

JAAAR VERSLAG

2023

**MEI
2024**

BOEREN VOOR BUREN

De Gezonde Schakel

VOORWOORD



Stichting Boeren voor Buren stond eind 2022 voor een tweesprong. Belangrijke lessen werden getrokken en plannen voor de toekomst werden gesmeed. Hoe kan deze social startup zich verder ontwikkelen in een snel veranderende markt?

Terugkijkend op het afgelopen jaar heeft de stichting haar veerkracht merkbaar gemaakt door voortdurend te anticiperen met nieuwe ontwikkelingen op de maatschappelijke uitdagingen die zich voordeden. Dit vergde niet alleen flexibiliteit en aanpassingsvermogen, maar ook een sterke focus op de kernwaarden en doelstellingen van de organisatie.

De stichting werd dé schakel om voedselzekerheid in Nederland te vergroten. Iedereen heeft recht op betaalbare, gezonde voeding. Boeren voor Buren richt zich op mensen met een kleine portemonnee en verminderen voedselverspilling.

Door strategische beslissingen en innovatieve aanpakken te omarmen, heeft de stichting nieuwe wegen gevonden om haar impact te vergroten en haar missie te versterken.

Haar doel? 10.000 huishoudens met een kleine of lege portemonnee voorzien van groente, fruit en kruiden.

INHOUDSOPGAVE

	VOORWOORD	1
	INLEIDING	3
	ONTWIKKELINGEN	4
	TERUGBLIK	4
PROCESSEN	17	
FJILDMARKT	23	
PARTNERS	24	
TOEKOMST PERSPECTIEF	25	



Rosanne Esme

INLEIDING

Stichting Boeren voor Buren is in 2020 begonnen met het toegankelijk maken van verse en betaalbare groente, fruit en kruiden van boeren uit de regio voor huishoudens in armoede.

Gedurende de afgelopen drie jaar heeft de stichting zich verder ontwikkeld, veel waardevolle lessen geleerd en zowel diverse aspecten van het businessmodel kunnen valideren als moeten herzien.

Het is merkbaar dat de armoedeproblematiek groter is geworden, terwijl de oplossingen steeds geringer zijn. Hierdoor zijn samenwerkingen met soortgelijke initiatieven broodnodig om het gefragmenteerde voedsellandschap voor huishoudens met een kleine én lege portemonnee te kanaliseren.

In het najaar van 2023 werd de stap gezet naar de 'Gezonde Schakel' voor sociale voedselinitiatieven en particuliere huishoudens met een kleine en lege portemonnee. Hiermee ondersteunt stichting Boeren voor Buren:

1. Individuele huishoudens (B2C; Business to Consumer) waarbij groente- en fruitpakketten tegen 50% van de supermarktprijzen aangeboden worden voor gezinnen in Amsterdam die niet in aanmerking komen voor de Voedselbank en/of andere ondersteunende maatregelen, maar onvoldoende koopkracht hebben om verse groente & fruit te kopen;
2. Sociale voedselinitiatieven (B2B; Business to Business) in hun activiteiten voor kansarme huishoudens, waarbij de hulpvraag van sociale voedselinitiatieven uit de markt (Noord-Holland & Flevoland) is gekomen om 30% goedkoper in te kopen vergeleken met reguliere inkooprijzen.

In het assortiment zit een seizoensselectie van lokaal geproduceerde en internationaal biologische en/of geredde groente, fruit en kruiden. Voor beide afzetkanalen biedt de webwinkel de mogelijkheid om online te bestellen en te betalen.

Met deze richting is de stichting in staat meer huishoudens van gezonde voeding te voorzien en kan zij spreken van een grotere impact. In dit jaarverslag wordt verder toegelicht op welke wijze en aan de hand van welke processen de stichting tot 'De Gezonde Schakel' is ontwikkeld.

ONTWIKKELINGEN

In 2023 werden de leveringen voor Boeren voor Vluchtelingen voortgezet en begon het jaar als experiment voor wat nu ‘De Gezonde Schakel’ is. De verschillende inzichten van de afgelopen jaren worden in dit hoofdstuk beschreven.

TERUGBLIK

SINDS ONTSTAAN STICHTING

De heroriëntatie van stichting Boeren voor Buren in 2023 kende al veel voorgaande fasen. In Tabel 1 worden de drie verschillende fasen van de stichting chronologisch weergegeven per thema.

Tabel 1

Overzicht fasen Boeren voor Buren

Thema	Boeren voor Buren Corona	Boeren voor Vluchtelingen	De Gezonde Schakel
Doelgroep	Kleine portemonnee	Vluchtelingen	Kleine portemonnee (B2C) & lege portemonnee via sociale voedselinitiatieven (B2B)
Aanbod	NL seizoen AGF	NL seizoen AGF	NL seizoen AGFBiologisch internationaal fruitAfgekeurde AGF
Inkoop	Vereniging Flevofood, VaVersa	Vereniging Flevofood, VaVersa	Staa Food Group, Eosta, Veggiebox & lokale boeren
Logistiek	Extern & intern georganiseerd, mbv vrijwilligers, rechtstreeks van boer naar klant	Extern & intern georganiseerd, In bulk van boer naar locatie	Extern & intern georganiseerd, in bulk naar B2C via VeggieboxB2B via eigen distributiecentrum (vanaf 2024)
Locaties	Gemeentelijk	Regionaal	Nationaal
Periode	Juni '20 - juli '2226 maanden46 leveringen	April '22 - maart '2312 maanden19 leveringen	Februari '23 - ...11 maanden (2023)11 leveringen (2023)
Frequentie	Tweewekelijks	Tweewekelijks	Wekelijks
Volume geleverd	143.162,70 kg totaal3.112,23 kg per levering	31.501,82 kg totaal1.657,99 kg per levering	Verwachting: 396.619 kg totaal en 7.627,29 kg per levering
Bereikte huishoudens	Totaal periode10.502 bestellingen3.530 huishoudens60% eenmalige klanten	Totaal periode15.305 bestellingen4.016 individuen	2023B2C: 329 unieke huishoudensB2B: 980 huishoudens via 5 initiatievenVerwachting 2024B2C: 800 unieke huishoudensB2B: 11.080 huishoudens
Geleverd in	Pakket her huishouden	In bulk - locatie verspreid zelf	In pakket aan B2C & bulk aan B2B
Gemiddelde bestelling van een huishouden	Volume: 8,2 kgVerkoopprijs: 10-15% goedkoper dan de supermarktprijzen	Volume: 0,9 kg (aanvullend)Verkoopprijs: 100% goedkoper dan de reguliere inkoopprijzen	Volume (2023)B2C: 6,79 kgB2B: 4,64 kgVerkoopprijsB2C: 50% goedkoper dan de supermarktprijzenB2B: 30% goedkoper dan de reguliere inkoopprijzen
Financiering	Klanten betalen + diverse donaties met als doel te groeien naar een zelfvoorzienend business model	Kosten van goederen en keten 100% betaald door donaties (Rabobank, gemeente Almere en Serra Foundation)	Klanten (B2C & B2B) betalen + diverse donaties met als doel te groeien naar een zelfvoorzienend business model

Het jaar 2023 werd gekenmerkt door de transitiefase van Boeren voor Vluchtelingen naar ‘De Gezonde Schakel’.

ONTWIKKELINGEN

HET JAAR 2023

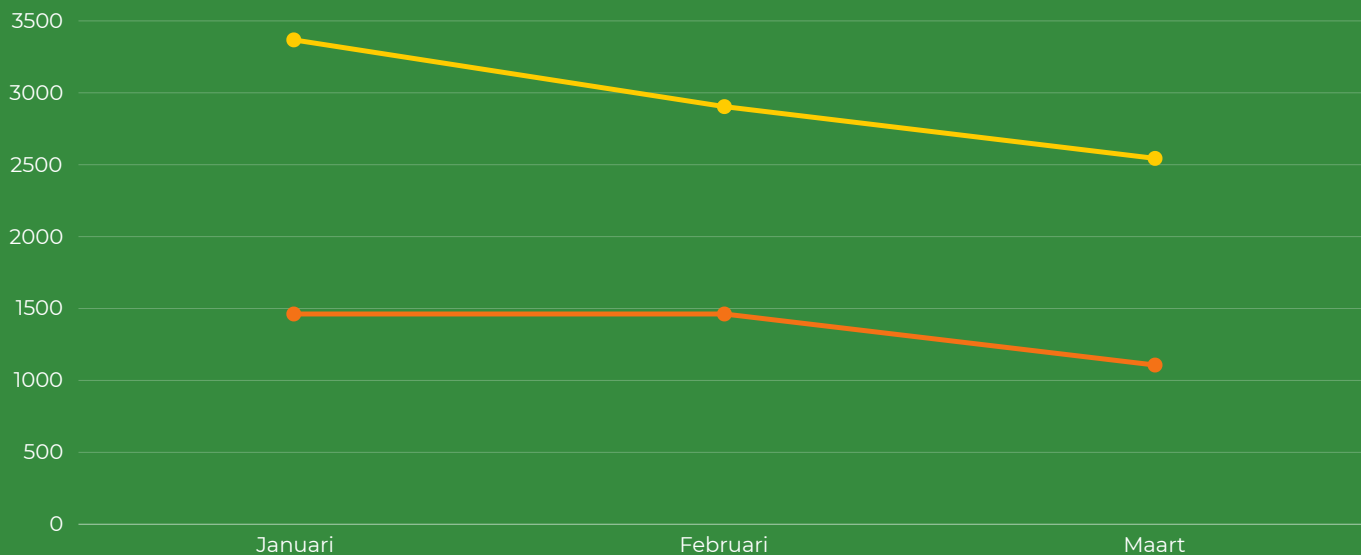
Boeren voor Vluchtelingen

Op basis van het voorbestemde budget voor het zijproject **'Boeren voor Vluchtelingen'** werden de leveringen in 2023 verder gezet.

Zo konden nog 18 opvanglocaties verspreid over Almere, Heemstede, Haarlem en Zandvoort bediend worden met verse groente en fruit. De leveringen vonden plaats tussen januari en maart, waarnaast gewerkt werd aan de verdere ontwikkeling van de stichting. Hierbij werd 8.816,62 kg groente, fruit en kruiden verdeeld onder **1.462 vluchtelingen**. Figuur 1 geeft het verloop van de verschillende leveringen weer en tabel 2 de aantallen.

Figuur 1

Leveringen Boeren voor Vluchtelingen



De dankbaarheid was groot, zowel vanuit de vluchtelingen als vanuit de opvanglocaties.

"Nu de leveringen (voorlopig) even van de baan zijn, nogmaals mijn dank voor de samenwerking. Het geleverde groente en fruit heeft vele mensen blij gemaakt en was enorm leuk om te doen. Wie weet op weg naar een volgende keer en succes met jullie werk, ik ben fan en zal jullie blijven promoten!"

- Projectleider Dienstverlening Opvang Oekraïne (Gemeente Almere)

ONTWIKKELINGEN



Tabel 2

Bereik en volume opvanglocaties

Datum levering	Aantal locaties	Aantal vluchtelingen	Aantal kg
27.01.2023	18	1.462	3.368,04
10.02.2023	4	220	836,74
24.02.2023	11	1.322	2.067,34
17.03.2023	10	1.107	1.503,33
31.03.2023	8	967	1.041,17

Per locatie wonen er gemiddeld 112 vluchtelingen. In 2023 werd er gemiddeld 4 keer per locatie geleverd.



OPVANGLOCATIE IN ZANDVOORT

Rode Kruis



SINTERKLAAS VIEREN

met Boeren voor Buren

ONTWIKKELINGEN



Deze initiatieven hebben steeds vaker te maken met een beperkte donatiestroom aan gezonde voeding, gezien hun leveranciers efficiënter inkopen en een strenger beleid hanteren rondom verspilling. Als gevolg moeten deze initiatieven bijkopen. Een aantal initiatieven gaan fondsenwerven of hebben een vaste partner die hun in budget of vouchers bij supermarkten voorziet.

Zo is het Rode Kruis in Amsterdam partner van zo'n 26 initiatieven. Echter missen deze organisaties vaak de inkoopexpertise en logistieke efficiëntie om gezonde voeding te bereiden en/of uit te delen. Het is voor hen altijd een zoektocht naar zo goedkoop mogelijke voeding.

Verder zijn sociale initiatieven de bron waar de doelgroep samen komt. Dankzij de laagdrempelige aanpak bereiken ze vaak oneindig veel huishoudens die moeilijk kunnen rondkomen en kan stichting Boeren voor Buren op die manier voor nog meer mensen het verschil maken.

SOCIALE VOEDSELINITIATIEVEN

Dankzij de opvanglocaties en geallieerde sociale initiatieven werd steeds meer kennis vergaard. Om een antwoord te bieden op de stijgende vraag naar voedselhulp in Amsterdam en omstreken werd de nieuwe richting als 'De Gezonde Schakel' ingezet. Met deze richting werden bestaande sociale voedselinitiatieven, die pakketten uitdelen of maaltijden bereiden, in hun kracht ondersteund met betaalbare en gezonde voeding vanuit stichting Boeren voor Buren.



ONTWIKKELINGEN

Voedselbanken Nederland heeft sinds enige tijd eveneens een structureel tekort ervaren aan verse groente en fruit, waar stichting Boeren voor Buren in hun behoefte heeft voorzien. In 2022 werd voor het eerst geleverd aan de Voedselbank Zaanstreek, die de volgende quote achterliet.

“In de spin off van de hulp die de Stichting Boeren voor Buren doet voor (Oekraïense) vluchtelingen in de Zaanstreek werden ook wij wekelijks geholpen met kwalitatief goede groenten en fruit. Wij zijn onder de indruk van de kwaliteit en het commitment van deze stichting.”

- Hans Brinkhuis, voorzitter Voedselbank Zaanstreek

Nu wil de stichting deze samenwerking verduurzamen door een continue stroom van verse groente, fruit en kruiden te leveren aan de Voedselbanken Nederland en andere lokale voedselhulp initiatieven.

In een experiment werden 81 voedselinitiatieven in groot Amsterdam gecontacteerd, waarvan 30 initiatieven aangaven nood te hebben aan betaalbare groente en fruit (37% validatie). Twee initiatieven gingen in februari over tot bestellen. De reden van uitblijven lag hoofdzakelijk aan de nog te hoge prijs van de groente, fruit en kruiden en het beperkte assortiment.

Voor de nabije toekomst heeft men de verwachting dat er vaker sprake zal zijn van te weinig voedseldonaties van overschotten door leveranciers. Daarom is de B2B inkoop- en leveringfunctie noodzakelijk om ervoor te zorgen dat alle voedselinitiatieven blijvend ondersteund worden in hun activiteiten.

Om aan de noden en wensen van de initiatieven te kunnen voldoen waren enkele veranderingen noodzakelijk. Er werden:

1. telers en leveranciers gecontacteerd;
2. logistieke oplossingen bedacht en besproken met transportbedrijven en distributie locaties;
3. voortdurend afgestemd en bijgesteld door in gesprek te gaan met de initiatieven en kansarme gezinnen.

Op basis van de resultaten werden veranderingen doorgevoerd, wat heeft geleid tot 'De Gezonde Schakel'.



Rosanne Esme

ONTWIKKELINGEN

Op wekelijkse basis kunnen sinds november 2023 groente en fruit worden ingekocht door sociale voedselinitiatieven aan prijzen die **30% goedkoper** zijn dan hun reguliere inkooprijzen. Hierin wordt:

met inkooppartners
samengewerkt:

- * die al rechtstreeks inkopen en ophalen bij Nederlandse boeren, zoals Staay Food Group;
- * overschotten hebben aan internationaal biologisch fruit, zoals Eosta BV omwille van cosmetische afwijkingen vanaf januari 2024;
- * wat zorgt voor een logistieke kostenverlaging van 45% per pallet vergeleken met het voorgaande inkoopmodel van stichting Boeren voor Buren en wel 45% goedkopere inkoopmogelijkheden.

een webwinkel, via WooCommerce,
beschikbaar gesteld

- * die alleen toegankelijk is voor alle sociale voedselinitiatieven na goedkeuring van stichting Boeren voor Buren;
- * waarbij ze in bulk kunnen bestellen en afrekenen of later op factuur kunnen betalen.

met een distributiecentrum in Nieuw-West gewerkt sinds 2024
waar groente, fruit en kruiden

- * geleverd worden;
- * gesorteerd worden door vrijwilligers en;
- * in bulk klaargezet worden voor sociale voedselinitiatieven



ONTWIKKELINGEN

Het distributiecentrum van stichting Boeren voor Buren is pas geopend in januari 2024. Voor die tijd werd het sorteren uitbesteed aan een van de leveranciers, namelijk Staay Food Group.

Het assortiment en klantenbestand is bijgevolg pas uitgebreid vanaf januari, wanneer het mogelijk werd om meerdere leveranciers te ontvangen en zelf de orderpicking voor meerdere voedselinitiatieven te doen.

Bestellingen vanaf €350 werden kosteloos geleverd in uitvoering van Duivenvoorde Transport; de partner die gebruikmaakt van een hybride bakwagen. Bestellingen vanaf €175 hebben gedeelde leveringskosten van €35. Bestellingen onder €175 kosten €75 of initiatieven kunnen ervoor kiezen om de producten zelf op te halen.

“De aardappelen zijn zo lekker van smaak én goedkoper dan waar we ze voorheen inkochten” - Stichting Samen Sterk Vrouwen West

Deze veranderingen hebben geleid tot een totaal van 5 initiatieven die in 2023 ondersteund werden bij het inkopen van groente en fruit. Zie Tabel 3 voor een overzicht.

Tabel 3

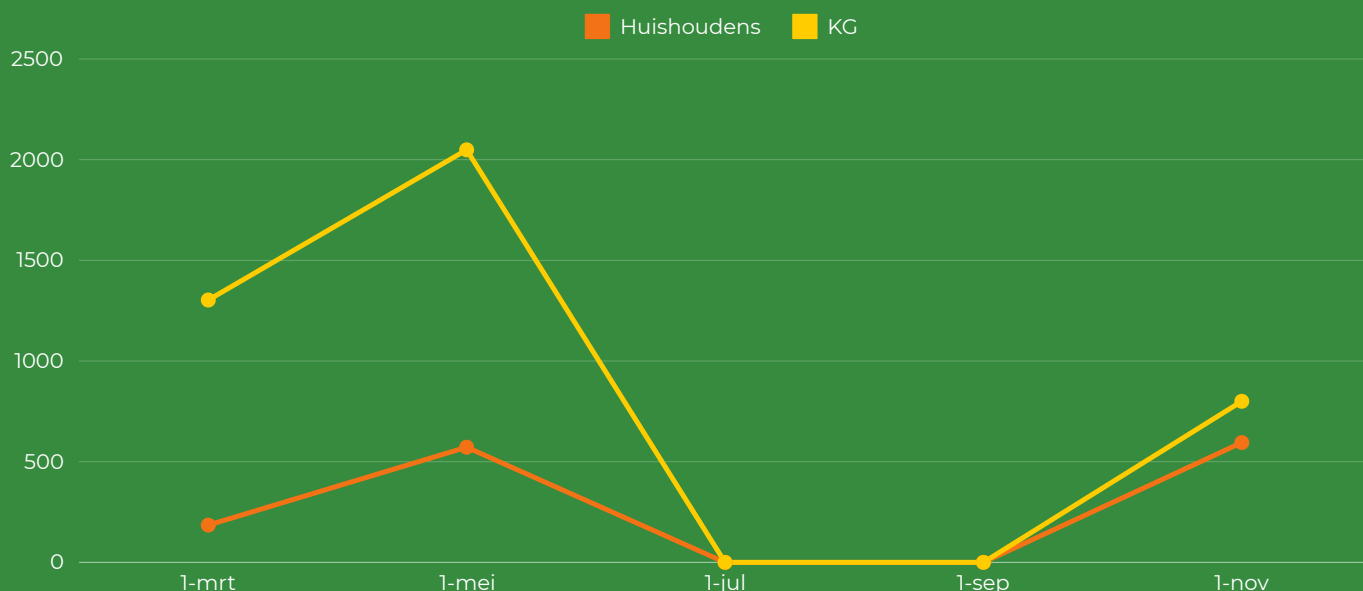
Bereik en volume sociale voedselinitiatieven

Aantal unieke initiatieven	Aantal unieke huishoudens	Aantal kg
5	980	11.598,63

Stichting SES, Voedselbank Zaanstreek, Samen Sterk Vrouwen West, Voedselbank Amstelveen en buurthuis Archipel maakten gebruik van de service en gaven feedback waar nodig. In Figuur 2 is een overzicht per levering zichtbaar.

Figuur 2

Overzicht leveringen sociale voedselinitiatieven



ONTWIKKELINGEN

De initiatieven bestelden gemiddeld 682,27 kg per levering voor 189 huishoudens aan een waarde van €858,78. Dit komt neer op 3,61 kg groente en fruit per huishouden.

Het assortiment bestond uit 22 verschillende soorten producten, namelijk aardappel, appel, peer, rode en gele ui, winterpeen, regenboogwortel, witte kool, paksoi, dille, koriander, mizuna, basilicum, peterselie, rucola, tomaat, courgette, komkommer, pastinaak, prei, venkel en spruiten.

Ieder initiatief heeft zijn eigen werking en wensen met betrekking tot groente en fruit. De een heeft meer groente nodig dan fruit, de ander wil vooral ontzorgd worden met de logistiek. Wat ze allemaal gemeenschappelijk hebben is dat het aanbod goedkoop en gevarieerd moet zijn en een doelgroep bedienen die geen geld heeft om groente en fruit in te kopen. Alle huishoudens (met een lege portemonnee) krijgen de producten bijgevolg gratis aangeboden.

Aangezien in 2023 enkel nog maar reguliere/dagverse producten van Nederlandse bodem aangeboden werden, bleef de vraag naar internationale groente en fruit aanwezig. Goedkoper én gevarieerd was het streefdoel!

INDIVIDUELE HUISHOUDENS MET EEN KLEINE PORTEMONNEE

Nog steeds vallen er verschillende huishoudens tussen wal en schip die niet aan de criteria voor voedselhulp voldoen, maar wel moeite hebben om rond te komen. Met een opgebouwd



Rosanne Esme

klantenbestand van 3530 huishoudens wil stichting Boeren voor Buren niemand in de kou laten staan. Rekening houdend met de opgedane lessen uit het verleden, vonden er ook in deze tak van de organisatie veranderingen plaats.

Het B2B-experiment met een centraal ophaalpunt voor B2C werd afgetoetst bij het huidige klantenbestand. Hiervan hebben 504 individuen de enquête beantwoord, waarvan 194 klanten (38%) aangaven gebruik te willen blijven maken van onze diensten, ook al is het op één centraal ophaalpunt in Amsterdam. Hiermee werd de aanpak gevalideerd, rekening houdend met de redenen om er geen gebruik meer van te maken. De antwoorden gaven stichting Boeren voor Buren reden om op zoek te gaan naar oplossingen, én die werden dan ook gevonden.

ONTWIKKELINGEN



Op wekelijkse basis kan groente en fruit worden ingekocht voor **50% goedkoper** dan de supermarkt door gezinnen die niet in aanmerking komen voor de Voedselbank en/of andere ondersteunende maatregelen. Hierin wordt:

1. samengewerkt met Veggiebox

- die reststromen groente en fruit inkoopt bij lokale boeren, waarvan 80-90% van het pakket uit West-Friesland afkomstig is.
- waarbij overige producten komen uit Alkmaar, Hoorn, Amsterdam, Zuid-Holland en met uitzonderlijke aanvullingen uit het buitenland (zoals een citroen of gember).
- die internationaal geredde producten aanvult om voldoende variatie aan te bieden.

2. een webwinkel beschikbaar gesteld, waar

- het pakket wordt aangeboden;
- met iDeal betaald kan worden. Indien huishoudens minder digitaal vaardig zijn, kunnen vrijwilligers op het ophaalpunt helpen met het plaatsen van een bestelling. De informatie zal eveneens bij buurtteams en buurthuizen worden neergelegd.

3. rechtstreeks geleverd aan een buurthuis (zie Figuur 3), nadat Veggiebox de pakketten heeft samengesteld.

4. een aangename sfeer gecreëerd door vrijwilligers, die

- de klanten verwelkomen;
- de pakketten uitdelen.

Figuur 3

Ophaallocatie De Meevaart





Stichting Boeren voor Buren hanteert geen criteria (meer) om te bestellen. Door deze respectvolle aanpak wordt de eigenwaarde van klanten versterkt, waarbij er ruimte is voor ieders eigenheid zonder uitgebreide controle om in aanmerking te komen voor voedselhulp. Dit zorgt ervoor dat klanten met vertrouwen en zelfrespect het buurthuis binnenkomen en kritisch kunnen zijn op de inhoud van de pakketten.

Om duurzaam transport te stimuleren, wordt aangeraden de pakketten te voet, met de fiets of met het openbaar vervoer op te halen. De kosten van het openbaar vervoer kunnen echter een belemmering vormen om een pakket te bestellen. Daarom werd een pilot opgezet met GVB, waarbij OV-kaarten van 1 uur beschikbaar werden gesteld als social return voor het ophalen en terugreizen met het pakket. In 2023 werden 283 OV kaarten uitgedeeld, waarbij 28,79% van de klanten gebruik maakte van het aanbod.

Sinds de reorganisatie is de stichting actief in buurthuis De Meevaart in Amsterdam Oost. De ideale plek waar de buurt samenkomt en er na het ophaalmoment gekookt wordt tegen betaalbare prijzen.

In week 46 gingen de leveringen opnieuw van start voor individuele huishoudens met een kleine portemonnee. Via de webshop konden ze een Boks Box bestellen. Het pakket bevat 5,5 - 8 kg groente en fruit en kost €6,99. Als je hetzelfde pakket samen zou stellen door bij alle supermarkten de aanbiedingen af te lopen, kom je op €15 uit.

De pakketten waren gemiddeld **49,41% goedkoper** dan de reguliere supermarktprijzen (aanbiedingen inbegrepen).

Wat een goed initiatief. Ik vind groente (en fruit) erg duur, daardoor eet ik als single of vaak hetzelfde, of te weinig. Nu bestel ik een box en dat is zo vers ook dat ik het over een paar weken wel uit houd! Ik vind het echt weelde om mijn koelkast zo vol en gevarieerd te zien! Ben ook chr ziek dus hoef er zo ook niet steeds op uit. Errug blij mee! Hoop dat het lang blijft!
- Afnemer Amsterdam Oost

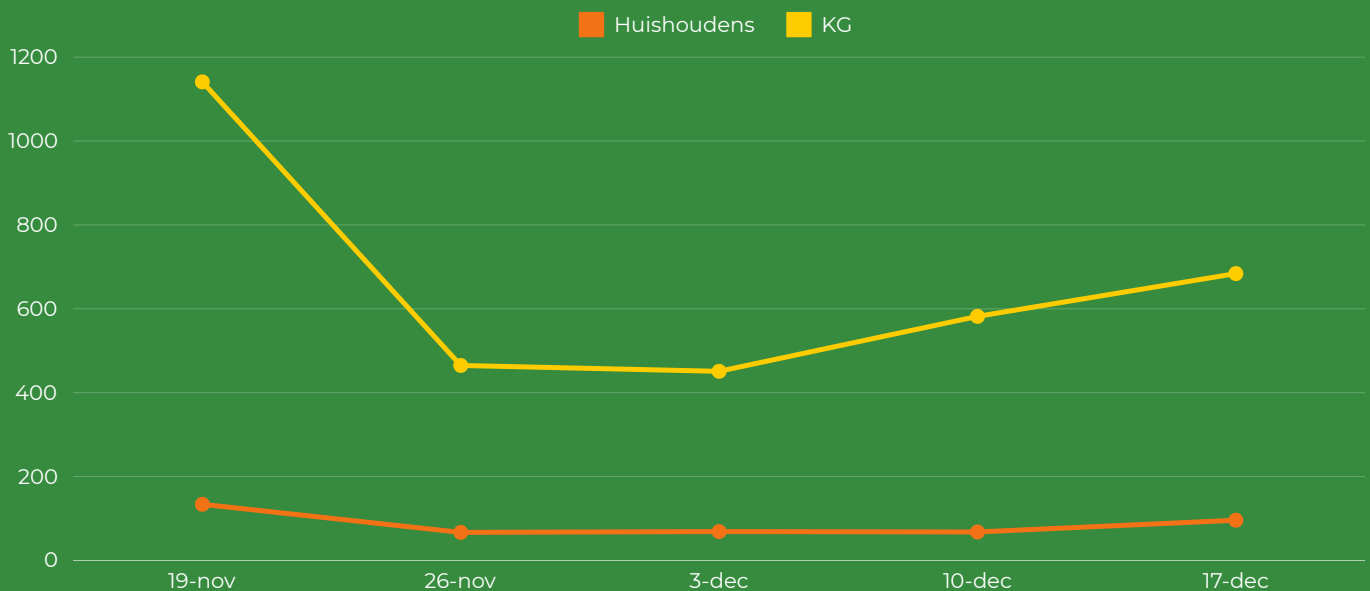
ONTWIKKELINGEN

In totaal werden 607 pakketten verkocht over 551 bestellingen heen. **329 unieke huishoudens** werden hiermee bereikt (zie Figuur 4).

De inhoud van de Boks Box varieerde op wekelijkse basis en bevatte **27 verschillende soorten** groente en fruit. Het assortiment omvatte witlof, paprika, winterpeen, knolselderij, avocado, pompoen, boerenkool, broccoli, appel, koolraap, druiven, sperziebonen, pepers, gele en rode uien, knoflook, zoete aardappel, aardappel, rode kool, watermeloen, mango, rettich, snijbonen, citroen, gember, bieslook en lente ui.

Figuur 4

Overzicht leveringen individuen



Kerst werd extra speciaal gemaakt door de Boks Box kerstspecial. Een heerlijke mix aan groente en fruit met twee leuke cadeautjes werd aangeboden, namelijk een herbruikbare beker en kerstkoekjes. Dit werd mogelijk gemaakt door Veggiebox, The Bamboovement en Makro.

Verder konden de afnemers nog wat langer in het buurthuis blijven om een praatje te maken met de vrijwilligers en/of elkaar. Stichting Boeren voor Buren bood een lokale zoete aardappel wortel soep aan, gemaakt door de vrijwilligers en de Meevaart.



ONTWIKKELINGEN

Lees [het artikel](#) in Oost-online voor meer informatie.

Ondanks de tevredenheid bij de afnemers werd opgemerkt dat er nog enkele uitdagingen waren, namelijk de voorspelbaarheid van de inhoud van het pakket.

Vanuit de focus op sociale voedselinitiatieven en het verlies dat geboekt werd met meerdere pakketten en het samenstellen van een eigen pakket, is ervoor gekozen om één soort pakket aan te bieden. De inhoud wordt iedere week bepaald door de boeren bij Veggiebox die op zoek gaan naar groente en fruit die anders verspild zouden worden.

Enkel op deze manier kan de prijs laag gehouden worden, wat net het belangrijkste is voor de afnemers. Echter betekent het aanbieden van geredde producten ook dat het onvoorspelbaar is wat in het pakket zal komen te zitten.

Voor mensen met een kleine portemonnee is dat een uitdaging, omdat ze het risico niet kunnen lopen op het uitgeven van geld aan iets wat ze mogelijk niet zullen lusten en dus gebruiken.



Om dit te verhelpen geeft de stichting twee dagen van tevoren aan wat al zeker in het pakket zal zitten. Hierbij is merkbaar dat de verkoop van de Boks Box op dat moment een stuk sneller gaat dan de dagen daarvoor.

Tot slot werd zichtbaar dat de meeste afnemers iedere twee weken bestellen, aangezien het pakket best groot is voor kleine gezinnen en de variatie per twee weken groter is dan wekelijks. Enkele verbeterlagen worden gemaakt in het nieuwe jaar.



Max Vos de Wael

ONTWIKKELINGEN

PROCESSEN

WEBSITE

Eenmaal gestart met het nieuwe model van 'De Gezonde Schakel', was het van belang dat dit goed weergegeven werd in de marketingkanalen.

In 2023 onderging de website daarom een significante transformatie, gericht op een betere dienstverlening aan zowel de B2C- als B2B-klienten. Het vernieuwde design behield het herkenbare logo en kleuren, maar introduceerde een volledig nieuwe huisstijl. Deze herontwikkeling zorgde voor een frisse en moderne uitstraling die beter aansluit bij het vernieuwde bedrijfsmodel.

De inhoud van de website is volledig herschreven en opnieuw gestructureerd in WordPress en WooCommerce, met duidelijke scheidingen tussen de secties voor B2C- en B2B-klienten. Deze herstructurering maakt het mogelijk om specifiek afgestemde informatie en functionaliteiten aan te bieden, waardoor er effectiever ingespeeld kan worden op de unieke behoeften van elke doelgroep.

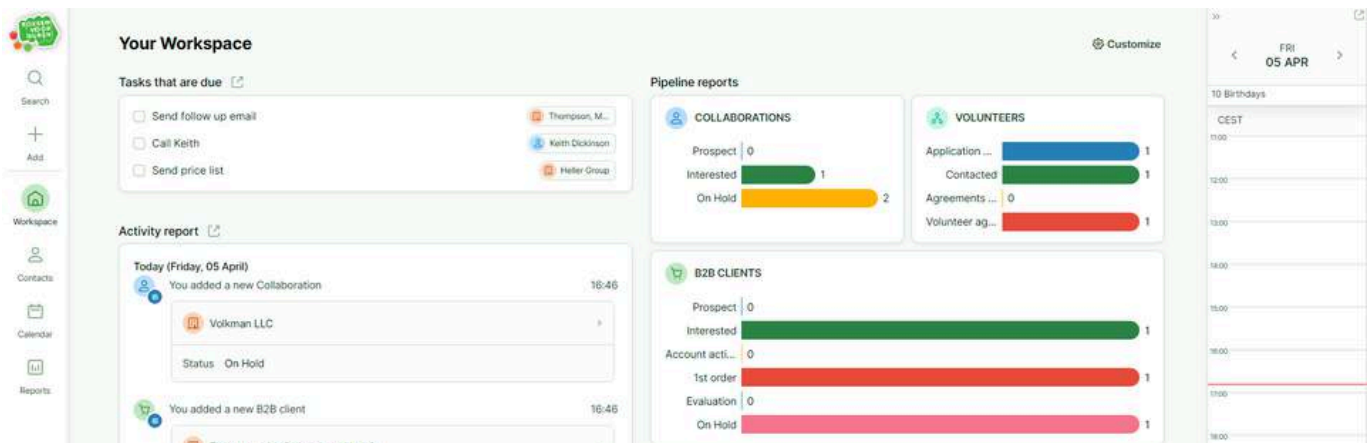
De optimalisatie van de website omvatte significante verbeteringen in gebruikerservaring en functionaliteit. B2C-klienten kunnen zowel met als zonder account gemakkelijk pakketten bestellen. Voor de B2B-klienten is de webshop uitgebreid waar zij exclusief toegang hebben tot bulk bestellingen van producten. Deze producten zijn alleen zichtbaar voor geauthenticeerde B2B eindgebruikers, die een account kunnen aanvragen of krijgen toegewezen door het team. Een belangrijke nieuwe functie voor B2B-klienten is de mogelijkheid om op factuur te bestellen, wat een verschuiving is van de eerdere directe betalingsmethoden zoals iDEAL.

Een UX Designer van Yacht leverde expertise voor de rebranding van de website en de algehele huisstijl en was instrumenteel in de ontwikkeling van het B2B-segment van de webshop. Deze samenwerking, uitgevoerd als onderdeel van Yacht's commitment aan social return, heeft de stichting geholpen om haar online aanwezigheid te verfijnen en gebruiksvriendelijker te maken.

Wat betreft communicatiestrategieën heeft de vernieuwing van de huisstijl geleid tot een coherente update van al de communicatiekanalen. De stijl van de sociale media berichten, online en offline flyers, en de nieuwsbrief zijn allemaal aangepast om de nieuwe huisstijl te weerspiegelen. Dit zorgt voor een uniforme en professionele uitstraling naar buiten toe, wat essentieel is voor het succes van de nieuwe strategische richting.

Het resultaat van de vernieuwingen is zichtbaar op www.boeren Voorburen.nl.

ONTWIKKELINGEN



CRM SYSTEEM

Met betrekking tot het nieuwe bestemmingsplan werd ook de functie van het Customer Relationship Management (CRM)-systeem in twijfel getrokken. Een belangrijke en strategische beslissing werd genomen.

Als stichting werd eerder geprobeerd Salesforce te implementeren als CRM-systeem. Echter is ervaren dat de implementatie van Salesforce een complexe taak is die aanzienlijke technische expertise vereist. In de huidige fase, waarin de stichting voornamelijk gericht is op verkopen aan voedselinitiatieven, bleek Salesforce simpelweg te uitgebreid en te kostelijk voor de behoeften van de stichting.

Na een grondige evaluatie van verschillende CRM-oplossingen werd gekozen voor Less Annoying CRM om de volgende redenen.

* EENVOUD EN DOELTREFFENDHEID

Less Annoying CRM heeft als missie om kleine bedrijven en organisaties zoals die van stichting Boeren voor Buren te ondersteunen. Het is ontworpen met het oog op eenvoud. Ze hebben een CRM-software ontwikkeld die eenvoudig en doeltreffend is. Het biedt een intuïtieve gebruikersinterface waardoor gebruikers snel aan de slag kunnen, zonder dat ze uitgebreide training of technische expertise nodig hebben. In plaats van overweldigd te worden door complexiteit, kan met Less Annoying CRM geconcentreerd worden op wat echt belangrijk is; het onderhouden van waardevolle relaties en het bereiken van doelen, namelijk gezonde voeding voor huishoudens met een kleine en lege portemonnee.

* KLANTGERICHTE BENADERING

De filosofie van Less Annoying CRM is gebaseerd op het geven van precies wat de organisatie nodig heeft en niets meer. Dit betekent dat ze geen last heeft van complexe prijsplannen of langdurige contracten. De focus ligt op eenvoud en transparantie, waardoor de controle behouden blijft over het CRM-systeem zonder onnodige complicaties.

* FINANCIEL VOORDEEL

Vergeleken met Salesforce, het Non-Profit Success Pack (NPSP), dat twee jaar gebruikt werd, komt Less Annoying CRM veel voordeliger uit. Waarbij stichting Boeren voor Buren voorheen €9.015/jaar betaalde zou dit nu nog komen te liggen op €1.344/jaar en de vereenvoudigde implementatie scheelt eveneens kosten.

ONTWIKKELINGEN

* FLEXIBILITEIT

Less Annoying CRM biedt de flexibiliteit die nodig is om het CRM-systeem op maat te maken voor de specifieke behoeften van stichting Boeren voor Buren. Hoewel in eerste instantie geen integratie met de online winkel zal uitgevoerd worden, stelt Less Annoying CRM de stichting in staat om de samenwerkingen, statussen, vooruitzichten en afspraken meer op een duidelijke en gestructureerde manier te documenteren. Deze flexibiliteit zal helpen om de verkopen aan sociale initiatieven te optimaliseren en contact met leveranciers te onderhouden.

* VERVOLG

Eerder werden al business analyses gemaakt van de huidige processen en werden deze in kaart gebracht met behulp van workflows. Daaruit zijn user stories voortgekomen die gebruikt kunnen worden bij de implementatie.

De prioriteit is nu om alle relevante informatie met betrekking tot de samenwerkingen te documenteren. Dit omvat initiatieven, logistieke bedrijven, loodsen, boeren, leveranciers, vrijwilligers en meer. Door deze gegevens op een gebruiksvriendelijk systeem te plaatsen zal de stichting in staat zijn om de verkoopactiviteiten professioneel en gestructureerd te hervatten, wat bijdraagt aan een soepele samenwerking tussen collega's.

De implementatiestrategie voor Less Annoying CRM begint met het vastleggen en migreren van alle relevante gegevens met betrekking tot de samenwerkingsverbanden. Dit omvat een grondige analyse en overdracht van informatie over initiatieven, logistieke bedrijven, loodsen, boeren, leveranciers, vrijwilligers en andere belangrijke stakeholders binnen de organisatie. Technisch gezien houdt dit in dat bestaande gegevensbronnen, zoals spreadsheets, databases en papieren documenten (momenteel opgeslagen via Google Workspace), zorgvuldig geëvalueerd worden en deze gegevens overgezet worden naar het nieuwe CRM-systeem.

Vervolgens is het van cruciaal belang om de teamleden vertrouwd te maken met het nieuwe CRM-systeem. De stichting zal technische trainingssessies en documentatie leveren om ervoor te zorgen dat de medewerkers comfortabel zijn met de nieuwe interface en de functionaliteiten ervan begrijpen. Dit omvat het leren navigeren door het systeem, het invoeren van nieuwe gegevens, het genereren van rapporten en het effectief gebruik maken van de CRM-tools om hun dagelijkse taken te vereenvoudigen.

Een van de voordelen van Less Annoying CRM is de mogelijkheid om soepel samen te werken binnen het team. Technisch gezien betekent dit dat de rechten en toegangsbeheer op een gepaste manier moeten worden geconfigureerd, zodat teamleden alleen toegang hebben tot de gegevens die relevant zijn voor hun rol. Eveneens zal de functionaliteit voor het delen van gegevens worden benut om efficiënte samenwerking tussen collega's te bevorderen. Dit omvat het instellen van gebruikersrechten en -machtigingen, evenals het bepalen wie toegang heeft tot welke gegevens, wat cruciaal is voor de vertrouwelijkheid en de beveiliging van de informatie.

ONTWIKKELINGEN

Erica Jerde

Director at Farrell, Shields and Kerluke

Erica50@gmail.com

+1 (226) 194-5410

Attach an item

Attached items

Upcoming Event (1)

Collaboration meeting

Mon 8/4 - 17 - 18

Upcoming Task (1)

Email Erica

Due 07 April

File (1)

Screenshot Company.png

History

Enter a note about Erica

Save note

Today (Friday, 05 April)

Erica was added to the CRM (via an [import](#))

16:31

Contact info

Name

Erica Jerde

Work Email

Erica50@gmail.com

Work Phone

+1 (226) 194-5410

Work Address

5376 Dare In Emmerichsdr

4460 Saint Barthelemy

Birthday

5/4/2024

Job Title

Director

Company info

Company Name

Farrell, Shields and Kerluke

Work Email

Info@FSK.com

Work Phone

06123456789

Website

FSK.com

Company type

Food Initiatives

Delivery

Frequency of delivery

Weekly

Day/moment of delivery

Donderdag

Delivery method

Pick-up

Other contacts

Mindy Lehner

Add another contact

company

In essentie streeft de implementatie van Less Annoying CRM naar een gestructureerd, geoptimaliseerd en technisch efficiënt CRM-systeem. Deze implementatie vereist zorgvuldige planning, expertise en betrokkenheid van het team om ervoor te zorgen dat het maximale uit dit CRM gehaald wordt.

Stichting Boeren voor Buren is ervan overtuigd dat Less Annoying CRM de juiste keuze is om de organisatie vooruit te helpen en de missie te vervullen. Het stelt de stichting in staat om zich te concentreren op wat er echt toe doet: het ondersteunen van de gemeenschap en het vergroten van de impact met gezonde voeding voor gezinnen met een kleine en lege portemonnee.

Month

Agenda

April 2024

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

Jump to today

ns

asks: Yes

one: (GMT+2:00) A...

alendar

calendar settings

April 2024

Mon

Tue

Wed

Thu

Fri

Sat

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

17:00 Collaboration meeting

Send follow up email

Call Keith

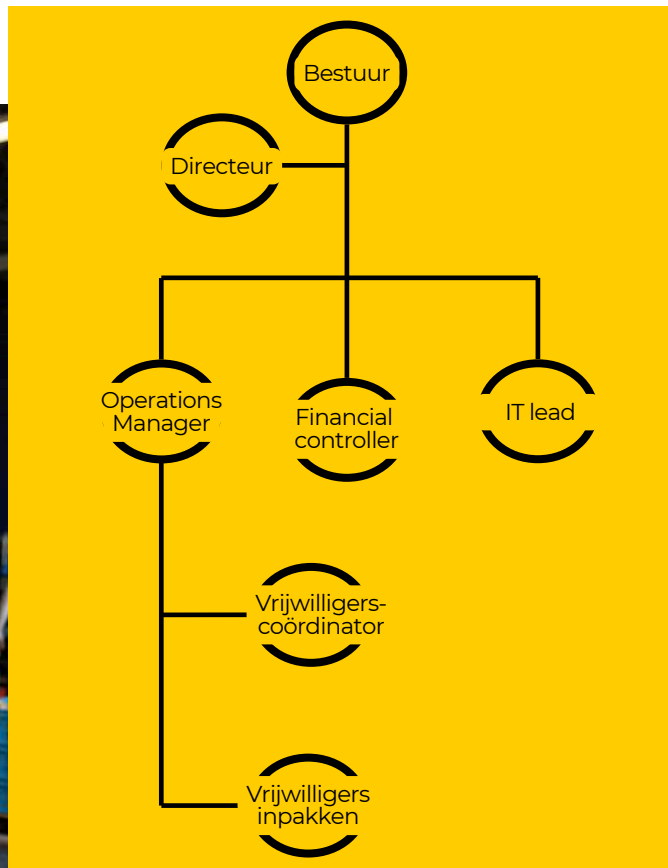
Send price list

10 Birthdays

20

ONTWIKKELINGEN

PROCESSEN



Met de verschuiving in aanbod en vraag werd duidelijk dat vele structuren binnen de stichting herzien moesten worden. Naast de technische aanpassingen werd ook de organisatorische structuur bijgeschaafd met betrekking tot aanvullende expertise.

De organisatiestructuur van stichting Boeren voor Buren steunt hoofdzakelijk op vrijwilligers met een aansturend kernteam. Op deze pagina is het organogram te zien waarna in Tabel 4 weergegeven wordt wat de desbetreffende functies inhouden. Het bestuur werd, naast Ruben Nieuwenhuis en Pieter Nooitgedagt, sinds november uitgebreid met secretaris Ivana Heijnen. Daarnaast sloot Dominique Montulet zich aan bij de stichting als operations manager en Julien Khoe als financial controller. Ook stonden er stagiaires op de planning die ondersteuning zullen bieden binnen diverse aspecten van de organisatie.

ONTWIKKELINGEN

Tabel 4

Functieomschrijvingen

Functie	Fte	Omschrijving
Bestuur	-	Voorzitter: Ruben Nieuwenhuis Penningmeester: Pieter Nooitgedagt Secretaris: Ivana Heijnen Het bestuur biedt een strategische en adviesgevende rol, onbezoldigd.
Directeur	1	Directeur: Laura Viaene De directeursfunctie (in loondienst) is eindverantwoordelijke voor stichting Boeren voor Buren en haar operatie. De directeur stuurt de gehele organisatie aan om te zorgen dat zowel de dagelijkse operatie loopt. Daarnaast houdt zij zich bezig met business development voor de organisatie evenals de lange termijn strategie. Verder is zij eindverantwoordelijk voor het managen van alle stakeholders die betrokken zijn bij stichting Boeren voor Buren en moet er getracht worden deze groep uit te breiden. Hierbij worden fondsen geworven en wordt het marketingmateriaal ontworpen zoals social media, flyers en nieuwsbrieven, via Mailchimp, voor de verschillende doelgroepen. Tot slot neemt zij de HR-functie op zich. De HR-functie is verantwoordelijk voor het werven van een divers team, het opstellen van functieomschrijvingen en het onderhouden van contracten met zowel werknemers als vrijwilligers, waarbij de benodigde gedragscodes en beveiligingsmaatregelen in acht worden genomen.
Financial controller	0,125	Financial controller: Julien Khoe De finance manager controleert de in- en uitkomsten, houdt de begroting actueel en werpt een financiële blik op alle aspecten binnen de organisatie. Deze functie wordt bekleed door een vrijwilliger voor de toegestane vrijwilligersvergoeding.
Operations manager	0,8	Operations manager: Dominique Montulet De taken van operations manager (in loondienst) omvatten het onderhouden van samenwerkingen met leveranciers, het bepalen van het assortiment en het verbinden van de inkoop- en afleverlocaties. Verder stuurt hij ook de vrijwilligers aan. Het voortdurend innoveren van het assortiment en het opzoeken van de goedkoopste prijzen als 'veilingmeester' voor zij die anders geen toegang kunnen hebben tot gezond voedsel, is leidend voor de verdere stappen in de keten. Daarnaast dient er rondom de bestellingen contact gehouden te worden met de sociale initiatieven en particuliere huishoudens. De operation manager haalt feedback op bij de klanten en verleent eventuele service waar nodig (bijvoorbeeld bij klachten of klantvragen).
IT manager	0,2	IT manager: Simay Keskin Om te zorgen dat de webshop goed loopt en het implementeren van software is het van belang een goede IT'er aan boord te hebben. Het jaar 2023 stond in het teken van veel vernieuwing, zoals een rebranding van de website, een uitbreiding van de webshop en de ontwikkeling van een CRM systeem.
Vrijwilligers	-	Er is een vrijwilligerscoördinator om de vrijwilligers in te plannen en aan te sturen op locatie. Daarnaast zijn er ook vrijwilligers nodig op de ophaallocaties voor individuen om de pakketten uit te delen.

ONTWIKKELINGEN

FJILDMARKT

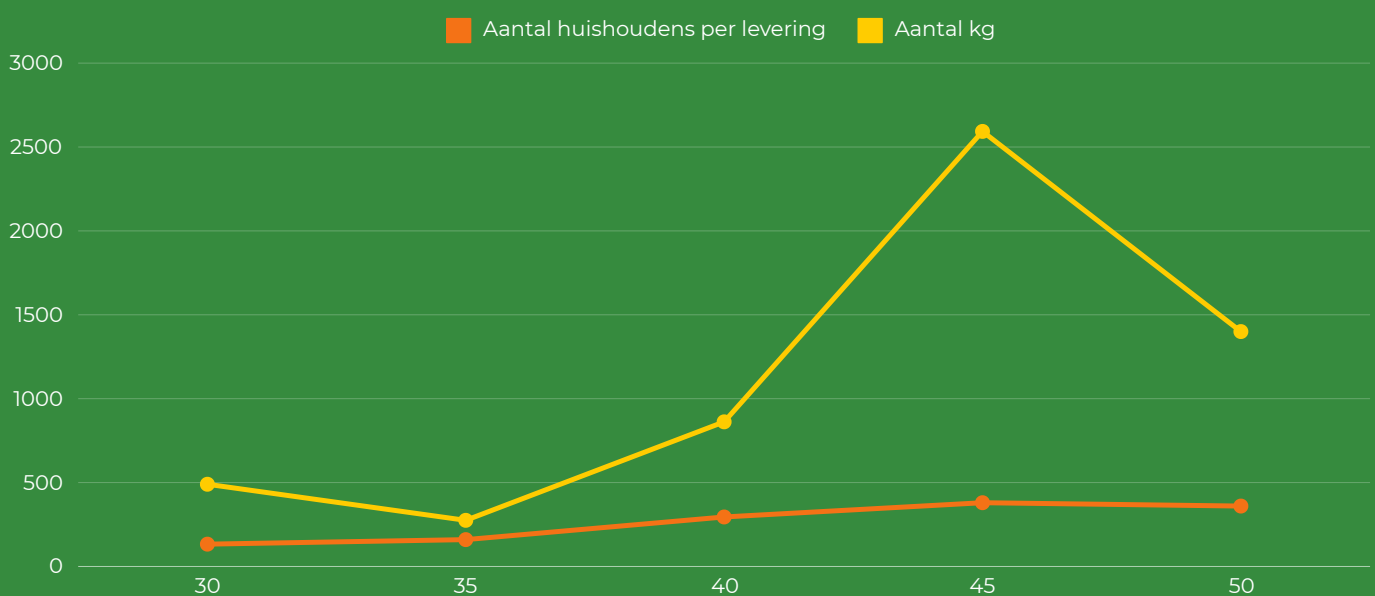
In samenwerking met de VerspillingsMarkt en de Friese Rabobanken werd het project FjildMarkt, onder stichting Grien, uitgewerkt. Het project had als doel een kopie van stichting Boeren voor Buren te bieden in Friesland voor sociale voedselinitiatieven en huishoudens met een kleine portemonnee.

De eerste gesprekken vonden eind 2022 plaats, waarna een projectplan, de processen en een begroting geschreven werden. Met nieuw opgezette samenwerkingen vond de eerste levering plaats in juli 2023 (zie Figuur 5).

Na validatie van het experiment bij voedselinitiatieven en een goedgekeurde financieringsaanvraag, werd de organisatie verder gestabiliseerd. In 2023 werden in totaal **2.100 huishoudens** bereikt met een lytse beurs en bedient met 14.000 kg groente en fruit.

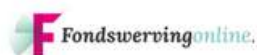


Figuur 5
Overzicht leveringen FjildMarkt



Naast het beschikbaar stellen van gezonde voeding voor huishoudens met een kleine portemonnee, focust FjildMarkt ook op educatie. Via catering, waarbij er gewerkt wordt met hapjes van verspilde producten, creëren ze bewustwording. Daarnaast geven ze voedseleducatie aan scholieren, leerlingen en studenten rondom verspilling, gezonde voeding & armoede.

PARTNERS



TOEKOMSTPERSPECTIEF

Het jaar 2023 heeft stichting Boeren voor Buren ontzettend veel bijgebracht en een richting gegeven voor 2024.

De stichting heeft als doel 20 voedselinitiatieven wekelijks te willen ondersteunen en wel 10.000 huishoudens te voorzien van groente en fruit. Om dit te bereiken zal de stichting haar distributiecentrum openen, meerdere partners laten aansluiten, een elektrische bestelbus leasen en zich verder professionaliseren en uitbreiden.

Boven op het distribueren van gezond voedsel worden huishoudens via stichting Boeren voor Buren en de geallieerde voedselinitiatieven begeleid.

- * Afnemers worden gemotiveerd tot een gezondere levensstijl door gebruik te maken van recepten, gezondheidsvoorlichting en kookworkshops. De mogelijkheid wordt gecreëerd om activiteiten bij te wonen waarbij met reststromen en producten gezonde gerechten worden gemaakt.
- * Via verschillende kanalen zal advies over het tegengaan van verspilling en bezuiniging gedeeld worden.
- * Verder zal verwezen worden naar geschikte instanties rondom schuldhulpverlening om afnemers bij te staan met hun vragen.

Daarnaast wordt er overgegaan naar tweewekelijkse leveringen voor de individuele huishoudens met een kleine portemonnee, aangezien vastgesteld is dat de pakketten vaak groot genoeg zijn voor twee weken. In kwartaal 1 wordt een tweede ophaallocatie geopend voor studenten met een kleine portemonnee bij Il Caffè in Uilenstede. Op deze manier wil de stichting

samenwerking met hogescholen, universiteiten en woningcorporaties voor studenten voorkomen dat studenten straks in de rij staan voor de Voedselbank.

Stichting DUWO deed alvast een peiling bij haar studenten en van de 522 ingevulde vragenlijsten gaf 93% aan gebruik te willen maken van de groente en fruitpakketten van de stichting. Voorbereidingen worden getroffen om deze operatie vlot te laten verlopen in 2024.

Er wordt uitgekeken om de duurzame en maatschappelijke impact te vergroten in 2024. Het team is alle partners ontzettend dankbaar voor deze kans.

BOEREN VOOR BUREN

De Studenten Box

Van de Gezonde Schakel

Wat?
Een gevarieerd groente- en fruitpakket, **50% goedkoper** dan in de supermarkt!

Voor wie?
Studenten die behoefte hebben aan betaalbare groente, fruit en kruiden.

Hoe?
Bestel online en haal jouw pakket op bij **Il Caffè** (Uilenstede 346, Amstelveen).

Wanneer?
Iedere twee weken op te halen op **maandag*** tussen 17:00 - 20:00.
*exclusief nationale feestdagen

Bestel nu!

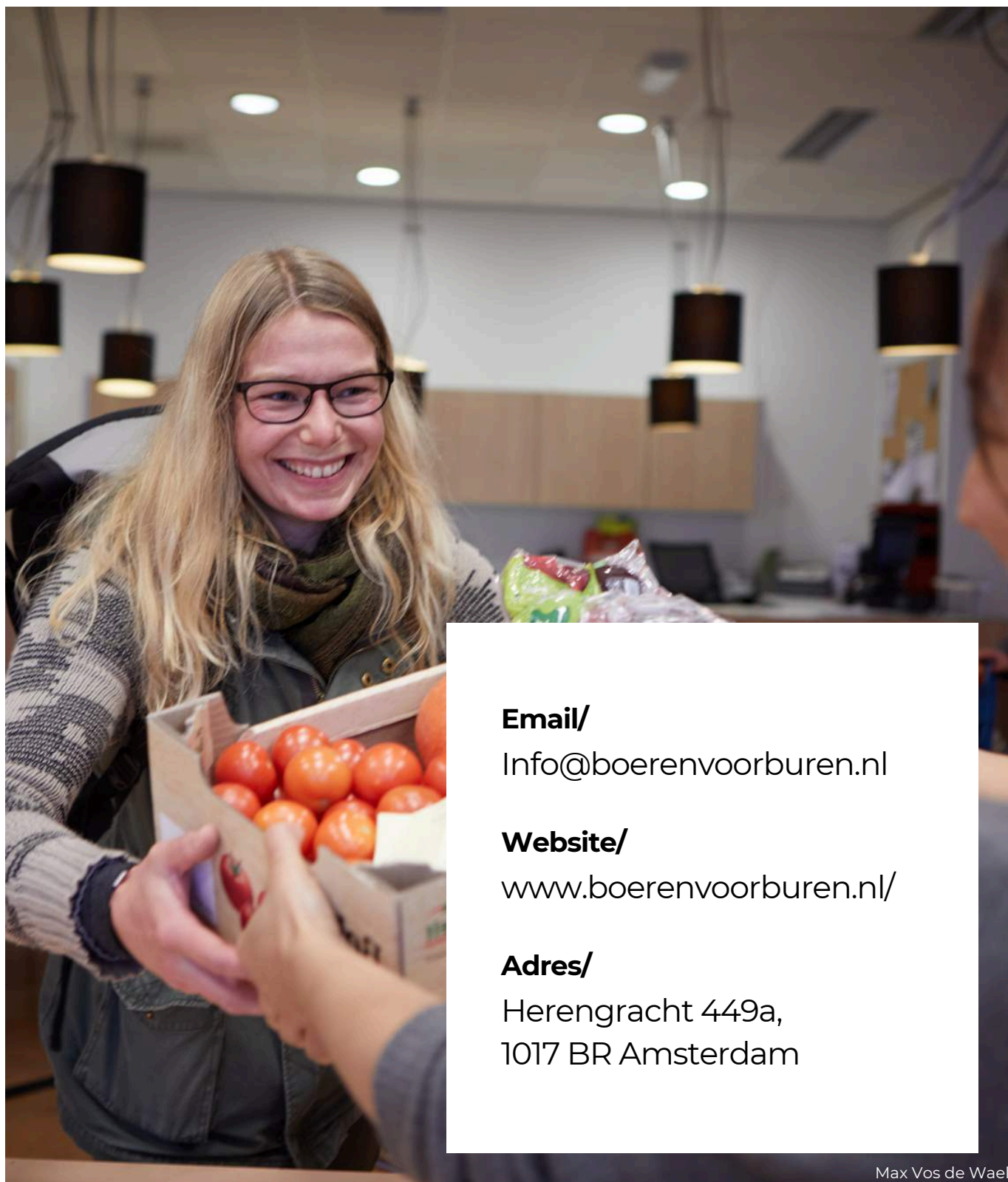
Ophalen

Bestellen

Genieten

Stichting Boeren voor Buren
www.boerenvoorburen.nl

BEDANKT

**Email/**

Info@boerenvoorburen.nl

Website/

www.boerenvoorburen.nl/

Adres/

Herengracht 449a,
1017 BR Amsterdam

Max Vos de Wael