



## Boeren voor Buren Jaarverslag 2020-2021

### Voorwoord

In maart 2020 constateerden Abdelhamid Idrissi, Eric Traa en Ruben Nieuwenhuis dat op verschillende fronten in de samenleving knelpunten ontstaan, blootgelegd door de Corona crisis. Aan de ene kant werd de kwetsbaarheid van het voedselsysteem blootgelegd, met het stilvallen van de export. Foto's van enorme bergen aardappels die niet geëxporteerd konden worden gingen het hele internet over. Aan de andere kant ontstond in toenemende mate honger onder gezinnen in de stad, als gevolg van dezelfde crisis.

Zo werd het initiatief om overschotten groenten en fruit uit te delen onder kwetsbare gezinnen in de stad geboren. Inmiddels is Boeren voor Buren uitgegroeid tot een stichting zonder winstoogmerk. De kleine marge - die gewonnen wordt door schakels over te slaan - wordt geïnvesteerd in het opbouwen van de organisatie, het mogelijk maken van opschalen, in het betaalbaar houden van de groente en fruit en in het garanderen van een redelijke prijs voor de boeren.

Inmiddels zijn we meer dan een jaar verder, en heeft Boeren voor Buren als organisatie grote stappen gezet. Een solide team heeft zich gevormd, ruim 2000 gezinnen zijn bereikt, het aantal uitgiftepunten is toegenomen en er is heel veel (internationale) aandacht voor het concept. In dit verslag worden de activiteiten en resultaten toegelicht, aan de hand van 4 fases die de stichting doorlopen heeft, en de vijfde fase voor de deur staat.

### Fase 1 – de initiatie van Buren voor Buren (maart 2020)

In eerste instantie is aan de doelgroep van Stichting Studiezalen twee maanden lang gratis groenten en fruit verstrekt. Hiermee werden elke twee weken 250 gezinnen in nood bediend en werd het eerste contact met de doelgroep gelegd. Al snel werd geconstateerd dat de behoefte van betaalbare verse groenten en fruit onder deze gezinnen groot is.

### Fase 2 – van een gratis concept naar een stichting met een rendabele business case (april –juni 2020)

Naar aanleiding van de constatering dat de behoefte onder deze gezinnen voor vers en betaalbaar voedsel groot is, is het concept verder doorgedacht en werd een stichting met een duurzaam business model uitgedacht. De uitgangspunten hierbij waren:

- Het verkopen van groente en fruit:  
Er is gekozen voor een betaald model, om een duurzame stichting op te zetten, die in de toekomst onafhankelijk van subsidies en donaties kan opereren. Daarnaast draagt het betalen voor voedsel bij aan de eigenwaarde van de doelgroep. Het kunnen kiezen van wat je eet draagt in grote mate bij aan onafhankelijkheid. Door producten tegen een zeer lage prijs te verkopen, heeft de doelgroep een keuze voor voedsel, en zijn zij niet afhankelijk van gratis voedselinitiatieven.
- Van de boeren:  
De producten komen uit de Flevopolder, rechtstreeks van de boeren. Boeren voor Buren krijgt vooral de producten aangeboden die op dat moment in overschot zijn en vult het pakket verder aan met B-keuze producten. Dit zijn producten die qua vorm, kleur of formaat afwijken van de standaarden van de supermarkten. Door voor deze producten te kiezen, kunnen wij de pakketten tegen een lage prijs aanbieden. Tegelijkertijd betalen we de boeren een eerlijke prijs voor deze producten, die zij normaalgesproken moeten verkopen als bijvoorbeeld veevoer.



Daarnaast streven we er naar om de keten zo kort mogelijk te houden. Dat wil zeggen dat er zo min mogelijk schakels zitten tussen de boer en de consument. Momenteel worden de groenten en het fruit rechtstreeks van de Flevopolder naar Amsterdam vervoerd, waar de pakketten samengesteld worden en verdeeld worden over de uitgiftepunten.

- Voor de buren  
Wij richten ons op mensen die het echt nodig hebben, en hebben in eerste instantie gekozen voor een doelgroep die af te bakenen is. Dit zijn voornamelijk de stadspashouders van de gemeente Amsterdam.

### **De organisatie**

Verschillende partners zijn in het eerste stadium aangehaakt om het concept op poten te kunnen zetten:

- Gemeente Amsterdam (Stadspas) en Studiezalen zijn aangehaakt om te helpen met het bereiken van de doelgroep en ondersteunen met faciliteiten zoals communicatie kanalen en locaties. Daarnaast heeft de Gemeente Amsterdam een subsidie verstrekt en kosteloos expertise beschikbaar gesteld voor het opstarten van de organisatie.
- Rabobank haakte aan, door het kosteloos ter beschikking stellen van expertise en haar grote netwerk in onder andere de voedsel en agrarische sector en het verbinden van klanten van Rabobank met de stichting.
- Collectieven zoals Flevofood en aangesloten boeren die ondersteunen bij het selecteren en leveren van de verse groente en fruit tegen redelijke prijzen.
- Logistieke partners die helpen bij het inrichten en uitvoeren van onderdelen van de korte keten zoals transport en uitgifte vanuit loodsen in de wijk.
- IT-experts zoals social enterprise Techgrounds die ons helpen met de ontwikkeling van ons online platform.

Het team bestond in deze fase, naast de drie eerdergenoemde initiatiefnemers, voornamelijk uit inzet vanuit medewerkers van de Rabobank en de Gemeente Amsterdam die dit naast of als onderdeel van hun functie uitvoerden.

### **Het assortiment**

In juni 2020 is gestart met het verkopen van pakketten groenten en fruit voor stadspashouders. De doelgroep kon kiezen uit twee soorten pakketten, een pakket voor een groot huishouden van 16 kg voor €14,95 en een pakket voor een klein huishouden van 10kg voor €9,95. Beide gevuld met verse en lokale groenten en fruit. In deze fase lag de nadruk op het valideren van het business model.

### **Het proces**

Het inpakken van de pakketten vond plaats in de Kromhouthallen en van hieruit werden ook de pakketten uitgegeven. Hiermee werd gevalideerd in hoeverre de klanten bereid zijn te reizen voor het ophalen van hun pakketten.

### **Klantenbestand en activatie**

De eerste betaalde klanten hebben in deze fase kennis gemaakt met het concept. De klanten bestonden voornamelijk uit de doelgroep van stichting studiezalen.

### **Fase 3. juni – december 2020**

In deze fase heeft het concept zich doorontwikkeld en zijn eerste stappen in de professionalisatie plaatsgevonden.



## De organisatie

Wat betreft het team zijn we in deze fase verder geprofessionaliseerd:

- Vanuit de gemeente Amsterdam is een managing director aangesteld voor het aansturen van de organisatie
- Vanuit de Rabobank is een trainee aangesteld voor het analyseren en optimaliseren van het logistieke proces
- Vanuit de Rabobank is een medewerker aangesteld als business controller
- Vanuit de stichting is een communicatieadviseur aangesteld
- Vanuit de stichting is een IT specialist ingehuurd
- Vanuit de stichting is een coördinator voor het proces in de RAI aangesteld. Deze coördinator was verantwoordelijk voor het inpakken van de pakketten op de vrijdag, de distributie van de pakketten naar de uitgiftelocaties en het goed verlopen van de uitgifte op de zaterdag
- Er zijn vaste coördinatoren op de uitgiftepunten aangesteld. Op vrijwillige basis zijn voor alle locaties coördinatoren voor de uitgiftepunten aangesteld, die verantwoordelijk zijn voor het uitvoeren van de pakketten. Deze coördinatoren zijn het aanspreekpunt voor de stichting en organiseren hun eigen team van (c.a. 3) vrijwilligers. Dit zijn allen personen uit de wijk en doelgroep

## Het assortiment

We hebben in deze fase het assortiment geanalyseerd. Sinds oktober wordt naast de 10 en 16kg pakketten ook een 5kg pakket aangeboden voor een eenpersoonshuishouden voor €4,95. Daarnaast hebben we een seizoensspecial toegevoegd aan het assortiment, met daarin de groenten van dat seizoen. In eerste instantie bestond enige scepsis rondom dit pakket, omdat hier ook veel relatief onbekende groenten inzitten, zoals pastinaak. Echter, al snel bleek dit pakket erg geliefd onder de klanten, c.a. 2/3 van de klanten bestelt dit pakket bij hun standaardpakket.

## Het proces

In deze fase zijn we gekomen tot vaste uitgiftelocaties. Klanten kunnen een pakket bestellen en ophalen bij een van de drie uitgiftepunten in de wijk. Er bevinden zich twee uitgiftepunten in Nieuw-West, buurtcentrum Daadkr8 en basisschool 't Koggeschip en buurtcentrum De driehoek in Noord. De RAI Amsterdam heeft een van hun loodsen beschikbaar gesteld voor een periode van een half jaar, welke fungeert als centraal distributiepunt van Boeren voor Buren. Vanuit daar worden de pakketten samengesteld en gedistribueerd naar de decentrale uitgiftepunten. Daarnaast is het logistieke proces geoptimaliseerd, zo zijn we gaan werken met rolcontainers waar de kratten opgestapeld kunnen worden.

## Klantenbestand en activatie

In deze fase constateerden we dat we een redelijk vaste klanten bestand aan het opbouwen zijn. C.a. 200 klanten keren elke week terug. De klanten bereiken we voornamelijk via de website van de stadspas, de Facebook pagina van de stadspas, de website van Boeren voor Buren en onze eigen social media kanalen. We hebben in deze fase het gehele IT proces (website) in eigen handen genomen en deze geoptimaliseerd naar de vraag van onze klanten. Het continu A/B testen en ontwikkelen heeft geleid tot een 2.0 versie van de website.

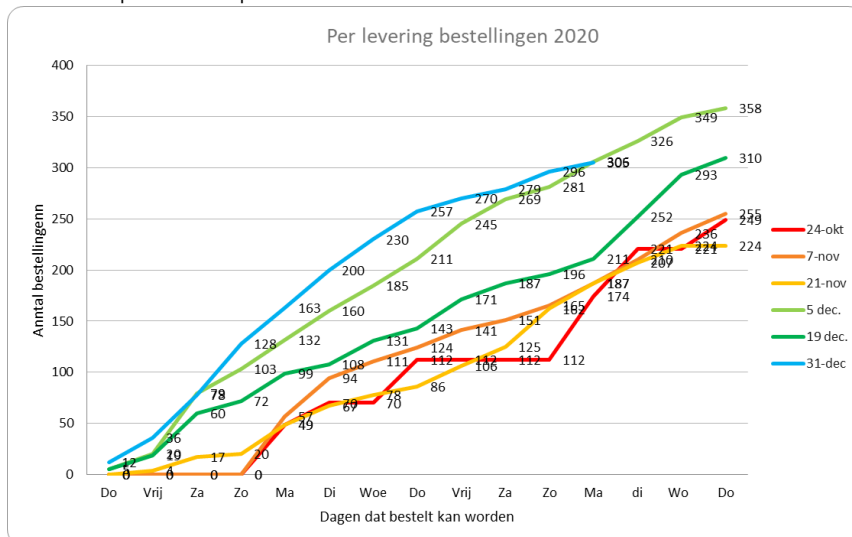
Daarnaast hebben we verschillende acties gelanceerd voor het aantrekken van nieuwe klanten. In december is bijvoorbeeld een kortingsactie van start gegaan, mogelijk gemaakt door een donatie. Ook is



de 'breng een buur' actie gestart; als mensen een kennis, vriend of een buur aandragen, krijgen zij een kookboek.

### Overzicht uitgifte pakketten 2020

Gedurende twee weken kunnen klanten een bestelling plaatsen bij Boeren voor Buren, en om de week vindt een uitgifte van de pakketten plaats.



Het aantal verkochte pakketten is gedurende de periode oktober tot november toegenomen van c.a. 225 bestellingen naar 358 bestellingen per levering. In de periode voor oktober werd het aantal bestellingen nog niet structureel bijgehouden. Te zien is dat een stijging van het aantal bestellingen is ingezet vanaf december. Dit is mede te danken aan een kortingsactie in december, maar in 2021 is te zien dat deze stijging doorzet.

### Fase 4: januari 2021- augustus 2021

#### De organisatie

Er hebben een aantal wisselingen in het centrale team plaatsgevonden, en er zijn een aantal taken herverdeeld.

- Het team is verder uitgebreid met een community manager
- De stichting heeft de inhuurconstructie van de IT specialist omgezet, en deze specialist in dienst genomen via een leer-werk traject
- De stichting heeft een nieuw bestuur aangesteld, dat in 2021 operationeel zal zijn
- Met het openen van een nieuw uitgiftepunt in Amsterdam Oost en Almere, is ook op beide locaties een buurt community opgezet met een coördinator en vrijwilligers voor de uitgifte
- Het team vaste vrijwilligers op de uitgiftelocaties is in deze periode uitgebreid naar een groep van circa 20-25 personen

Wat betreft IT maakt Boeren voor Boeren vanaf het begin af aan gebruik van woocommerce (een e-commerce tool). We merken dat dit systeem niet is ingericht op opschalen. Het vergt veel handmatige handelingen, waardoor bijvoorbeeld het versturen van nieuwsbrieven veel tijd in beslag neemt, het delen van benodigde data met vrijwilligers op locatie en het versturen van directe mailings naar bepaalde groepen lastig is. Daarom is behoefte aan een goed systeem, dat nu de organisatie ontlast en kan meegroeien voor de toekomst.



## Assortiment

Het bleek lastig om in de winter een gevarieerd assortiment aan te blijven bieden. Daarom zijn naast onze partner Flevofood ook andere telers uit de regio benaderd om het assortiment aan te vullen. Zo hebben wij in de eerste maanden van het jaar tomaten uit Nederlandse kassen toe kunnen voegen aan het assortiment. Voor volgende winter wordt wederom naar een dergelijke oplossing gezocht.

## Het proces

Er ontstaat een steeds meer vaste groep vrijwilligers voor het inpakken op de vrijdag. Deze groep vrijwilligers bestaat deels uit mensen uit de doelgroep en deels uit vrijwilligers vanuit organisaties die Boeren voor Buren een warm hart toedragen of altijd al verbonden zijn aan Boeren voor Buren, zoals de gemeente Amsterdam. In het kader van sociale cohesie en arbeidsparticipatie trachten we meer vrijwilligers uit de doelgroep te laten deelnemen in een vast team.

## Logistiek

De bestelde producten worden van verschillende boeren uit de regio getransporteerd naar de RAI Amsterdam. Hier worden de pakketten ingepakt voor de uitgifte op de opvolgende dag. Vanaf de RAI worden door twee verschillende vervoerders de ingepakte pakketten op rolcontainers naar de vijf uitgifte locaties vervoerd. Na de uitgifte van de pakketten op zaterdag is er een retourstroom van de lege kratten van de uitgifte locaties naar de RAI. Op vrijdag en zaterdag is er de inzet van vrijwilligers die de vrachtwagenchauffeur helpen met het laden en lossen van de rolcontainers. De logistiek is momenteel de grootste kostenpost van de organisatie en kan geoptimaliseerd en efficiënter worden. Opties voor optimalisering dienen te worden onderzocht.

## Klantactivatie

We merken dat 'het merk' Boeren voor Buren steeds bekender wordt.

Op het gebied van klantactivatie zijn voor deze periode twee doelstellingen te onderscheiden:

1. Het werven van nieuwe klanten
  - Voor het werven van nieuwe klanten is het van belang om de zichtbaarheid van Boeren voor Buren onder de doelgroep vergroten. Hiertoe zijn verschillende acties ingezet. Zo zijn door de hele stad flyers verspreid op onder andere openbare plaatsen zoals buurthuizen, sportclubs en stadsdeelkantoren. Daarnaast zijn verschillende woningblokken met veel sociale huurwoningen geflyerd
  - Daarnaast zijn verschillende acties ingezet. Bijvoorbeeld in december heeft een kortingsactie plaatsgevonden, die mogelijk gemaakt is door een donatie. Daarnaast zijn gratis producten aan de pakketten toegevoegd die aantrekkelijk zijn voor de doelgroep, zoals Ledverlichting
2. Het behouden van de huidige klanten.
  - Door middel van bijvoorbeeld het opzetten van een spaaractie wordt geëxperimenteerd met het kunnen behouden van klanten
  - Regelmatig worden enquêtes verstuurd, om de tevredenheid van de klanten te onderzoeken, maar ook de beweegredenen om pakketten te kopen
  - Klanten ontvangen elke week een nieuwsbrief met daarin de aanbiedingen en de inhoud van het pakket voor de komende levering
  - We hebben een samenwerking gestart met Koks op Maat, een koksopleiding voor jongeren met een afstand tot de arbeidsmarkt, die in 12 weken tijd opgeleid worden tot zelfstandig werkend kok. Zij ontwikkelen recepten voor bij de pakketten. Klanten krijgen deze recepten toegestuurd



- We zijn een samenwerking aangegaan met Nadia Zerouali, onder andere (tv)chef en schrijfster. Zij gaat fungeren als het gezicht van Boeren voor Buren, kookt regelmatig met de producten van Boeren voor Buren en deelt hier foto's van op haar social media kanalen

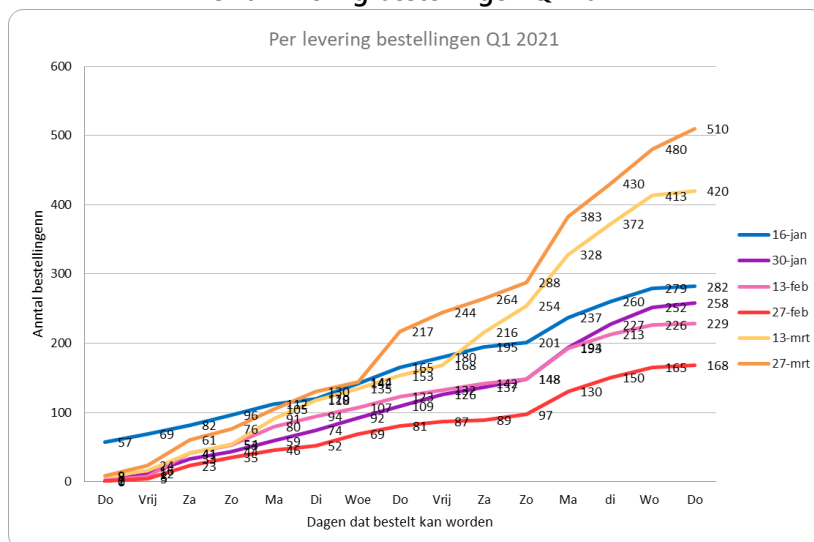
## Onderzoek

De afgelopen periode is een groep trainees aan de slag geweest om onderzoek te doen voor Boeren voor Buren. Zij hebben zich gebogen over vragen als:

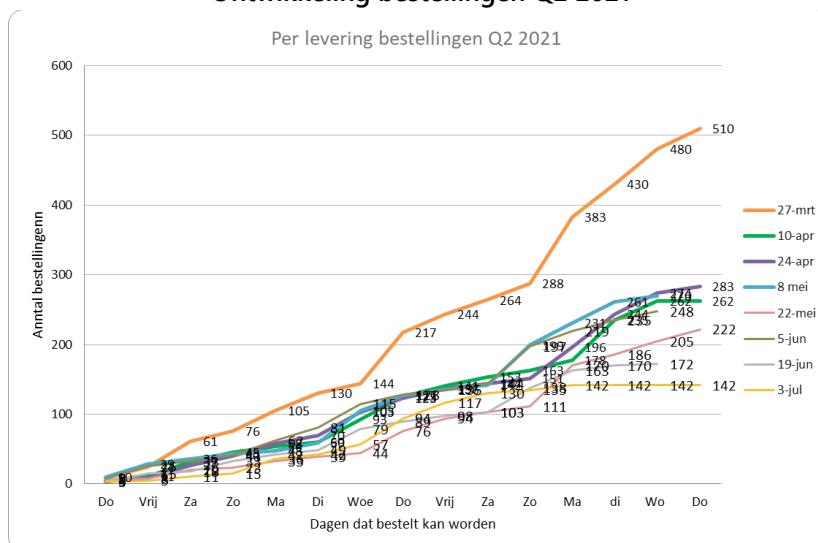
- Wie is precies de doelgroep van boeren voor burens binnen de stadspashouders, welke persona's zijn te onderscheiden?
- Waar zou Boeren voor Buren nieuwe uitgiftelocaties moeten openen (Hoe ver zijn mensen precies bereid te reizen voor het ophalen van hun bestelde pakket?)

De resultaten van de trainees komen momenteel binnen en zullen gebruikt worden om meer onderdelen van het model te valideren. Daarnaast worden op de 3.0 versie van de website continue analyses uitgevoerd op bestelgedrag van de klanten, om zo de website verder te kunnen optimaliseren

### Ontwikkeling bestellingen Q1 2021



### Ontwikkeling bestellingen Q2 2021





### Overzicht eerste 4 fases

Sinds mei 2020 hebben 40 leveringen plaatsgevonden en is ruim 100.000 kilogram groente en fruit geleverd:

<b>Kerngetallen</b>	<b>Aantallen (sinds mei 2020)</b>
Aantal leveringen	40
Kilogram groente en fruit	> 100.000 kilogram
Aantal klanten	> 2000
Aantal vaste vrijwilligers	20 – 25
Wisselende vrijwilligers	> 100