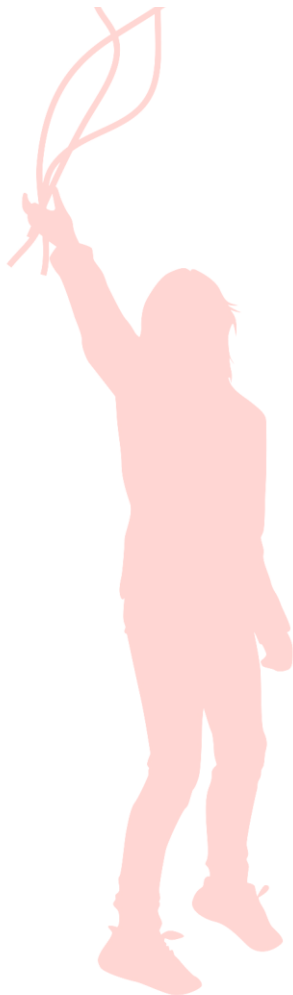


stichting



Kinderen van de
Voedselbank

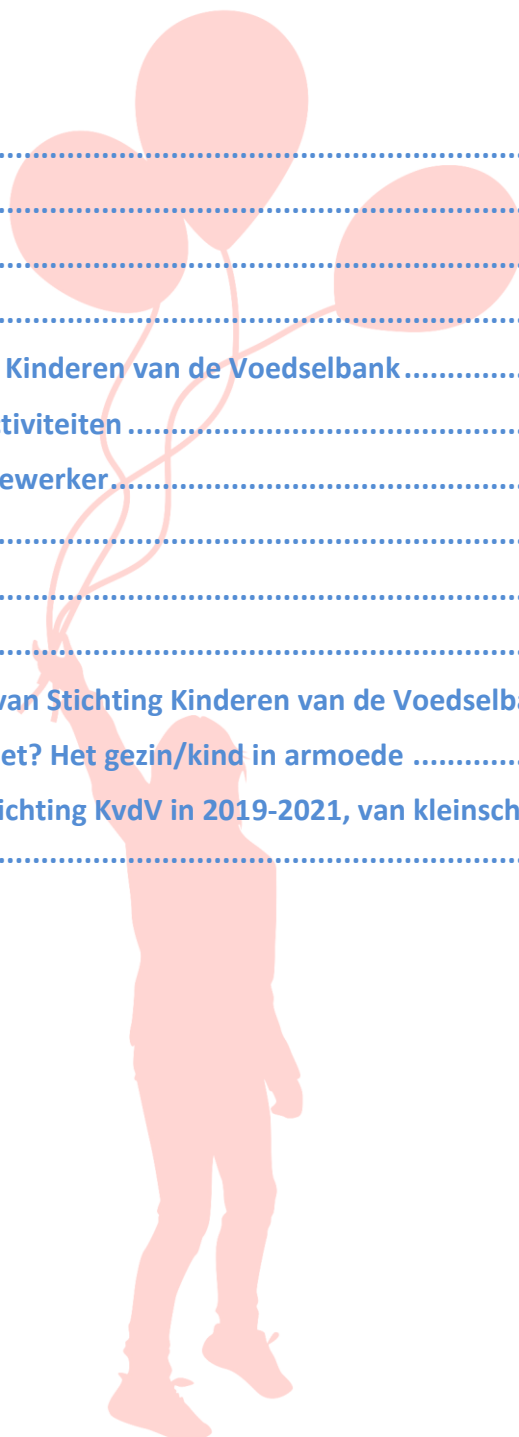
De kinderen waar er meer van zijn dan u denkt



Beleidsplan 2019 - 2021

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Missie	4
Visie.....	4
Doelstellingen	4
Werkwijze Stichting Kinderen van de Voedselbank	5
Belangrijke nevenactiviteiten	6
Vrijwilligers en medewerker.....	7
Financiën	7
Governance	7
Communicatie.....	7
Korte geschiedenis van Stichting Kinderen van de Voedselbank.....	8
Voor wie doen we het? Het gezin/kind in armoede	10
Ontwikkeling van stichting KvdV in 2019-2021, van kleinschalig naar grootschalig	12



Voorwoord

Voor u ligt het beleidsplan 2019-2021 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 kleren 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 onbevangenheid 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 36.000 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 en 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
December 2018

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 kleren

Door twee maal 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 kleding pakketten 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.

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

KvdV is een volwaardige landelijke 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 winst oogmerk, 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.
- Mensen met afstand tot de arbeidsmarkt helpen aan relevante werkervaring en t.z.t. doorstromen naar een betaalde baan.

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 145 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 heeft in 2017 de Nationale Kinderrechten Award gewonnen, uitgereikt door de directeur van Unicef. In datzelfde jaar is Fajah Lourens ambassadrice geworden, in het jaar daarop (2018) is Dries Roelvink ambassadeur geworden. KvdV was het goede doel bij het programma “geen cent te makken”, acht afleveringen lang heeft de familie roelvink zich ingezet voor de Stichting.

Meedenken en adviseren in geldinzamelingactiviteiten

Soms willen mensen of organisaties iets doen om het werk van Stg. 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

- 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.
- Samenwerking ROC Tiel (leergang logistiek en administratie).
- 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. De komende jaren werken we verder aan een bredere aanpak van **belangenbehartiging** op zowel gemeentelijk, provinciaal als landelijk niveau. Dit heeft geresulteerd in een groeiend aantal gemeenten die met ons samenwerken.
- Inmiddels werken er ook mensen met afstand tot de arbeidsmarkt bij de Stichting, dit aantal is groeiende.
- 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
- *Nationaal Fonds Kinderhulp
- *Jeugdzorg
- *Diverse Gemeenten

Vrijwilligers

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. 40 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. De Stichting streeft ernaar om in toenemende mate vrijwilligers aan zich te binden.

Financiën

In de periode 2019-2021 zal de stichting op de volgende wijze inkomsten verwerven:

- Via donateurs, schenkingen, giften in natura, collectes, acties en evenementen.
- Mogelijke financiering door gemeentelijke overheden wordt verder uitgebreid.
- 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 bijlage een actuele begroting en prognose toegevoegd.

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 2018 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 37.000 mensen volgen de Facebookpagina.

- Een aantal keren per jaar komt er een brochure uit met uitgebreide informatie over de stichting.
- Ook lokale en landelijke media worden ingezet t.b.v. de stichting.

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 te veel 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 een op de negen 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 mede dragen? 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, 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. Want 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 zes jaar sinds het initiatief letterlijk uit zijn voegen. Inmiddels hebben we voldoende ruimte om de groei te kunnen bewerkstelligen. Stapje voor stapje gaan we met de groei mee. Dankzij de maatschappelijke betrokkenheid van de verhuurder, H&S Coldstores, kan de accommodatie voor een voordelig tarief worden gehuurd. Er is een langdurig huurcontract afgesloten met mogelijkheden tot verlenging.

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 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.

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 voren 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 rond komen 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 'achterbank kind' met veel ontplooiings- en ontdekbaarheden. Hen wordt volop keuzes aangereikt, ze groeien meestal onbezorgd 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 positievete 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 een 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 2019-2021, van kleinschalig naar grootschalig

De komende jaren wil de stichting verder professionaliseren en groeien.

Voor 2019 – 2021 heeft het bestuur de volgende doelstellingen bepaald:

Meer kinderen ondersteunen

Nu de Stichting de beschikking heeft over een ruime accommodatie 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 2019-2021 streven de volgende aantallen na:

2019: 12.000 pakketten

2020: 14.000 pakketten

2021: 16.000 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 zwembekleding 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 vragen we ouders/verzorgers (vrijblijvend) een vragenformulier in te vullen.

Ook hebben we de ambitie om wetenschappelijk onderzoek te laten doen naar het effect van deze manier van armoede bestrijding op het welzijn van het kind.

Daartoe zullen we hogescholen en universiteiten benaderen.

Administratie

Vanaf 2019 beschikt de stichting over een nieuw en up to date automatiseringspakket, inclusief een geautomatiseerd voorraad beheersysteem.

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 en inmiddels geïmplementeerd. Waarbij aandacht is voor:

- Duidelijke afspraken en verwachtingen vastleggen
- Aantrekken van gemotiveerde vrijwilligers
- Begeleiding van vrijwilligers, ook naar een betaalde baan
- Uitbreiding contacten met omliggende gemeenten over inzet van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt
- Inzet scholieren (maatschappelijke stage)
- Samenwerking met vluchtelingenwerk t.b.v. inzet van nieuwe medelanders

Uitbreiding personeel

Door de groei van de organisatie is de druk op de coördinator toegenomen, inmiddels is er een 2^e coördinator aangesteld.

Het verdelen van alle taken over meerdere personen maakt de organisatie minder kwetsbaar. Tevens wordt continuïteit gewaarborgd.

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.

