

# DE SOCIALE KRUIDENIER

een verslag van 2016



Foto door Richard Mouw

Januari 2017

De Sociale Kruidenier is een initiatief van de Protestantse Diaconie Amsterdam



## Inhoud

Voorwoord .....	2
2016: een Terugblik .....	3
<i>Hoe gaat de Sociale Kruidenier te werk?</i> .....	3
<i>Doelstellingen voor 2016</i> .....	3
Samenwerkingspartners .....	5
<i>Voedselbank Amsterdam</i> .....	5
<i>Hulpverlenende instanties</i> .....	5
<i>Werken aan een netwerk van sociale supermarkten</i> .....	6
Producten: aanbod & werving .....	7
Klantenbestand .....	9
Activiteiten rondom zelfredzaamheid .....	11
<i>Grip op je Geld: financieel spreekuur</i> .....	11
<i>Op Eigen Kracht training</i> .....	11
<i>Uitbreiding trainingsaanbod</i> .....	12
Vrijwilligers .....	13
Plannen voor 2017 .....	14

## Voorwoord

In 2015 maakte de Protestantse Diaconie een start met het project de Sociale Kruidenier, naar voorbeeld van het gelijknamige project uit België<sup>1</sup>. De Sociale Kruidenier experimenteert met een vernieuwende, integrale aanpak van de armoedeproblematiek via een buurtsupermarkt waar mensen in armoede in aanraking komen met diverse activiteiten op het gebied van financiële zelfredzaamheid. Gevestigd in de kelder van de Protestantse Diaconie aan de Nieuwe Herengracht, is het project er erop gericht om arme Amsterdammers de kans te bieden zelf hun leven weer op orde te krijgen. Bij de Sociale Kruidenier kunnen klanten van de Voedselbank Amsterdam non-food en lang houdbare producten kopen tegen een kleine prijs, in aanvulling op hun voedselpakket. Door mensen in armoede te behandelen als klant en hen keuzevrijheid en kwaliteit te bieden, zet het project de waardigheid van deze mensen centraal. In de winkel is tevens ruimte voor ontmoeting en ontwikkeling: klanten kunnen bij de Sociale Kruidenier naast goedkope producten, ook terecht voor een kop koffie, een luisterend oor, laagdrempelig financieel advies en diverse trainingen. In maart 2016 is een pilot winkel geopend, gericht op klanten van de twee dichtstbijzijnde uitgiftepunten van de Voedselbank. Na een succesvolle proefperiode van twee maanden, is de Sociale Kruidenier eind mei 2016 feestelijk geopend voor alle klanten van de Voedselbank Amsterdam.

---

<sup>1</sup> <http://www.socialekruideniersvlaanderen.be/>

## 2016: een Terugblik

### *Hoe gaat de Sociale Kruidenier te werk?*

Klanten van de Voedselbank Amsterdam kunnen op vertoon van hun voedselbankpas gebruik maken van de winkel. Zij ontvangen een kruidenierspas met een maandelijks tegoed, afhankelijk van hun gezinssituatie: 10 of 15 euro per maand. Bij het afrekenen van de boodschappen gaat 70% van de (reguliere) winkelprijs van het pastegoed af en de overige 30% draagt de klant zelf bij. In feit is de Sociale Kruidenier dus een zeer goedkope supermarkt voor mensen die onder de armoedegrens leven. We hebben gemerkt dat de eigen bijdrage en het maximum besteedbare maandelijks tegoed, ervoor zorgen dat klanten bewust overwegen welke producten wel en niet worden gekocht en het voorkomt bovendien een 'graaicultuur'. Dit ten opzichte van het weggeven van gratis artikelen, waarbij mensen de neiging hebben te gaan dringen en zoveel mogelijk proberen mee te nemen (denk aan de Dwaze Dagen van de Bijenkorf). Bij een graaicultuur komt tevens de waardigheid in het geding. Met andere woorden: door het vragen van een eigen bijdrage staat wederkerigheid centraal en we hebben bij de Sociale Kruidenier gemerkt dat dit kan bijdragen aan een gevoel van waardigheid. Uit gesprekken met klanten hebben wij niet kunnen opmaken dat deze eigen bijdrage drempelverhogend werkt. Ook als het om het volgen van trainingen rondom financiële zelfredzaamheid gaat, staat wederkerigheid bij de Sociale Kruidenier centraal: in ruil voor het volgen van een training ontvangen klanten extra winkeltegoed. Het is gebleken dat dit een positieve stimulans voor mensen is om zich aan te melden voor een dergelijke training; het helpt ze over een drempel.

### *Doelstellingen voor 2016*

- “Gemiddeld bezoeken 150 klanten per week de winkel om hun noodvoedselpakket (...) aan te vullen (...). De Sociale Kruidenier wil op termijn 10% van de (Voedselbank) klanten (...) over de vloer hebben.” (Uit: Projectplan Sociale Kruidenier)

In de zeven maanden waarin de Sociale Kruidenier heeft gedraaid in 2016, kwamen er gemiddeld 75 pashouders (huishoudens) per week in de winkel. Deze huishoudens bestaan gemiddeld uit 2 personen, waarmee je op het beoogde aantal van 150 klanten per week uitkomt. Het totale klantenbestand van de Sociale Kruidenier is in een aantal maanden tijd uitgegroeid tot ruim 250 huishoudens, zo'n 20% van het totaal aantal huishoudens dat gebruik maakt van de Voedselbank Amsterdam en ligt dus nu al hoger dan vooraf beoogd. In 2017 hopen we nog meer klanten te bereiken, door uitbreiding van zowel het maandelijks te besteden winkeltegoed als het aantal locaties in de stad.

- “De Sociale Kruidenier wil niet alleen een aanvulling bieden op noodhulp, ze wil eveneens een ontmoetingsplaats zijn in het kader van armoedebestrijding. (...) In de winkel vinden mensen een luisterend oor (...)” (Uit: Projectplan Sociale Kruidenier)

Bij binnenkomst in de winkel staat een lange tafel waar klanten kunnen aanschuiven voor een kop koffie en een praatje met één van de vrijwilligers, iemand van het financieel spreekuur en/of andere klanten. Uit een rondvraag en enquêtes gehouden onder onze klanten, hebben wij kunnen opmaken dat zij graag naar de Sociale Kruidenier komen. De belangrijkste redenen die zij, naast de goedkope producten, hiervoor noemen zijn:

- De mogelijkheid om een kopje koffie te drinken (ontmoetingsruimte)
- Gezellige sfeer
- Vriendelijk personeel en vriendelijke omgang tussen de klanten onderling
- “Door financieel zwakkeren te motiveren uit hun isolement te raken en flankerende activiteiten aan te bieden vervult de Sociale Kruidenier een maatschappelijke rol.” (Uit: Projectplan Sociale Kruidenier)

In 2016 is een succesvolle start gemaakt met het aanbieden van de training Op Eigen Kracht (Regenboog Groep) en een wekelijks financieel inloopspreekuur Grip op je Geld, waarbij tal van klanten zijn bereikt. Hierover vindt u verderop in het rapport meer informatie. Er is veel vraag naar (uitbreiding van) het trainingsaanbod door klanten; het voornemen is dan ook om dit aanbod in 2017 verder uit te breiden.

---

„Vorige week zat ik echt in de penarie. Ik ben nogal een zenuwlijer, weet je. De Voedselbank heeft me door een paar moeilijke weken geholpen. En dit” –hij wijst om zich heen– „dit is echt een toetje, een kers op de taart. Het is meer dan geweldig.”

*Uit: Reformatorisch Dagblad, maart 2016*

---



Winkelende klant in de Sociale Kruidenier  
Foto door Richard Mouw

## Samenwerkingspartners

Het uitgangspunt van de Sociale Kruidenier is om middels een winkelformule Amsterdammers die in armoede leven te activeren zelf hun leven op de rit te krijgen. Om dit te bewerkstelligen zoeken wij de samenwerking met partners uit het veld, zowel om de doelgroep te bereiken als om hen door te verwijzen naar passende trainingen of advies. Daarnaast zoeken wij samenwerking met soortgelijke initiatieven om kennis te delen en ons concept meer naamsbekendheid te geven.

### *Voedselbank Amsterdam*

Om in aanmerking te komen voor de Sociale Kruidenier moeten klanten een pasje hebben van de Voedselbank Amsterdam. Daarnaast ontvangen we maandelijks non-food goederen van de Voedselbank, die zij als 'bijvangst' ontvangen van supermarkten. In ruil voor het ontvangen van deze goederen, is er een vrijwilliger van de Sociale Kruidenier beschikbaar als chauffeur voor de Voedselbank. Uit een interne evaluatie van de Voedselbank Amsterdam over onze samenwerking in oktober 2016 kwamen als belangrijkste resultaten dat:

- klanten van de Sociale Kruidenier uit alle stadsdelen naar de winkel toe komen (we bereiken dus niet alleen Amsterdam centrum, waar de Sociale Kruidenier gesitueerd is) om hun Voedselbank aan te vullen met non-food en lang houdbare goederen
- de Sociale Kruidenier substantieel wordt geholpen met non-food donaties door de Voedselbank en is afhankelijk van deze instroom

Zowel voor Voedselbank Amsterdam als de Sociale Kruidenier bleken de resultaten van deze evaluatie aanleiding om de samenwerking ook in 2017 voort te zetten. De Sociale Kruidenier hoopt hierin meer samen op te kunnen trekken in de werving van non-food producten, gezien de naamsbekendheid en contacten die de Voedselbank door hun jarenlange ervaring hebben opgebouwd.



Vrijwilliger Bert is chauffeur voor de Sociale Kruidenier en Voedselbank Amsterdam  
Foto door Voervoorbeeld

### *Hulpverlenende instanties*

Momenteel werken we voor trainingen en advies rondom financiële zelfredzaamheid samen met de volgende maatschappelijke organisaties:

- Centram (maatschappelijke dienstverlening en schuldhulp)

- Bureau Straatjurist (juridische ondersteuning voor dak- en thuislozen)
- De Regenboog Groep (o.a. schuldhulpverlening en budgettraining)
- MEE Amstel en Zaan (ondersteuning bij leven met een beperking)
- Humanitas (o.a. hulp bij financiële administratie)

Verschillende non-profit organisaties die kantoor houden op het Corvershof (gebouw Protestantse Diaconie) weten de Sociale Kruidenier in de kelder inmiddels te vinden, bijvoorbeeld voor het doorverwijzen van mogelijke klanten, vrijwilligers of geïnteresseerden.

#### *Werken aan een netwerk van sociale supermarkten*

Samen met het Voedselloket Almere<sup>2</sup> en Supersociaal Helmond<sup>3</sup> zijn wij bezig een netwerk van sociale supermarkten op te bouwen, waarbij kennisdeling centraal staat. Met behulp van dit netwerk hopen wij in 2017 ook landelijk meer naamsbekendheid aan het concept sociale supermarkten te geven. Concreet staat er voor juni 2017 een inspiratiecongres op de planning, waarbij collega's, hulpverleners, beleidsmakers, ondernemers en kennispartners worden uitgenodigd om hun kennis en inzichten te delen over innovaties bij de voedselverdeling aan mensen in armoede.

Kerk in actie doet momenteel een onderzoek naar initiatieven die voedselhulp bieden via een winkelmodel, waaraan de Sociale Kruidenier tevens een bijdrage heeft geleverd in de vorm van interviews met projectleider, vrijwilligers en klanten.



In 2017 wil de Sociale Kruidenier in samenwerking met Voedselloket Almere en Supersociaal Helmond het Netwerk Sociale Supers verder ontwikkelen

<http://netwerksocialesupers.nl/>

<sup>2</sup> Zie <http://www.voedselloketalmere.nl/>

<sup>3</sup> Zie <http://www.supersociaal.nl/>

## Producten: aanbod & werving

Op dit moment biedt de Sociale Kruidenier een vast assortiment van lang houdbaar voedsel en non-food artikelen aan. Dit aanbod is bij aanvang van de winkel samengesteld als aanvulling op het noodhulppakket van de Voedselbank, en in de loop van 2016 aangepast aan de wensen en behoeften van de klanten. Klanten kunnen er bij de Sociale Kruidenier op rekenen dat dit basisassortiment standaard in de winkel ligt, omdat we onze bezoekers willen behandelen als klanten door hen keuzevrijheid te garanderen. Uit rondvraag onder de klanten blijkt dat veel bezoekers naast het huidige assortiment ook behoefte hebben aan kleding en verse voedselproducten, zoals vlees, eieren of brood. In 2017 willen we de mogelijkheden hiervoor verder onderzoeken. Daarnaast is het voor 2017 van belang dat we een aantrekkelijk basisaanbod kunnen blijven garanderen, zodat we de doelgroep ook zullen blijven bereiken.



Indruk van het assortiment bij de Sociale Kruidenier  
Foto door Marco Pauws

We hebben gemerkt dat de mogelijkheid voor mensen in armoede om bepaalde 'luke' producten bij de Sociale Kruidenier te kunnen kopen waar zij normaal gesproken geen toegang (financieel) tot hebben, veel kan doen voor het geluksgevoel en/of eigenwaarde. Een klant (moeder van 2, werkt bij Makro) waarbij we rond kerst een enquête afnamen geeft bijvoorbeeld aan: "een kerstboom was (*financieel gezien*) geen optie dit jaar, dus ik dacht aan lichtjes maar dit was helaas ook te duur. Toen liep ik de Sociale Kruidenier binnen en zag ik daar ineens kerstlichtjes voor een klein prijsje! Zo heb ik toch nog het kerstgevoel."

Om een basisassortiment van goede kwaliteit voor de klant te garanderen, zijn wij afhankelijk van de inkoop van producten. Hier staat ook voor 2017 weer een deel van de financiën van het project voor begroot. Scherp inkopen, onder andere door het bijhouden van aanbiedingen en het opkopen van zogenaamde partijgoederen, zijn hierbij mogelijkheden om de kosten te drukken. Omdat Amsterdam veel Voedselbanken kent, die een lange relatie met bedrijven in de voedselketen hebben, is het moeilijk voor de Sociale Kruidenier om voedingsmiddelen uit dergelijke donaties te krijgen. Bovendien zijn we beducht op concurrentie met deze belangrijke samenwerkingspartner. We hebben daarom geprobeerd om de toevoer van producten zoveel mogelijk aan te vullen met de volgende donaties:

- *Vanuit de VBA*



Iedere week rijdt een vrijwilliger van de Sociale Kruidenier heen & weer naar het distributiecentrum van de VBA om een lading non-food artikelen naar de Sociale Kruidenier te brengen. Het gaat hierbij gemiddeld om zo'n 2 pallets goederen per maand. De Voedselbank krijgt regelmatig non-food artikelen als shampoo en wasmiddel aangeboden, wat zij niet in de pakketten kwijt kunnen. Op basis van de uitkomsten van een interne evaluatie uitgevoerd in oktober 2016, heeft de VBA besloten om de huidige samenwerking ook in het jaar 2017 voort te zetten (hierover meer in het onderdeel 'Samenwerkingspartners'). Het voornemen is om in 2017 meer samen met de Voedselbank op trekken in de werving van (non-food) goederen bij (reguliere) supermarkten.

- *Via zogenaamde 'supermarktacties'*

In 2016 zijn zeven 'supermarktacties' gehouden (eens per maand), waarbij producten voor de Sociale Kruidenier werden ingezameld voor de deur van een buurtsupermarkt. Winkeland publiek wordt hierbij aan de hand van een boodschappenlijstje gevraagd tijdens het winkelen een extra product mee te nemen voor de Sociale Kruidenier: per supermarktactie levert dit zo'n 6-8 kratten met goederen op. Deze supermarktacties willen we gaan opschalen in 2017 door naast de huidige maatschappelijke stages, een team van vaste vrijwilligers samen te stellen die één á twee keer per maand een dergelijke supermarktactie uitvoeren.

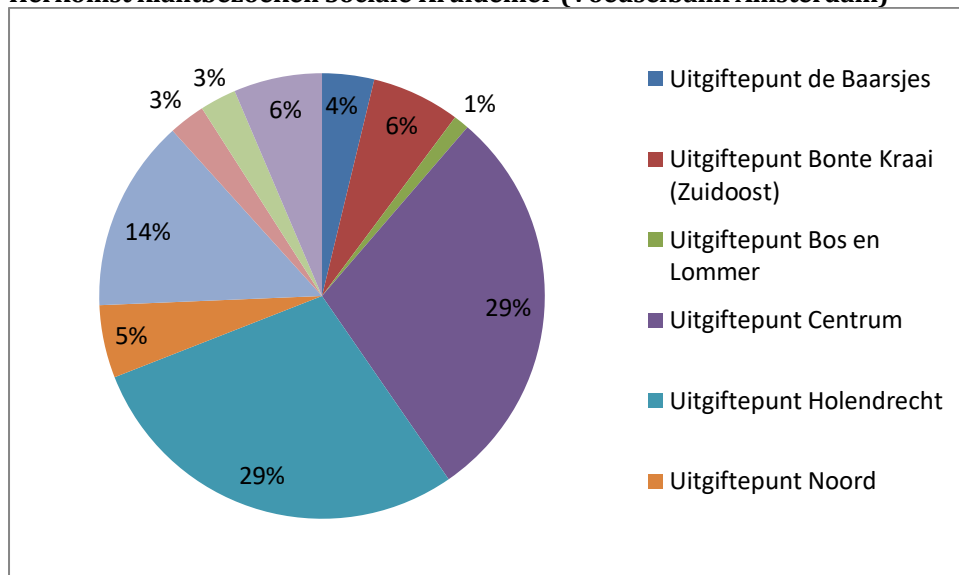
- *Kerken*

Vanuit de Protestantse Diaconie is er een directe relatie met de Amsterdamse kerken, waar wij al geregeld eenmalige donaties (financieel of door productdonaties) van ontvingen in 2016. In 2017 willen we dit structureel gaan aanpakken: kerkgemeenten kunnen het project op laagdrempelige wijze steunen door een krat in de kerk zetten waar ze (non-food) producten voor de winkel in kunnen doneren, dat iedere maand wordt afgehaald. Met dit plan hebben we de kerken in december 2016 benaderd.

## Klantenbestand

Na de officiële opening van de Sociale Kruidenier eind mei 2016, is het klantenbestand binnen een aantal maanden tijd gegroeid naar ruim 250 huishoudens (zo'n 300 bezoeken per maand). Deze klanten zijn allemaal cliënt bij de Voedselbank Amsterdam en kunnen op vertoon van het Voedselbank pasje bij de Sociale Kruidenier worden geregistreerd. Dit komt neer op circa 20% van het totaal aantal huishoudens dat gebruik maakt van de Voedselbank Amsterdam (over 2016 was dit aantal gemiddeld genomen 1330 huishoudens) en ligt al twee keer zo hoog als beoogd in het initiële projectplan. De klanten zijn afkomstig uit alle verschillende Amsterdamse stadsdelen (zie onderstaande cijfers uit een evaluatie door de VBA, oktober 2016). Hiernaast staan nog zo'n 20 klanten vanuit het Wereldhuis, een project van de Protestantse Diaconie voor mensen zonder verblijfsvergunning, als klant bij de Sociale Kruidenier geregistreerd.

### Herkomst klantbezoeken Sociale Kruidenier (Voedselbank Amsterdam)



Het aantal bezoekers in de winkel per week ligt op dit moment rond de 75 huishoudens. De meeste klanten kiezen ervoor om eens per maand de winkel te bezoeken in plaats van eens per week, zoals in eerste instantie werd verwacht; zij maken het winkeltegoed t.w.v. 10 of 15 euro bij voorkeur in één keer op. Uit rondvraag onder klanten blijkt bovendien dat het winkeltegoed niet toereikend is om hun maandelijkse basisbehoeften voor te kopen. Klanten van de Sociale Kruidenier kunnen winkelen tot het tegoed op is. Bovendien vormt de afstand een drempel: een deel van de klanten moet met het openbaar vervoer reizen om bij de winkel te komen en maakt daarom de afweging slechts één keer per maand producten in te kopen om de vervoerskosten zo laag mogelijk te houden.

---

Tina komt uit de Bijlmer naar het centrum van Amsterdam om boodschappen te doen bij de Sociale Kruidenier. Ze heeft vier van haar vijf kinderen meegenomen. 'Ik krijg elke maand €15 op mijn pas', zegt ze. 'Alles is hier wel heel goedkoop, maar het is lang niet genoeg om mijn gezin van zeven te onderhouden.'

*Uit: Artikel van Voervoorbeeld, december 2016*

---

Om het aantal contactmomenten met de klant in 2017 te vergroten, en meer klanten van de Voedselbank naar de winkel te trekken, willen wij het tegoed gaan opwaarderen naar gemiddeld 30 euro per maand (afhankelijk van de grootte van het huishouden), waarbij eens in de twee weken nieuw tegoed op de pas wordt gestort. Hiermee komen we tevens tegemoet aan de veelgehoorde vraag van klanten om maandelijks meer inkopen bij de Sociale Kruidenier te kunnen doen. Wat betreft de afstand die klanten moeten afleggen, willen we in 2017 een inventarisatie doen van de mogelijkheden om op meer plekken in de stad sociale kruideniers te openen, mogelijk in samenwerking met diaconale projecten in de verschillende stadsdelen en/of de Voedselbank Amsterdam.

---

"Het is zover reizen. Een retour kost me bijna vijf euro. Ik doe dat één keer in de maand en dan maak ik mijn tegoed in één keer op."

*Uit: Initiatieven die voedselhulp bieden via een winkelmodel – Een verkenning (Kerk in Actie), nog niet gepubliceerd*

---



Klant aan de koffietafel in de Sociale Kruidenier  
Foto door Voervoorbeeld

## Activiteiten rondom zelfredzaamheid

De Sociale Kruidenier wil een essentiële aanvulling bieden op de noodhulp van de Voedselbank door een buurtwinkel te zijn waar tevens activiteiten worden aangeboden die zijn gericht op zelfredzaamheid. In 2016 zijn we gestart met een wekelijks financieel spreekuur verzorgd door Grip op je Geld en een Op Eigen Kracht training door de Regenboog Groep Amsterdam. En met succes! In 2017 hopen we het trainingsaanbod verder uit te bouwen.

### *Grip op je Geld: financieel spreekuur*

- Totaal aantal bezoekers Grip op je Geld in 2016: 122
- Totaal aantal hulpvragen Grip op je Geld in 2016: 168

Iedere woensdagmiddag is er een team van Grip op je Geld aanwezig in de winkel. Grip Op Je Geld is een financieel inloopsprekuren voor bewoners van Amsterdam verzorgd door de organisaties MEE Amstel en Zaan, Humanitas, Centram en de Regenboog Groep. Per week kreeg Grip op je Geld in 2016 zo'n 8 hulpvragen van bezoekers van de Sociale Kruidenier. Uit een evaluatie door Grip op je Geld blijkt dat de mensen die gebruik maken van dit inloopsprekuren vaak complexe vragen hebben in vergelijking met spreekuren elders in de stad.

### *Op Eigen Kracht training*

- Totaal aantal trainingen in 2016: 3
- Totaal aantal certificaten uitgereikt in 2016: 22

Tijdens de training Op Eigen Kracht (OEK) leren klanten gedurende tien bijeenkomsten van en met elkaar om overzicht te krijgen van hun financiële situatie, rond te komen met een klein budget, op te komen voor zichzelf en de sociale kaart van de wijk te ontdekken. De training OEK wordt aangeboden door de Regenboog Groep Amsterdam. In 2016 zijn twee OEK trainingen en één Werken aan je Toekomst training (= vervoltraining) aangeboden binnen de Sociale Kruidenier. Het extra winkeltegoed in ruil voor het volgen van Op Eigen Kracht, bleek voor klanten een belangrijke stimulans om met de training te starten. In totaal hebben 22 klanten in 2016 een certificaat ontvangen.

### *Uitbreiding trainingsaanbod*

Uit een rondvraag onder onze klanten bleek dat er behoefte is aan een uitbreiding van het trainingsaanbod in 2017, met name op het gebied van gezond koken, computertraining en beweging. We zijn momenteel in gesprek met de gemeente Amsterdam om in de eerste helft van 2017 een training Gezond Koken Gezond Kopen aan te bieden vanuit de Sociale Kruidenier. Daarnaast willen we ook samenwerking gaan zoeken op de andere twee genoemde onderwerpen.



Klant Fatima ontvangt certificaat van de Op Eigen Kracht training in juli 2016  
Foto door Annelies van den Houten

## Vrijwilligers

De Sociale Kruidenier is twee dagen in de week geopend en de winkel zelf wordt, op een betaalde coördinator (0,8 FTE) na, gedraaid door een team van 10 vrijwilligers. We streven hierbij naar een goede verdeling van vrijwilligers uit de doelgroep en daarbuiten: op dit moment is de verdeling ongeveer 50/50. Vrijwilligers uit de doelgroep willen vaak graag 'iets terugdoen' en hebben een goede aansluiting op de belevingswereld van de klant die in armoede leeft. Uit een enquête onder onze klanten blijkt dat zij de Sociale Kruidenier als een fijne en prettige plek ervaren, onder meer door de vriendelijke houding van het personeel. Door middel van groepstraining en andere teamactiviteiten proberen wij het belang van klantvriendelijkheid ook steeds bij onze vrijwilligers onder de aandacht te brengen. Zo bracht in november 2016 het hele team (vrijwilligers en professionals vanuit de Protestantse Diaconie) een zeer inspirerend bezoek aan de Sociale Kruidenier in Antwerpen.



Het team van de Sociale Kruidenier Amsterdam op bezoek bij de Sociale Kruidenier in Antwerpen, november 2016  
Foto door Jessie Verhave

---

Bert rijdt elke week met de bus langs verschillende adresjes om spullen voor de Sociale Kruidenier op te halen. 'Ik houd ervan om in grote auto's te rijden', zegt hij. 'Zelf heb ik geen auto, dus het is een win-win situatie.' Vooral in het drukke centrum van Amsterdam rijden vindt hij mooi, tussen de zenuwachtige huismoedertjes. 'Ik ga zelf naar de Voedselbank', vertelt hij. 'Toen ik zag dat de Sociale Kruidenier een chauffeur zag was ik heel blij dat ik iets terug kon doen.'

*Uit: Artikel van Voervoorbeeld, december 2016*

---

Een vrijwilliger: "Ik heb hier meer contact met klanten dan bij de voedselbank, waar het laatste uur van een middag bestaat uit uitdelen van pakketten. (...) Langzaam komt er een vertrouwensband. Daardoor komen er meer verhalen. (...) In gesprek komen ook onderliggende problemen naar boven; daar kan je het dan over hebben. Er zitten veel lagen in het contact; je kunt het verder uitbouwen. Voor de klanten is dat fijn, maar ook voor de vrijwilliger is dat interessant, die groei, dat je mee kunt denken, dat je kunt praten."

*Uit: Initiatieven die voedselhulp bieden via een winkelmodel – Een verkenning (Kerk in Actie), nog niet gepubliceerd*

---

