



Boeren voor Buren Jaarverslag 2021

Voorwoord

Stichting Boeren voor Buren bestaat sinds 1 april 2020 en voorziet nog steeds betaalbaar, gezond, vers en lokaal voedsel voor huishoudens met een kleine portemonnee. In de afgelopen twee jaar kende de organisatie al vele transformaties door te blijven experimenteren en optimaliseren.

Zo konden er in totaal al 32 leveringen plaatsvinden waarbij verse producten uit Flevoland naar de stad vervoerd werden. In 2021 waren dit er 22 met wel 70.000 kg aan groente en fruit verdeeld over 5332 bestellingen. Een solide team kon zich verder ontwikkelen, met een arsenaal aan vrijwilligers, waardoor ruim 3000 gezinnen bereikt werden. Het aantal ophaallocaties is toegenomen en er komt steeds meer aandacht voor het concept, wat ons uitdaagt en inspireert om Boeren voor Buren naar een hoger level te brengen. In dit verslag worden de activiteiten en resultaten stap per stap toegelicht.

Het proces

Met een frisse start in januari ging Boeren voor Buren met hetzelfde logistieke proces aan de slag. De boeren verzamelden de bestelde producten, leverden deze af in het centraal distributiecentrum, de RAI in Amsterdam, en vrijwilligers stelden de pakketten samen. Nadat alle pakketten waren samengesteld en op rolcontainers werden geplaatst konden deze met de bakwagen naar Amsterdam en Almere vervoerd worden. De gemeente Almere werd eind 2020 onderdeel van stichting Boeren voor Buren en opende haar eerste ophaallocatie voor gezinnen met een smalle beurs. Dit was mogelijk door een donatie van de gemeente Almere en Rabobank Almere.

Om het jaar goed in te zetten werden surveys afgenomen zodat het klantperspectief optimaal in beeld gebracht werd en vervolgstappen konden genomen worden.

Waar voorheen enkel gebruik werd gemaakt van samengestelde pakketten, werd in juni geëxperimenteerd met losse producten. Klanten konden nog steeds hun bestelling (online) plaatsen met de keuze tussen een aantal pakketten, maar op de locatie in Bos & Lommer, Amsterdam, ontstond een variant op dit proces. Mensen hadden op één locatie de keuze tussen individuele groente en fruit en konden zelf bepalen welke hoeveelheid ze van ieder product wensten te bestellen.

Na deze experimentele fase in juni werd in juli en augustus een zomerstop ingelast, waardoor er opnieuw tijd en ruimte kwam om te onderzoeken hoe Boeren voor Buren haar logistieke proces verder vorm zou geven. De analyse van het experiment in Bos & Lommer was hiervan een onderdeel. Verder ontstond de zomerstop door een verminderd aantal afnemers en reorganisatie binnen het kernteam.

Na het uitwerken van een vernieuwd business plan startte Boeren voor Buren haar ophaalmomenten in september terug op. Mensen konden opnieuw hun favoriete groente en fruit bestellen en eind september werd dan ook op alle ophaallocaties in Amsterdam en Almere losse producten verkocht. Tijdens het experiment in juni leek hier zowel bij de klanten als bij de vrijwilligers erg veel vraag naar te zijn. Mensen konden nu echt regie gaan voeren over hun eigen gezonde keuzes.

Elke twee weken werd een ophaalmoment georganiseerd. Deze organisatie kende sinds september een aantal wijzigingen.

1. Het oorspronkelijk distributiecentrum in de RAI kon niet meer onbezoldigd gebruikt worden, waarna Boeren voor Buren op zoek ging naar een nieuwe locatie. Deze werd gevonden in Dronten, op de boerderij van één van de boeren waar al langere tijd nauw mee werd samen gewerkt. Zonneheerdt, de boerderij in kwestie, had een schuur, werkmannen en voornamelijk motivatie ter beschikking om het proces nieuw leven in te blazen.
2. Waar voorheen vrijwilligers alle samengestelde pakketten gingen inpakken werd sinds september het sorteren door werkmannen op de boerderij gedaan. Om deze extra kost niet exponentieel toe te laten nemen, werd ervoor gekozen om op het centraal distributiecentrum enkel de benodigde groente en fruit te sorteren per ophaallocatie en niet het inpakken van samengestelde pakketten. Zo werkten we met MDQ's (Minimum Delivery Quantity) zowel bij de totale bestelling per product als per ophaallocatie. Dit betekent dat de werkmannen enkel volle



kratten per product dienden te sorteren op de rolcontainers per ophaallocatie. Het afwegen van producten kon bijgevolg achterwege gelaten worden.

3. Deze tweede stap gebeurde geleidelijk. Zo werd er van negen samengestelde pakketten overgegaan naar twee samengestelde pakketten. De samengestelde pakketten werden niet meer ingepakt in het distributiecentrum, maar op de ophaallocaties door de vrijwilligers, net zoals de klantspecifieke bestellingen. Hier werden alle bestellingen wel afgewogen door vrijwilligers en ingepakt voor de klanten.

Net zoals in het jaar 2020 kwamen individuele klanten of gezinnen vol enthousiasme hun gezonde bestelling op zaterdagvoormiddag, om de twee weken, ophalen in een zelf gekozen ophaallocatie in de buurt. De interactie met vrijwilligers werd alleen maar groter, aangezien zij zelf de pakketten van de klanten samen stelden. Vaste klanten en vrijwilligers kregen vaker een gezicht en eenzaamheid ebde langzaam weg. De motivatie om dit mogelijk te maken voor steeds meer gezinnen groeide gelijkmatig.

Wanneer we nog meer huishoudens willen voorzien van gezonde, verse en lokale voeding dienen bepaalde processen geautomatiseerd te worden. Het OranjeFonds hielp ons hiermee op weg met een subsidie voor het aanschaffen en implementeren van Salesforce. In februari/maart werden de eerste stappen gezet naar een plan van aanpak. Alle werkprocessen en workflows binnen Boeren voor Buren werden overzichtelijk gemaakt en parallel hieraan werd onderzocht wat nodig is om de processen vervolgens te implementeren. Helemaal klaar om in 2022 aan de slag te gaan.

Samenvattend kregen we subsidies van de gemeente Almere, de gemeente Amsterdam, Rabobank Almere, Rabobank Amsterdam, Rabofoundation en het OranjeFonds om onze doelen te realiseren.

Assortiment

Zoals eerder vermeld werden de samengestelde pakketten ingeruild voor losse producten sinds juni voor één ophaallocatie en sinds september voor alle ophaallocaties.

Waarbij we oorspronkelijk 5 kg, 10 kg, 16 kg, een seizoensspecial, een groentepakket, een fruitpakket, aardappelen & ui, een zak aardappel en een zak ui als bestelmogelijkheid hadden, werden deze opties beperkter en werden er losse producten toegevoegd. De losse producten waren steeds afhankelijk van het seizoen en varieerden sterk. Het basisaanbod aan aardappel, ui, appel en peer was altijd toegankelijk. Per seizoen kon dit wisselen van courgettes en tomaat naar paksoi en knolselderij; een echte beproevingen voor vele Amsterdammers en Almeeders. Ze leerden nieuwe groentesoorten kennen en werden dankzij recepten op onze webpagina gestimuleerd om er een lekker en gezond gerecht van te maken.

Deze vernieuwing in assortiment werd vaak nog meer in kaart gebracht dankzij samenwerkingen met bedrijven die gratis producten aan de pakketten toevoegden. Mister Kitchen gaf zo in februari overheerlijke pizzabodems weg en in maart kwam VaVersa op de proppen met verse, biologische kruiden. In november en december was er een mooie stadspasactie waarbij Boeren voor Buren nog goedkoper hun groente en fruit konden inkopen met tot wel 30% korting op hun bestelling. Zo werd het verse, lokale en gezonde product alleen maar aantrekkelijker voor een heleboel gezinnen.

Doelgroep

Na een voorbereidende maand in december 2020, werd Boeren voor Buren in januari 2021 een onderdeel van de samenleving in Almere. Met de draagkracht van de gemeente Almere en Rabobank Almere werd dit mooie initiatief onder de bevolking verspreid. Gezinnen met een kleine beurs kregen ook in Almere toegang tot gezond, vers en lokaal voedsel. Dit concept groeide in 2021 uit van één ophaallocatie naar twee ophaallocaties waarbij mensen de keuze kregen om hun producten op te halen. Deze keuze maakt het toegankelijker voor meerdere gezinnen doordat de reistijd gereduceerd wordt.

Waar de gemeente Amsterdam een stadspas groene stip heeft, kent de gemeente Almere dit concept niet. Voor het eerst werd er geëxperimenteerd met een nieuwe doelgroep en een minder strenge controleprocedure. De drempel om bij Boeren voor Buren producten te bestellen en op te halen werd verkleind en steeds meer gezinnen toonden interesse.

Dit zorgde ervoor dat ook in Amsterdam aandacht kwam naar een doelgroep uitbreiding. Vrijwilligers kwamen steeds vaker in contact met gezinnen die net boven de armoedegrens leefden en bijgevolg niet

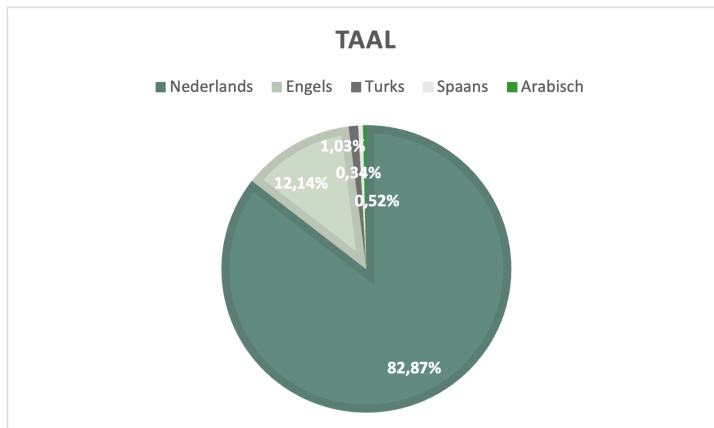
in aanmerking kwamen voor een stadspas groene stip. Een plan van aanpak werd voorbereid om de stap in 2022 naar alle gezinnen met een kleine portemonnee te maken.

Volgende figuren (Figuur 1, 2 en 3) geven aan dat gemiddeld meer Nederlands sprekende vrouwen met een leeftijd tussen 35 en 44 jaar bij Boeren voor Buren hun groente en fruit bestellen.

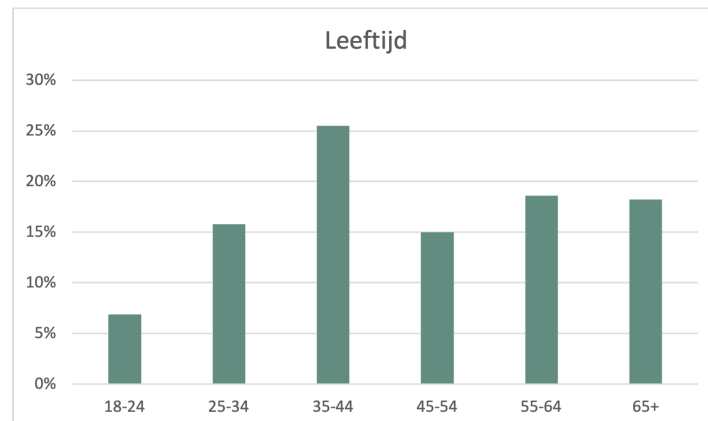
Figuur 1
Geslacht



Figuur 2
Gesproken taal

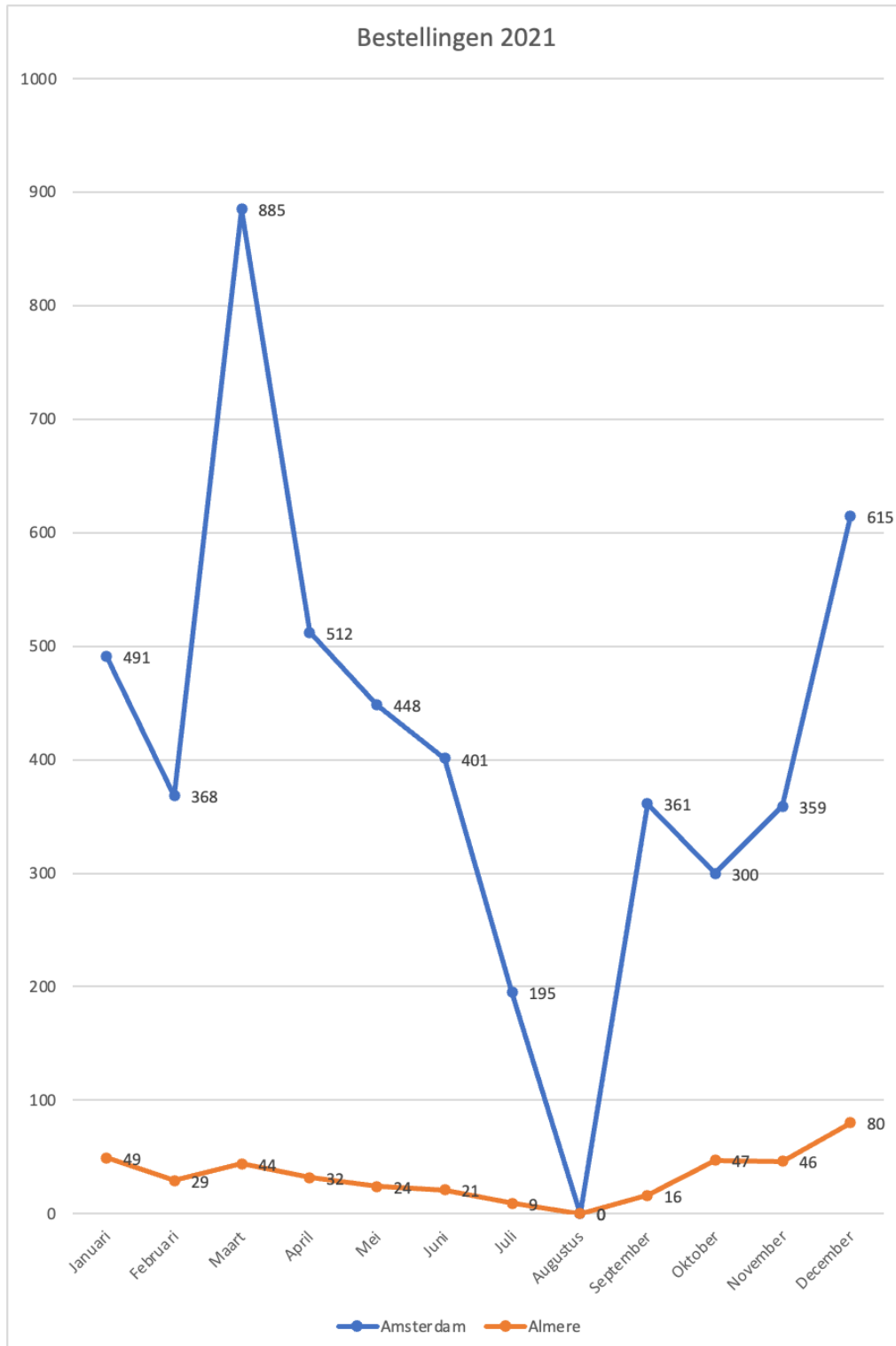


Figuur 3
Leeftijd



In onderstaande grafiek (Figuur 4) is te zien hoe de aantallen evolueerden in de loop van 2021. Zoals grafisch zichtbaar wordt, waren er in augustus geen leveringen omwille van de zomerstop en blijven de aantallen in Almere vrij stabiel.

Figuur 4
Aantal bestellingen per maand





De organisatie

Stichting Boeren voor Buren kende als social startup een opvallende in- en uitloop van personeel. Waarbij voornamelijk vanuit vrijwillige basis en uitzendkrachten van donateurs gewerkt werd, ontstond er een overgang naar vaste werkkrachten. Mensen met de juiste expertise werden in dienst genomen om hun functie binnen Boeren voor Buren te vervullen. Deze werkkrachten in loondienst werden nog steeds ondersteund door vrijwillige expertise uit Rabobank en de gemeente Amsterdam en stagiaires.

Het kernteam werd aangevuld door gemotiveerde vrijwilligers. Hiervan was er per ophaallocatie één hoofdverantwoordelijke, de wijkcoördinator, en gemiddeld vijf vrijwilligers. Waarbij ze in 2020 bedankt werden voor hun inzet met een 10 kg pakket aan groente en fruit, kregen ze in 2021 de mogelijkheid om een vrijwilligersvergoeding te ontvangen. Sommige vrijwilligers kozen ervoor de vergoeding te accepteren, andere kozen eerder voor een Boeren voor Buren waardebon waarbij ze zelf hun groente en fruit pakket konden samenstellen. Wijkcoördinatoren kregen een hogere vergoeding omwille van hun verantwoordelijke taken en ambassadeursrol naar de wijk toe.

Klantactivatie

Zo doende is klantactivatie een heel belangrijke pijler binnen de organisatie. Deze tak kan ervoor zorgen dat het aantal bestellingen groeien, wat nog meer draagkracht heeft voor de stichting en uiteindelijk ervoor kan zorgen dat de producten goedkoper aangeboden kunnen worden.

Wijkcoördinatoren werden gevraagd hun mening, tijd en netwerk in te zetten voor offline communicatie. Mond-tot-mond blijft één van de meest geschikte manieren om onze doelgroep te bereiken. Hiervoor werden nieuwe flyers en posters gemaakt in verschillende talen, zodat nog meer bekendheid voor Boeren voor Buren kon ontstaan. Het verhaal en de mogelijkheid om te bestellen werd meer en meer gedeeld in krantjes (o.a. MUG Magazine) en samenwerkingen met buurthuizen werden aangegaan om het woord te verspreiden of om activiteiten op te zetten, zoals kookworkshops.

Verder werd er online actief aan de slag gegaan om mensen te informeren over ons gezond, vers, lokaal en goedkoop aanbod. Dit gebeurde zowel via onze website, de nieuwsbrieven als social media. Communicatie gebeurde op die manier via onze eigen kanalen waarbij we 5000 huishoudens konden bereiken en andere kanalen zoals stadspas, waarbij 30.000 unieke personen bereikt werden. Mensen bleven geboeid door de verscheidenheid aan ludieke en informatieve posts, maar ook door de verschillende acties die uitgevoerd werden. Online gaven we niet alleen informatie over Boeren voor Buren, maar eveneens over de gezondheidsvoordelen en hoe je met bepaalde producten aan de slag moet in de keuken. Samenwerkingen met kookscholen waren lopende om gezonde gerechten meer toegankelijk te maken voor gezinnen met weinig kookervaring en -materialen.

In februari was er eveneens een samenwerking met Vattenfal, waarbij ze enkele producten doneerden ter attentie van de klanten. In december volgde Makro het voorbeeld en zorgde voor enkele cadeaus die klanten kregen bij de aankoop van een kerstspecial.

Om nog meer gezinnen te voorzien van gezonde voeding werd in februari/maart een campagne opgezet waarbij stadspashouders de mogelijkheid kregen een buur mee te brengen naar het ophaalmoment. Zo kon hij/zij ook gebruik maken van Boeren voor Buren en werd een verrassing voorzien (zie Figuur 5).



Figuur 5
Campagne



Samenvattend:

Kerngetallen	Aantallen 2021
Aantal leveringen	22
Groente en fruit	69991,7 kg
Aantal bestellingen	5332
Gemiddeld aantal vrijwilligers per levering	35