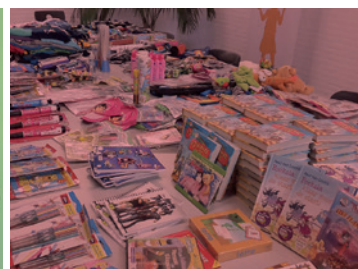




BELEIDSPPLAN 2016-2018



BELEIDSPLAN 2016-2018

// Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Missie	4
Visie	4
Doelstellingen	4
Werkwijze Stichting Kinderen van de Voedselbank.	5
Belangrijke nevenactiviteiten	6
Vrijwilligers en medewerker	6
Financiën	6
Governance	7
Communicatie	7
Korte geschiedenis van Stichting Kinderen van de Voedselbank	7
Voor wie doen we het? Het gezin/kind in armoede	9
Ontwikkeling van stichting KvdV in 2016-2018, van kleinschalig naar grootschalig	12
Bijlage 1 - Bestuur	14
Bijlage 2 – Meerjarenbegroting	15

// Voorwoord

Voor u ligt het beleidsplan 2016-2018 van de Stichting Kinderen van de Voedselbank (KvdV). Een jonge en ambitieuze stichting die in 2013 is ontstaan vanuit compassie met kinderen in armoede. In haar korte bestaan is KvdV erin geslaagd op een uitermate succesvolle en praktische wijze een bijdrage te leveren aan het levensgeluk van kinderen die in armoede opgroeien. Deze kinderen krijgen via KvdV nieuwe kleding en speelgoed. Ook maken we het voor hen mogelijk om een verjaardagsfeestje te organiseren. Voor deze kinderen is dat niet vanzelfsprekend.

Ieder opgroeiend kind moet de toekomst optimistisch tegemoet kunnen zien en zo min mogelijk belast worden met de (materiële) zorgen van hun ouders, vinden wij. Voor veel kinderen ziet de werkelijkheid er echter anders uit. Ze ervaren, vaak al op jonge leeftijd, dat hun wereld en mogelijkheden beperkt zijn. In plaats van kinderlijke onbevanging worden ze geconfronteerd met de dagelijkse materiële zorgen van het gezin waarin ze opgroeien.

Stichting KvdV heeft een nuchtere doelstelling en een keuze gemaakt in het grote aantal van ruim 400.000 kinderen in armoede. Ze richt zich op de circa 34.000 kinderen die via hun ouders afhankelijk zijn van de voedselbank. Stichting KvdV beseft dat het complexe probleem van armoede in een rijk land niet alleen in materiële zin is op te lossen. Wat ze wel kan is met de (vrijwillige) inzet van heel veel mensen de materiële positie van deze kinderen positief beïnvloeden. Want ook kinderen in armoede hebben recht om onbezorgd te dromen.

Terugblikkend op de stormachtige groei kunnen we de pioniersfase van de stichting als afgerond beschouwen. Het stichtingsbestuur richt zijn pijlen nu op het versterken van de continuïteit en een zorgvuldige doorontwikkeling van haar activiteiten. We zien namelijk realistische mogelijkheden voor onze doelgroep. We willen nog meer gezinnen, kinderen en organisaties bereiken en hier ons groeiende netwerk voor inzetten. Het enthousiasme dat we zien bij samenwerkingspartners en sponsors sterkt ons in onze opvatting dat verdere groei wenselijk én mogelijk is.

In dit nieuwe beleidsplan kunt u lezen wat die ambities en denkrichtingen voor de toekomst zijn en op welke wijze de stichting deze denkt te realiseren en hoe ze zichzelf verder wil ontwikkelen.

Namens het bestuur van Kinderen van de Voedselbank,



Maurice van der Ven

Voorzitter

Juli 2016

// Missie

De missie van KvdV is het ondersteunen van kinderen in armoede met nieuwe kleding, schoenen en speelgoed én de mogelijkheden aanreiken voor het organiseren van een verjaardagsfeestje of activiteiten die hun leven veraangenamen zoals een leuk dagje uit. Het gaat om kinderen waarvan de ouders/opvoeders gebruik maken van een voedselbank en die vanwege financiële oorzaken en dominante schuldenproblematiek niet of onvoldoende in staat zijn dit aan hun kinderen te bieden. Door deze activiteiten tracht KvdV een klein verschil te maken in het leven van deze kinderen. Eigenwaarde is van groot belang in het leven van een kind en is iets waar deze heel zijn leven baat bij kan hebben.

2 x per jaar een kledingpakket met nieuwe kleding

Door tweemaal per jaar deze gezinnen de gelegenheid te geven om een aanvraag bij KvdV in te dienen doen deze kinderen nu eens niet onder voor vriendjes op school en/of in de buurt en kunnen ze ook eens met trots en zelfvertrouwen, met de nieuwe kleding die deze hebben gekregen via KvdV, omgaan met andere kinderen. KvdV is tot op heden de enige stichting in Nederland die kledingpakketten verstrekt die zijn samengesteld uit nieuwe kleding en schoenen. Ze hanteert daarbij een duidelijke kwaliteitsnorm waar ze openhartig over communiceert met bedrijven en organisaties die goederen of giften beschikbaar stellen.

Verbreiding naar een sociaal maatschappelijk project

Door de grote vraag aan ondersteuning, en de daarvoor noodzakelijke organisatie en werkzaamheden, wil de stichting ook nadrukkelijk een sociaal maatschappelijk project zijn dat kansen biedt voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt.

// Visie

KvdV heeft de overtuiging en ervaring dat haar doelstelling kan worden gerealiseerd met ondersteuning en sponsoring van:

- ondernemers die kindgerelateerde artikelen ter beschikking stellen,
- donaties vanuit de particulieren en ondernemerssector en
- fondsen die KvdV ondersteunen om de doelstelling te verwezenlijken.

KvdV is een volwaardige landelijk dekkende stichting met een ANBI status.

// Doelstellingen

KvdV formuleert de volgende doelstellingen:

- De stichting heeft met behulp van haar daartoe bestemde vermogen ten doel, het bestrijden van kinderarmoede in Nederland in materiële en immateriële zin.
- Het verrichten van alle verdere handelingen die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn.
- De stichting kan haar doel ook trachten te verwezenlijken door activiteiten met een winstoogmerk, op voorwaarde dat de inkomsten uit deze activiteiten binnen een redelijke vastgestelde termijn geheel of nagenoeg geheel ten goede komen aan de doelstelling van de stichting.

// **Werkwijze Stichting Kinderen van de Voedselbank**

De stichting heeft voor het realiseren van haar doelstellingen een actieve strategie in het benaderen en werven van donateurs, schenkingen in materiële en financiële zin. De overtuigende en enthousiast makende persoonlijke benadering is daarin zeer effectief. De stichting wekt daarbij naar sponsors en donateurs vertrouwen door consciëntieus haar afspraken na te komen. Ze communiceert goed en zorgvuldig en probeert ook te bemiddelen in aanbod dat niet geschikt is voor de doelen van de stichting, maar wel nuttig kan zijn voor andere organisaties (zoals Stichting uit de Brand en kledingbanken).

Afnemers van de diensten van KvdV voelen zich serieus genomen

De stichting werkt systematisch en is opbouwend kritisch in haar activiteiten gericht op de doelgroep. Mensen die gebruik maken van het aanbod van de stichting voelen zich serieus genomen en dat is, zo blijkt uit de reacties, vaak een positieve en uitzonderlijke ervaring die voor veel mensen in armoede niet als vanzelfsprekend wordt ervaren vanwege de afhankelijke positie waarin ze verkeren en de controlecultuur die vaak ontmoedigend werkt.

Toetsing

Gezinnen die gebruik maken van de mogelijkheden van de stichting moeten wel aantonen dat ze onder de doelgroep van de stichting vallen. Met de meeste voedselbanken zijn heldere afspraken gemaakt over de toetsing van de aanvragen. Er zijn 162 hoofdvoedselbanken in Nederland met meer dan 500 uitgiftepunten. KvdV werkt inmiddels met 110 hoofdvoedselbanken samen. Met privacygevoelige gegevens wordt zorgvuldig omgegaan. Elke cliënt ondertekent een toestemmingsverklaring voor het vrijgeven van persoonsgegevens. Gegevens worden uiteraard niet met derden gedeeld.

Deze vorm van toetsing blijkt een adequate en slagvaardige formule. In situaties waar dat niet lukt, denkt de stichting zelf actief mee of doet suggesties om op een andere wijze bevestiging te krijgen van de situatie waarin een beroep wordt gedaan op de stichting (bijvoorbeeld bijstandsmaatschappelijk werk van een sociale dienst die toetst).

Hoort zegt het voort: heldere boodschap voor schenkers en donateurs

Het aanbod van de stichting, en het waarom ervan, is helder voor potentieel geïnteresseerde schenkers en donateurs. Enthousiaste verhalen over de stichting spreken zich rond. Dat geldt, zo leren de ervaringen, ook voor mensen die van de diensten van de stichting gebruik willen maken.

De stichting is in 2013 het goede doel bij cartoon network geweest. In april 2014 werd musicalster Tony Neef (o.a. van de succesvolle musical miss Saigon) ambassadeur van de stichting.

Meedenken en adviseren in geldinzamelingactiviteiten

Soms willen mensen of organisaties iets doen om het werk van KvdV mogelijk te maken, maar vinden ze het moeilijk om dat handen en voeten te geven. De stichting geeft dan bijvoorbeeld tips over mogelijke financiële acties zoals het organiseren van een sponsorloop. Ook stelt ze middelen beschikbaar voor de zogenaamde 'klavertje vier actie' waarvan de opbrengsten bedoeld zijn om goederen aan te schaffen voor de kinderen waarop de stichting zich richt.

// Belangrijke nevenactiviteiten

- In 2015 heeft Dreamery Foundation **een lespakket** ontwikkeld. Dit lespakket bestaat uit enkele lessen en een presentatie over het werk van Kinderen van de Voedselbank. Als basisscholen meedoen met de 'klavertje 4 actie' dan kunnen ze beschikking krijgen over het lespakket.
- De Stichting werkt samen met het Adviespunt Neder-Betuwe in het beschikbaar stellen van **beschermde werkplekken** aan mensen die langdurig werkloos zijn. Zij kunnen bij de stichting arbeidsritme en werkervaring op kunnen doen.
- Er zijn goede contacten met de gemeentelijke overheid. Burgemeesters en wethouders van de gemeente Neder-Betuwe zijn verbonden aan de stichting als lid van het comité van aanbeveling. Ook zijn er contacten met de gemeente Vugt. De komende jaren werken we verder aan een bredere aanpak van **belangenbehartiging** op zowel gemeentelijk, provinciaal als landelijk niveau.
- KvDV blijft actief **samenwerking** zoeken met anderen stichtingen, organisaties, bedrijven die raakvlakken hebben met armoedebestrijding. In co-creatie liggen nieuwe extra kansen en zo kan de stichting zijn netwerk verder uitbreiden.

De belangrijkste samenwerkingspartners zijn:

- » Voedselbanken Nederland
- » Maatschappelijk werk
- » Kinderombudsman
- » Stichting Uit de Brand
- » Kledingbanken
- » Adviespunt Neder-Betuwe

// Vrijwilligers en medewerker

De kracht van de stichting is haar heldere, mensgerichte en tegelijk informele uitstraling: WYSIWG (what you see is what you get). Het werk wordt grotendeels door ca. 20 gepassioneerde enthousiaste professioneel denkende vrijwilligers uitgevoerd. Dat heeft een wervend karakter in de netwerken waarin de stichting functioneert. Die houding draagt bij aan de succesformule.

Maar de balans tussen vrijwillige inzet en de steeds verder toenemende tijdsdruk die ontstond vanwege het grote succes, dwong de stichting om een beperkte mate van professionalisering na te streven om continuïteit en kwaliteit bij verdere ontwikkelingen te waarborgen. Ook vrijwillige inzet kent zijn grenzen als ze tot disbalans bij vrijwilligers kan leiden. Per 1 januari 2015 is een coördinator ingezet die het dagelijkse reilen en zeilen van de stichting organiseert en controleert en die bekostigd wordt door een kleine overhead van de sponsorinkomsten hiervoor aan te wenden.

// Financiën

In de periode 2016-2018 zal de stichting op de volgende wijze inkomsten verwerven:

- Via donateurs, schenkingen, giften in natura, collectes, (sms)acties en evenementen.
- Mogelijke financiering door gemeentelijke overheden wordt onderzocht.
- Fondsen worden aangeschreven met als doel het mede mogelijk maken van de maatschappelijke doelstellingen van de stichting en het financieren van projectmatige activiteiten.
- Bij dit beleidsplan worden telkens als bijlagen een actuele begroting en prognose toegevoegd (bijlage 2).

De kosten van fondsen- en sponsorwerving zijn laag. Het vrijwillige bestuur is dagelijks in touw om contacten te leggen en te onderhouden met giftgevers en bedrijven die kind-gerelateerde artikelen ter beschikking stellen. De bestuurders ontvangen geen beloning voor hun werkzaamheden. Zij hebben wel recht op een vergoeding van de gemaakte kosten.

De kosten van de fondsenwerving als percentage van de baten van de fondsenwerving bedroegen in 2015 6%. We streven voor de komende jaren naar een maximum percentage van 10%.

// Governance

Het vermijden van elke vorm en schijn van belangenverstremgeling staat hoog op de agenda van het bestuur. Toezicht en uitvoering zijn strikt gescheiden.

// Communicatie

Stichting Kinderen van de Voedselbank zet diverse communicatiemiddelen in om haar achterban te betrekken bij het werk van de stichting.

De afgelopen jaren is er actief gewerkt aan het verbeteren van de communicatiemiddelen:

- De stichting houdt actief een Facebookpagina bij waarin alle bijdragen, acties voor en activiteiten van de stichting worden gedeeld. Bijna dagelijks wordt een bericht geplaatst. Daarmee bereiken we duizenden mensen. Meer dan 17.500 mensen volgen de Facebookpagina.
- Een aantal keren per jaar komt er een brochure uit met uitgebreide informatie over de stichting. De brochure wordt geheel kosteloos gemaakt door het Nationaal Bureau voor Communicatie.
- Operatie Sterrenslag is een mediacampagne om het bereik van de stichting te vergroten en positieve aandacht te vragen voor de doelgroep. Deze actie loopt via Facebook en Google. Stichting KvdV maakt gebruik van de mogelijkheid om via Google AdWords gratis een budget ter waarde van 110.000 dollar te besteden aan advertenties. De advertentie wordt getoond bij relevante zoektermen. De begeleiding van deze Google AdWords campagne wordt eveneens Pro Deo verzorgd door In2search.

// Korte geschiedenis van Stichting Kinderen van de Voedselbank

Gedreven, praktisch en enthousiasmerend

Het idee voor de Stichting Kinderen van de Voedselbank is ontstaan aan de eettafel. Twee

betrokken ouders en oprichters van de Stichting werden geraakt door de problematiek van kinderen in armoede toen hun kinderen op school deelnamen aan en thuis vertelden over een project over armoede. Het besef dat teveel kinderen door armoede op afstand staan leidde bij hen tot de gedachte om daar in praktische zin iets aan te doen.

Wat kunnen we doen om een klein verschil te maken?

Het is bekend dat ook in een rijk en hoog ontwikkeld land als Nederland sprake is van armoede en dat de gevolgen daarvan vaak een grote en langdurige impact op kinderen hebben. Armoede is een ingewikkeld begrip dat niet alleen in geld is uit te drukken, maar dat mede bepaald wordt door de omstandigheden waarin mensen tegen wil en dank of door eigen handelen terecht zijn gekomen.

Volgens de cijfers van CBS leeft één van de tien Nederlandse kinderen in armoede.

De initiatiefnemers en de oprichters van de stichting stelden zich de volgende vragen:

- Mogen we deze ruim 400.000 kinderen wel belasten met de gevolgen van de omstandigheden waar hun ouders in leven of terecht zijn gekomen?
- Kunnen we die omstandigheden voor deze kinderen niet op zijn minst verlichten?
- Kunnen we er aan bijdragen dat kinderen niet verder op achterstand worden gezet doordat ze vaak zo jong al de zorgen die hun ouders hebben met zich meedragen?
- Wat kunnen we doen om een klein verschil te maken met misschien wel grote gevolgen in het leven van deze kinderen?

De beantwoording van deze vragen leidde vervolgens tot de oprichting van de Stichting die als vertrekpunt koos om vooral de materiële omstandigheden van deze kinderen proberen te verbeteren met tastbaar resultaat. Want nieuwe schoenen, nieuwe kleren en zelf speelgoed hebben om mee te spelen zijn materiële zaken die er aan bij kunnen dragen het gevoel te hebben om ergens bij te horen. Het oude gezegde: 'kleren maken de man' is juist erg van toepassing op kinderen in het tijdperk van overdadig consumentisme en specifieke marketing op deze doelgroep.

Doelgericht

Als je je materieel prettiger kunt voelen heeft dat vaak ook een positieve invloed op je gemoedstoestand. Als jij zelf ook een verjaardagsfeestje kunt geven voor je klasgenoten door middel van een verjaardagsbox (van KvdV), draagt dat er aan bij dat je ook het gevoel krijgt om onderdeel van de groep uit te maken. Als je alleen maar kunt vragen en nooit kunt geven heeft dat invloed op je functioneren.

Met deze heldere en praktische benadering die de stichting koos, er in feite voor proberen te zorgen dat kinderen van ouders die van de voedselbank gebruik maken minder kans op stigmatisering lopen vanwege hun materiële beperkingen, raakten de initiatiefnemers een gevoelige snaar bij veel mensen en bedrijven. Daardoor konden ze onbevangen, ambitieus en doelgericht aan de slag gaan om de leefomstandigheden van deze kinderen te verbeteren. Het begrip kinderen in armoede werd daarbij zo concreet mogelijk gemaakt door een herkenbare doelgroep te kiezen: kinderen (van ouders) van de voedselbank.

Aanstekelijke gedrevenheid

De gedrevenheid, de doelgerichtheid en de heldere boodschap waarmee dit werd uitgedragen sloeg breed aan en veel mensen en organisaties besloten om zich er in praktische zin aan te

verbinden door middel van giften en sponsoring, financieel en materieel in het beschikbaar stellen van nieuwe goederen. In korte tijd maakte de stichting een groei door die de keukentafel ontsteeg en die de zolder, die voor het doel was ontruimd, al vrijwel meteen veel te klein maakte. De stichting werd door de kordate, zorgvuldige en enthousiasmerende wijze van de initiatiefnemers al snel een organisatie met een landelijke uitstraling en bereik met een zich snel uitbreidend netwerk van betrokken mensen die de doelstellingen van de stichting praktisch willen steunen.

Van pionieren, naar bestendigen en meer kinderen bereiken

Het project groeide en groeit in drie jaar sinds het initiatief letterlijk uit zijn voegen. Via bemiddeling van een lokaal gemeenteraadslid die in contact was getreden met de initiatiefnemers werd een leegstand kantoorpand betrokken. Maar ook op die plek is de Stichting nu al letterlijk uit haar voegen gegroeid. Gelukkig heeft KvdV sinds 1 juli 2015 de beschikking gekregen over een grote loods op hetzelfde industrieterrein. Een prachtige hal van 750 m² die de afgelopen periode met inzet van veel vrijwilligers en sponsoring van o.a. de Guusje Nederhorst Foundation is omgetoverd tot een productiehal met drie grote inpaktafels waar elke dag 10 tot 15 vrijwilligers kunnen werken. Langs de wanden zijn stellingen en kledingrekken geplaatst waar voldoende ruimte is om alles uit te hangen en neer te zetten.

Stapje voor stapje gaan we met de groei mee. Dankzij de maatschappelijke betrokkenheid van de verhuurder, H&S Coldstores, kan de hal voor een voordelig tarief worden gehuurd. Er is een langdurig huurcontract van 10 jaar afgesloten met mogelijkheden tot verlenging. In de loop van 2016 wordt de loods in gebruik genomen.

De pioniersfase, zoals iedere organisatie die doormaakt, is afgesloten. Met beperkte middelen en menskracht is een grote doelgroep kinderen bereikt, maar in feite is dat nog een klein deel van de totale groep kinderen in armoede. De stichting wil de komende jaren meer kinderen verrassen met een pakket.

De pioniersfase heeft al werkende een beeld opgeleverd van een grote vraag om ondersteuning en een groot achterland van organisaties die willen bijdragen aan de activiteiten van de stichting. Ook zijn er steeds meer afnemers (gezinnen in armoede) die gebruik willen maken van de diensten van de stichting.

De organisatie uitbreiden en inhoudelijk versterken

Het succes van de werkzaamheden deed de twee initiatiefnemers besluiten om snel het stichtingsbestuur uit te breiden om te zorgen voor een goed en degelijk fundament.

Op alleen compassie, enthousiasme en overtuigingskracht kun je geen organisatie bouwen en continueren.

Aan het bestuur zijn inmiddels vertegenwoordigers met meerdere deskundigheden toegevoegd met kennis op onder andere financieel, maatschappelijk, politiek en ondernemersvlak (zie bijlage 1).

Die ontwikkeling draagt er zorg voor dat de stichting een duurzamer en structurele basis kreeg om zich verder te ontwikkelen. Het primaire doel van de stichting blijft om bij te dragen aan een verbetering van de positie van kinderen in armoede in materiële zin.

Toegevoegde waarde voor voedselbanken

De stichting heeft partnerrelaties met veel voedselbanken, maar het landelijke netwerk van voedselbanken is niet in alle gevallen dekkend voor de vraag. In het bereiken van kinderen in armoede ziet de stichting reële mogelijkheden om aanvullend op het aanbod van voedselbanken op haar eigen deelterrein samen te werken met bijvoorbeeld gemeentelijke sociale diensten of andere instanties.

// Voor wie doen we het? Het gezin/kind in armoede

Onze maatschappij als abstract begrip is in vele opzichten hard en onverschillig. Door onder andere individualisering en vervreemding zijn sociale netwerken waar we vroeger op terug konden vallen in het heden niet meer vanzelfsprekend. Toenemende stress, jezelf een weg vinden in een samenleving met een overkill aan informatie en keuzemogelijkheden is niet voor iedereen vanzelfsprekend. In beginsel heeft iedereen gelijke kansen, maar in de praktijk hebben de omgevingsfactoren en materiële positie waarin een kind opgroeit een grote invloed op de wijze waarop je leven zich ontwikkelt. Sociologen en economen voorspellen dat de kloof tussen arm en rijk in de toekomst steeds groter en scherper wordt.

Het toegenomen individualisme en daarmee vaak gepaard gaande consumentisme trekt soms diepe sporen in de samenleving. Zelfredzaamheid en sociale cohesie zijn steeds minder vanzelfsprekend. Wie op achterstand komt te staan door bijvoorbeeld de economische crisis of door eigen handelen heeft het moeilijk om zich daar aan te onttrekken. Als er geen werk is, als je geen goede opleiding hebt of als je leven een opeenstapeling van problemen is (geworden), belemmert dat je om jezelf te kunnen ontplooien. In materiële zin slagen heel veel mensen er niet in om het hoofd boven water te houden of een strategie te ontwikkelen om grip op hun leven en keuzemogelijkheden te houden.

Een toekomst die niet verder reikt dan het vullen van de gaten van vandaag

Armoede, een leven vol zorgen over rondkomen, heeft na verloop van tijd een negatief effect op de psychische gesteldheid van mensen die het treft. De toekomst die we voor ons zien als we over voldoende keuzeopties beschikken beperkt zich voor mensen in armoede steeds vaker tot vandaag. 'Als ik vandaag maar rondkom', waarbij het denken zich regelmatig beperkt tot gedrag om het ene gat maar te vullen met het andere gat. Vooruitkijken, plannen, perspectief zien en ontwikkelen, een praktische strategie volgen om je situatie te doorbreken, is een weg die meestal omgeven is door tegenslagen waar mensen zich slechts moeilijk kunnen ontworstelen.

Moedeloze berusting

Dromen over een ander leven beperken zich meestal tot de droom om weer schuldenvrij te worden. Maar een echte droom, van wie je wilt zijn of wat je werkelijk zou willen doen om zelf weer grip op je leven te krijgen, is nauwelijks aanwezig of wordt niet als realistisch gezien. Dromen alleen helpt je ook niet vooruit. Daarvoor is een strategie met heldere doelen noodzakelijk, die meestal ontbreekt. Emancipatie en jezelf kunnen verheffen uit je situatie worden door die omstandigheden al gauw theoretische begrippen, waardoor in feite vaak een patstelling ontstaat van moedeloze berusting in de situatie en afhankelijkheid van barmhartigheid en of regelingen die moeten voorkomen dat de situatie niet verslechterd.

Wat betekenen deze omstandigheden voor een kind, dat na zijn of haar geboorte tamelijk blanco met de wereld wordt geconfronteerd, maar omgeven is door armoede? Al gauw dragen ze de zorgen van hun ouders met zich mee en raken hun kinderlijke onbevangenheid al snel kwijt. De oude begrippen als 'rust, reinheid en regelmaat' uitgebreid met 'ruimte en respect' zijn voor deze kinderen niet vanzelfsprekend.

Jong bezig zijn met overleven

De tegenstellingen in de samenleving kunnen erg groot en hard confronterend zijn. Veel kinderen van wie de ouders het zich kunnen permitteren groeien, ongenueanceerd geformuleerd, op als een 'achterbankkind' met veel ontplooiings- en ontdekmogelijkheden. Hen wordt volop keuzes aangereikt, ze groeien meestal onbezorgder op en hun leven lijkt soms op een uitgestippeld pad naar een toekomst die ze optimistisch tegemoet kunnen treden, omdat ze hun talenten of vaardigheden hebben kunnen ontwikkelen of ontdekken. Kinderen in armoede zijn in vele opzichten al jong bezig met vooral te overleven. Ze ervaren onbewust vrijwel dagelijks dat niets vanzelfsprekend is omdat ze in materieel opzicht buiten de boot vallen van de subtiele gangbare en onbesproken norm.

Dromen die doodlopen

Ze gaan soms opvallen of voelen zich anders. Hun dromen lopen al snel dood op het pad van de beperkte mogelijkheden. Naar een kinderfeestje gaan is na verloop van tijd niet meer vanzelfsprekend. Voetbalschoenen of een balletpakje zijn te duur en dan hebben we het nog niet eens over de contributie. Je kunt jezelf nooit een feestje permitteren, dus je blijft maar weg of wordt niet meer uitgenodigd. Voor jou zijn er nooit nieuwe kleren, waarmee ook jij kunt pronken of waarmee je je onzekerheid, zoals ieder kind dat bij de groep wil horen, kunt maskeren.

Van deel uitmaken van een groep naar isolement

Pedagogen stellen vast dat het voor ieder mens belangrijk is om te voelen en ervaren bij een groep te horen. Door armoede is dat voor kinderen steeds minder vanzelfsprekend. Ze kunnen geïsoleerd raken of in een groep terecht komen die in de marge functioneert met weinig positieve rolmodellen. Bijdragen aan kansrijk opgroeien betekent voor een kind dat het zich geen zorgen zou moeten hoeven te maken over hoe je er uitziet, wat voor kleren je draagt, of het speelgoed dat je wel of niet hebt. Maar die zorg is er voor deze kinderen vrijwel altijd omdat het veel ouders aan veerkracht ontbreekt om de situatie ten positieve keren.

Met nieuwe schoenen in bed

De stichting KvdV merkt dat zij door wat zij levert die zorgen soms weg kan nemen of verkleinen. Wat ze levert (nieuwe kleren, speelgoed en een mogelijkheid om een verjaardagsfeest te organiseren) draagt bij aan een positief gevoel van hun ouders die zich vaak schuldig voelen omdat ze hun kinderen het beste gunnen, maar dat zich niet kunnen permitteren. En het levert altijd blijde kinderen op.

Een moeder die een kledingpakket had gekregen mailde dankbaar dat haar zoontje zijn nieuwe schoenen in bed had aan willen houden. Zo blij was hij er mee. Het is zomaar een sprekend voorbeeld van één van de vele reacties die de stichting krijgt van gebruikers van haar diensten. Het is een lichtpuntje in een leven dat anders eigenlijk altijd gedomineerd wordt door zorgen.

// Ontwikkeling van stichting KvdV in 2016-2018, van kleinschalig naar grootschalig

De pioniersfase van Stichting Kinderen van de Voedselbank is afgesloten. De komende jaren wil de stichting verder professionaliseren en groeien.

Voor 2016 – 2018 heeft het bestuur de volgende doelstellingen bepaald:

Meer kinderen ondersteunen

Nu de Stichting de beschikking heeft over een ruime loods met veel ruimte om alle artikelen te stallen en pakketten samen te stellen willen we de komende jaren meer kinderen gaan verrassen met een pakket. De nood is hoog en de vraag groot. We hebben de wens om uiteindelijk alle kinderen die afhankelijk zijn van een voedselbank te voorzien van een pakket.

Voor 2016-2018 streven de volgende aantallen na:

2016: 6.000 pakketten

2017: 8.000 pakketten

2018: 11.000 pakketten

Elk pakket is afgestemd op de maten van het kind en bestaat uit de volgende artikelen: een paar nieuwe schoenen, minimaal vier stuks nieuwe kleding en een aantal nieuwe cadeautjes. Afhankelijk van het seizoen wordt het pakket aangevuld met een aantal seizoensgebonden artikelen zoals zwemkleding of muts/wanten. Elk pakket wordt tevens voorzien van het Kinderrechten Kidsboek van onze partner De Kinderombudsman. Alle artikelen worden leuk in cadeaupapier ingepakt zodat het een groot feest is wanneer een kind zijn pakket krijgt thuisgestuurd.

Monitoring verbeteren

Impact

In de doos die bij het kind bezorgd wordt zit standaard een brief met het verzoek om een reactie te mailen of op facebook te plaatsen. Veel ouders/verzorgers geven gehoor aan deze oproep. Dit geeft ons een goed beeld van de ontvangst van de pakketten en levert ontroerende reacties op. Omdat we het effect van ons werk nog beter willen meten en open staan voor verbetering is besloten om ontvangers om een uitgebreidere feedback te vragen. Vanaf 2017 willen we ouders/verzorgers vragen (vrijblijvend) een vragenformulier in te vullen.

Administratie

De organisatie 'Ronde Tafel Haarlemmermeer' ontwikkelt een softwareprogramma voor een betere registratie van verzonden pakketten en voorraden. Het streven is dit nieuwe softwareprogramma in 2016 in gebruik te nemen.

Organisatie professionaliseren

Vrijwilligersbeleid

Het succes van onze stichting is voor een groot deel afhankelijk van de inzet van vrijwilligers. Met de groei van de organisatie is vastlegging en verbetering van het vrijwilligersbeleid noodzakelijk. Belangrijke aandachtspunten zijn:

- Duidelijke afspraken en verwachtingen vastleggen
- Aantrekken van gemotiveerde vrijwilligers
- Begeleiding van vrijwilligers
- Uitbreiding contacten met omliggende gemeenten over inzet van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt
- Inzet scholieren (maatschappelijke stage)
- Vrijwilligers aantrekken voor educatie.

Governance

De stichting wil zich oriënteren op het instellen van een Raad van Toezicht. De raad heeft een stimulerende en adviserende functie ten opzichte van het bestuur. Zij houdt toezicht op de financiën, budgettering, operationeel beleid en het functioneren van het bestuur.

Uitbreiding personeel

Door de groei van de organisatie zal de druk op de coördinator toenemen. De stichting leunt (te) zwaar op de inzet van deze coördinator. Als de financiën het toelaten zal de stichting in 2018 een tweede (parttime) coördinator aanstellen. Het verdelen van alle taken over twee personen maakt de organisatie minder kwetsbaar. Tevens wordt continuïteit gewaarborgd.

Vriendenclub opzetten

De stichting is financieel afhankelijk van giften. Het bestuur wil in haar achterban vrienden werven die het werk maandelijks of jaarlijks met een vast bedrag willen steunen. Dit zorgt voor een meer structurele bron van inkomsten.

Samenwerking andere organisaties intensiveren

Kinderen van de Voedselbank wil de samenwerking met andere organisaties die zich inzetten voor de bestrijding van kinderarmoede intensiveren. Zowel op landelijk als op lokaal niveau. Met als primaire doel: meer kinderen in armoede (beter) helpen en meer in samenhang met elkaar. Daarnaast kunnen we gezamenlijk het thema kinderen en armoede sterker onder de aandacht brengen bij beleidsmakers.

// Bijlage 1 - Bestuur

Bestuurssamenstelling per 1 juli 2016:

Naam	Functie bestuur KvdV	Achtergronden
M.R.M. (Maurice) van der Ven	Voorzitter	Medeoprichter van de stichting, ondernemer
J.B. (Jan) den Hartigh	Penningmeester	Belastingconsulent
C. (Cindy) de Hommel	Secretaris	Ervaringsdeskundige, in periode van werkloosheid als vrijwilliger betrokken geraakt bij KvdV
A. (Ton) Keuken	PR	Raadslid CDA in gemeente Neder-Betuwe, Commercieel directeur SEPA Green Energy BV, directeur Ton Keuken Consultancy BV, bestuurslid Ondernemingsvereniging Neder-Betuwe, voorzitter Comité 4/5 mei Opheusden
H. (Hennie) van de Haar	PR	Oprichter ondernemingsvereniging, ondernemer
J.H.A.M. (Jan) Woldberg	Fondsenwerving en promotie	Raadslid PvdA gemeente Neder-Betuwe, voormalig manager welzijnsorganisatie Amsterdam Zuid-Oost

// Bijlage 2 - Meerjarenbegroting

	Gerealiseerd		
	2015	2016	2017
	€	€	€
Opbrengsten			
Giften	115.864	125.000	135.000
Charitatieve en vermogensfondsen	27.500	80.000	70.000
Acties	18.272	25.000	30.000
Totaal der opbrengsten	161.636	230.000	235.000
Uitgaven			
Inkoop kleding	44.394	55.000	70.000
Inkoop verjaardagboxen en overig	17.430	20.000	20.000
Personeel/vrijwilligers	41.776	50.000	55.000
Afschrijvingen	2.955	3.500	4.500
Huisvesting	8.749	12.000	13.000
Verwarming nieuwe productiehal	-	25.000	-
Kantoorkosten (incl. porti pakketten)	14.447	16.000	20.000
Autokosten	11.105	11.500	12.000
PR en communicatie, verkoop	16.093	17.000	18.000
Algemene en advieskosten	2.320	7.500	7.500
Overig	241	5.000	5.000
Totaal der uitgaven	159.510	222.500	225.000
Stichtingsresultaat	2.126	7.500	10.000

Altijd als ik met mijn dochtertje in de stad loop vraagt ze of ze ook eens nieuwe kleding mag kopen. Ik zeg dan 'dat komt de volgende keer wel'. Maar ook de volgende keer komt nooit. Nu komt er ineens een enorm pakket met nieuwe kleding en schoenen bij ons binnen. Ik kan niet uitleggen wat dit met mijn dochtertje en mij doet. 'Eindelijk mama' zei ze, 'nu heb ik net als mijn vriendinnetjes ook eens nieuwe kleding'.

Heel de dag loopt onze jongste te pronken in zijn nieuwe outfit en toen hij vanavond naar bed moest vroeg die aan mij of hij zijn nieuwe schoenen in bed mocht aanhouden omdat hij bang was dat ze er anders morgen niet meer waren. Ik kan u niet uitleggen wat dit met ons doet dat wij zoveel hebben gekregen. Bedankt voor waarschijnlijk meer dan jullie beseffen.

Al jaren gaat sinterklaas aan onze deur voorbij en ineens zijn jullie daar. Woorden schieten mij tekort met al het moois wat mijn kids hebben gekregen. Bedankt, bedankt en nog eens bedankt.

Lieve mensen. Wat een geschenk van jullie zeg. Alle 4 kinderen enorm verwend. Veel te leuke kleertjes, haha. Jullie hebben hele goede smaak zeg. Wat zijn ze verwend. Kleding, schoenen, cadeautjes. Iedereen verwend. Ik als moeder ben hier heel erg blij mee. Eén van mijn kinderen is ernstig ziek en draagt alleen joggingbroeken vanwege zijn rolstoel en zelfs daar is rekening mee gehouden. Jullie zijn echte TOPPERS. Dankjulliewel.

Stichting Kinderen van de Voedselbank

Waalbanddijk 115
6669 MG Dodewaard
Tel. : 0488 41 27 14
IBAN : NL17 RBRB 0845 2512 28
www.kinderenvandevoedselbank.nl
[f /kinderenvandevoedselbank](https://www.facebook.com/kinderenvandevoedselbank)

Stichting Kinderen van de Voedselbank staat geregistreerd als ANBI.

ANBI

Algemeen Nut beogende Instelling

stichting 
Kinderen van de Voedselbank
De kinderen waar er meer van zijn dan u denkt

