De voedselbanken zullen zich steeds meer ontwikkelen tot een warme ontmoetingsplek waar klanten, vrijwilligers en andere hulpverleners samen komen. Klanten kunnen er op verhaal komen. Vrijwilligers staan klaar om hen te helpen aan voedsel in een periode waarin zij daar niet zelf in kunnen voorzien. Maar voedselhulp moet in principe tijdelijk zijn. Om de zelfredzaamheid van onze klanten te vergroten, werken wij nauw samen met externe partijen aan een integrale aanpak van de hulpverlening aan onze klanten. Op landelijk, regionaal, maar vooral gemeentelijk niveau zijn we een belangrijke partner in het armoedebeleid.

Voedselbanken leveren een positieve bijdrage aan het voorkomen van voedselverspilling en streven naar een duurzame bedrijfsvoering.

### 4. Belangrijke ontwikkelingen

De Voedselbank wil een toekomstbestendige organisatie zijn. Door middel van het formuleren van een meerjarige strategie willen wij anticiperen op ontwikkelingen om onze dienstverlening te kunnen blijven waarborgen.

Bij het opstellen van deze meerjarige strategie zijn we uitgegaan van de uitgangspunten van Voedselbanken Nederland en hebben deze vertaald naar onze lokale situatie.

Belangrijke aanleiding voor de herijking van onze strategie zijn de volgende (externe) ontwikkelingen:

#### Reduceren van voedselverspilling

De voedselverspilling in Nederland zal in 2030 met 50% verminderd moeten zijn, de voedselsector ziet de voedselbanken als een belangrijke partner in dit streven. Tegelijkertijd heeft dit directe gevolgen voor het aanbod van gratis voedsel door de partners.

#### Groei van aantal mensen dat risico loopt in armoede terecht te komen

Het aantal mensen dat risico loopt om in armoede terecht te komen neemt naar verwachting toe en dat geldt zeker voor het aantal mensen in langdurige armoede. Dat laatste heeft effect op de duur van onze noodhulp. De rol van noodhulp en sociaal vangnet blijft onveranderd belangrijk. De verwachting is derhalve dat we de komende jaren meer mensen, gedurende langere tijd, van voedsel moeten gaan voorzien.

#### Minder vrijwilligers en meer concurrentie

Het aanbod aan vrijwilligers komt onder druk door trends als: ontkerkelijking,



hoogconjunctuur, mantelzorg, professionalisering van andere vrijwilligersorganisaties. Verder zal naar verwachting de huidige trend doorzetten dat vrijwilligers zich niet meer voor langere tijd willen verbinden, maar vooral op zoek zijn naar uitdagende klussen. De maatschappelijke aandacht voor voedselverspilling zal toenemen en dat biedt kansen voor het werven van vrijwilligers.

#### Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) wordt de standaard

Bedrijven en jongeren kiezen steeds meer op basis van het goede gevoel voor het maatschappelijke doel en nut van organisaties. Organisaties zullen een volwaardig onderdeel van de samenleving willen zijn, gericht op mensen, leefomgeving/milieu en welvaart. Maatschappelijke aandacht voor voedselverspilling wordt steeds groter. Door deze trend wordt de aandacht voor onze rol bij het voorkomen van voedselverspilling groter, waardoor ons imago wordt verrijkt. Daardoor wordt de geefbereidheid van donateurs, bedrijven en fondsen vergroot. Maar het leidt ook tot concurrentie, andere initiatieven en commerciële oplossingen.

#### Nieuwe trends ontstaan in fondsenwerving

Naar verwachting komt er een forse stijging van donaties door legaten en erfenissen die vrijkomen van de babyboomgeneratie. Ook zet de trend door van minder vaste (kleine) donaties van particulieren naar meer eenmalige donaties. In het kader van MVO zullen meer bedrijven tijd, expertise en financiering aan goede doelenorganisaties ter beschikking stellen.

#### Rol van data, IT-systemen en lerende oplossingen neemt een vlucht

Voedselbanken kunnen zonder goede IT-systemen niet meer bestaan. Uiteraard is er daarbij een groot verschil in de grootte van de voedselbank. Moderne ICT-systemen kunnen veel meer dan alleen ondersteunen bij intake, voorraadbeheersing, logistiek en administratie. Het is belangrijk om deze ontwikkelingen te blijven volgen en daar ons voordeel mee te doen.



## 5. Analyse sterktes, zwakten, kansen en bedreigingen

Wanneer we genoemde ontwikkelingen projecteren op onze lokale omgeving en interne organisatie komen we tot de volgende analyse.

Sterktes	Zwakten
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grote (merk)bekendheid voedselbanken, brede waardering, maar wat we doen is veelal nog onbekend</li> <li>2. Sterk, goed, sympathiek imago. Professioneel, maatschappelijk relevant</li> <li>3. Vaste uitdeelpunten in elke gemeente binnen verzorgingsgebied</li> <li>4. Toegenomen professionaliteit</li> <li>5. Werken met uitsluitend vrijwilligers, gemotiveerd en betrokken (zeker binnen clusters)</li> <li>6. Geïntegreerd in de wijk</li> <li>7. Succesvolle acties (kerst)</li> <li>8. Goede samenwerking met andere voedselbanken (ROP)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. We bereiken slechts een deel van de doelgroep die nu al aan onze criteria voldoen</li> <li>2. Tekort aan voedsel, bij 50% stijging deelnemers ook logistiek probleem t.a.v. opslag in koeling (ruimtegebrek)</li> <li>3. Onze rol op gebied van voedselverspilling is nauwelijks bekend bij grote publiek</li> <li>4. inkomsten veelal incidenteel, niet structureel;</li> <li>5. voldoende vrijwilligers, wel vergrijzing; tekort aan specialisten en jongeren bij onze vrijwilligers</li> <li>6. Kennis/capaciteit/tijd fondsenwerving onvoldoende</li> <li>7. Lokaal netwerk te beperkt waardoor we te weinig voedsel verwerven</li> </ol>
Kansen	Bedreigingen
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potentiële deelnemers genoeg die echt hulp nodig hebben</li> <li>2. Samenwerking met derden (o.a. gemeenten) en onderling (met andere voedselbanken, RDC)</li> <li>3. Onze missie sluit naadloos aan bij trends in samenleving wat betreft circulaire economie, MVO, voedselverspilling, sociale relevantie</li> <li>4. Innovatie op gebied van processen, automatisering, informatieverzameling en distributietechnieken</li> <li>5. Aantrekken van 'nieuwe' vrijwilligers en jongere generaties door het werk anders te organiseren, in klussen, kortdurend, maar ook acties en samenwerking met scholen.</li> <li>6. Bredere, stevigere en vaste maatschappelijke rol (erkende partner voor Nederlanders die aan zijlijn staan)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Competitie in vrijwilligersveld, hulporganisaties vissen in zelfde vijver; druk door hogere pensioenleeftijd (waardoor minder vrijwilligers) en mantelzorgtaken</li> <li>2. Minder en eenzijdig voedselaanbod door verbetering van bedrijfsprocessen leveranciers, door toenemende publiciteit over noodzaak verspilling voorkomen; nu al onvoldoende voedsel</li> <li>3. Hoge vaste lasten en stijgende kosten van onze logistieke operatie in combinatie met lagere donaties</li> <li>4. Te snelle groei, te veel mensen helpen waardoor we doelstelling niet waar kunnen maken</li> <li>5. Imago en reputatie kwetsbaar voor incidenten, vooral op terrein voedselveiligheid</li> <li>6. Toenemende eisen en regels voor de voedselbanken (wetgeving en gedragscodes, bijv. voor milieu en vervoer)</li> <li>7. Integriteit op alle niveaus, respectvol gedrag, m.n. richting deelnemers</li> </ol>



## 6. Onze strategie en beleidsuitgangspunten

Op basis van genoemde uitgangspunten, ontwikkelingen en de sterkte/zwakte-analyse zijn per deelterrein de volgende beleidsuitgangspunten en strategieën voor de periode 2020-2023 beschreven.

### 6.1 Deelnemers

#### Doel:

We willen meer huishoudens helpen die volgens het CBS in armoede leven. Tevens willen we de dienstverlening aan onze deelnemers waar mogelijk verbeteren.

#### Hoe:

- We proberen de mensen te vinden die nu al in aanmerking komen maar onder de radar blijven
- We willen onze dienstverlening naar een hoger niveau brengen
- We delen gemiddeld 25 (zoveel mogelijk gezonde) producten per consumenteneenheid per week uit, waaruit 3 volwaardige maaltijden bereid kunnen worden
- We richten ons primair op levensmiddelen, geen non-food producten zoals kleding
- We bieden wekelijks voedselpakketten aan op onze 5 distributiepunten (Roermond (hoofdvestiging), Maasgouw, Leudal, Echt-Susteren en Roerdalen)
- We ontwikkelen naar meer menswaardige uitdeelconcepten
- We bevorderen zelfredzaamheid: geen pakket zonder begeleidend traject, deelnemers moeten na maximaal 3 jaar hulp van de voedselbank weer op eigen benen kunnen staan
- We verwijzen deelnemers hiervoor proactief door naar hulpverlenende instanties
- We weten wat er speelt onder onze klanten
- We hanteren een laagdrempelige intakeprocedure

### 6.2 Vrijwilligers

#### Doel:

We hebben voldoende geschikte en gemotiveerde vrijwilligers, specialisten en een competente bestuurlijke organisatie.

#### Hoe:

- We binden en boeien onze vrijwilligers
- We streven naar jongere vrijwilligers
- We willen ook specialisten (denk aan ICT) aan ons binden
- We besturen adequaat en competent
- We bevorderen de betrokkenheid door periodiek een interne nieuwsbrief uit te geven, regelmatig werkoverleg en jaarlijks een informele BBQ
- We faciliteren opleiding- en trainingsprogramma's
- We vieren successen





- We hebben een platte organisatie welke bestuurd wordt door 3 bestuursleden, aangevuld met 5 Mt-leden

### 6.3 Voedselverwerving, voedselverspilling en voedselveiligheid

#### Doel:

We verkrijgen voldoende voedsel om de doelstelling te kunnen realiseren

#### Hoe:

- We benutten een breed netwerk in onze regio voor voedselverwerving
- We hebben aandacht voor voedselveiligheid
- In samenwerking met alle voedselbanken in Midden-Limburg richten we een toekomstbestendig RDC ingericht, met o.a. een uniform, goed en sluitend registratiesysteem.
- We halen dagelijks voedsel op bij lokale supermarkten en organisaties
- We werken samen met het RDC en andere voedselbanken in de regio om eventuele voedseloverschotten/tekorten samen te delen
- We nemen deel aan acties voor voedselverwerving (o.a. kerstactie)
- We richten een aandachtsveld "voedselverwerving" in

### 6.4 Fondsenwerving

#### Doel:

We hebben voldoende geld en middelen om onze doelstelling te kunnen realiseren.

#### Hoe:

- We genereren meer structurele inkomsten om minder afhankelijk te zijn van incidentele giften en donaties
- We hebben deskundigheid in huis op het gebied van fondsenwerving
- We ondersteunen, stimuleren en promoten acties

### 6.5 Informatie, Analyse en ICT

#### Doel:

Informatie t.b.v. sturing van processen en/of de organisatie. Input om op basis van deze informatie beleid, inrichting, processen en werkwijzen te organiseren of bij te sturen.

#### Hoe:

- Periodiek wordt de van belang zijnde informatie besproken en daar waar nodig wordt bijgestuurd
- We gebruiken voedselbank.nu optimaal voor het monitoren van onze deelnemers (bijv. herscreening) en het maken van managementrapportages
- Het bestuur van Voedselbank Midden-Limburg vergadert tenminste 4x per jaar, besluiten en acties worden vastgelegd in de notulen



- De voorzitter en secretaris nemen deel aan de vergadering van het Regionaal Periodiek Overleg, waarin alle Limburgse Voedselbanken vertegenwoordigd zijn. Het belangrijkste doel van dit overleg is voorbereiding van de algemene ledenvergadering van VBN, het nemen van besluiten met betrekking tot het Regionaal Distributiecentrum, samenwerking en het delen van ervaringen

## 6.6 Risicobeheersing

### Doel:

We weten wat onze risico's zijn, beperken deze zoveel als mogelijk en zorgen voor juridische borging.

### Hoe:

- Onze stichting is lid van de Vereniging van Nederlandse Voedselbanken
- We voldoen aan de eisen die worden gesteld door wet- en regelgeving
- We werken volgens normen en regels die de voedselbanken met elkaar hebben afgesproken
- We hebben bijzondere aandacht voor voedselveiligheidskwesties en update van het calamiteitenplan
- We hebben risicobeheersing bestuurlijk verankerd
- We verzorgen rapportages t.b.v. ANBI, donateurs etc., we publiceren jaarlijks ons jaarverslag op onze website

## 6.7 Communicatie

### Doel:

We willen onze naamsbekendheid verder vergroten, imago verbreden en versterken (wat doen we nu precies, complexiteit en schaal van het werk, verbinding met voedselverspilling, moderner/positiever, 'blij dat we er zijn' in plaats van 'voedselbanken zouden niet moeten bestaan'.)

### Hoe:

- We zetten social media zoals facebook actief in
- We willen gebruik maken van de "knowhow" van Voedselbanken Nederland
- We hebben een website die actueel is met aandacht voor onze doelen, deelnemers en sponsors
- We gebruiken de huisstijl in al onze communicatie uitingen
- We geven met enige regelmaat een nieuwsbrief uit gericht op de wijk
- We geven met regelmaat een nieuwsbrief uit gericht op onze vrijwilligersorganisaties.
- We communiceren de ontwikkelingen in de dealnemersaantallen met de gemeenten binnen ons verzorgingsgebied



## Bijlage: Speerpunten

### Speerpunten Deelnemers:

- We spannen ons actief in om klanten "onder de radar" te vinden
- Daar waar mogelijk willen we onze dienstverlening verbeteren

### Speerpunten Vrijwilligers:

- We gaan jongeren interesseren voor vrijwilligerswerk bij onze voedselbank
- We benutten de competenties van onze vrijwilligers

### Speerpunten Voedselverwerving, voedselverspilling en voedselveiligheid:

- Borgen van voedselveiligheid
- We hebben een cont(r)act met alle potentiële partijen voor voedselverwerving in ons verzorgingsgebied
- We richten het transport zo efficiënt mogelijk in en faciliteren in noodzakelijk vervoer
- We organiseren verwerving zo professioneel mogelijk

### Speerpunten Fondsenwerving:

- We breiden onze kennis/kunde t.a.v. fondsenwerving uit

### Speerpunten Informatie, Analyse en ICT:

- We beschikken over alle relevante informatie om adequaat te kunnen besturen
- We bevorderen efficiency en doelmatigheid door optimalisatie van de ICT-processen (automatisering). Denk hierbij aan: wachtwoordenkluis, antivirus, back-ups, websitehosting, websitevernieuwing, Cloud platform (documenten, contacten en mailoffice 365), wifi, DECT/VOIP, gevel camera's, camerabewaking binnen, thermostatische aansturing ruimten omroepinstallatie, etc.

### Speerpunten Communicatie:

- We besteden meer aandacht aan wat we nu precies doen en leggen verbinding met voedselverspilling.