

# Voedselbank veroverert harten op Horecava

**De 'beursgang', afgelopen januari, van Voedselbank Nederland is een regelrechte successtory te noemen. Jacqueline Sweers en Barbara van Waveren van de Voedselbank en Viktor Lutikholt van Stop-contact.com vertellen hoe de Voedselbank op de Horecava terecht kwam en waarom de beursdeelname zo'n doorslaand succes werd.**

**V**oordat Jacqueline Sweers en Barbara van Waveren van wal steken, drukken ze mij nog één ding op het hart: eigenlijk is het verschrikkelijk dat in een land als Nederland meer dan vierhonderdduizend gezinnen onder de armoedegrens leven. Daarom is het goed dat Voedselbank Nederland – bestaande uit 135 regionale Voedselbanken – bestaat. Van Waveren: "Het is ongelooflijk hoeveel voedsel er dagelijks nodig is om de allerarmste mensen in Nederland een aanvulling op hun dagelijkse maaltijd te geven."

## Brainstormsessies

"En terwijl aan de ene kant steeds meer mensen een beroep op de Voedselbank doen, komt er aan de andere kant steeds minder voedsel binnen", gaat Sweers verder. "Toen ik in mei vorig jaar als vrijwilliger bij de Voedselbank kwam, was er vooral behoefte aan meer voedsel. Met een aantal regiovrijwilligers organiseerden we brainstormsessies waarin de vraag 'Hoe kunnen we extra voedsel uit de regio binnenhalen?' centraal stond. Eén van de leden opperde 'beurzen'. Het leek me een uitstekend idee om met name horeca-beurzen te benaderen met de vraag of de Voedselbank het overtollige voedsel mocht ophalen. Dan hoeft de organisatie

ook geen kosten te maken voor de afvoer. Het leek me een echte win-win-situatie." Sweers kwam erachter dat in januari weer een editie van de Horecava op stapel stond en waagde er een telefoontje naar de RAI aan. Joost Grasso, sales manager van de Horecava reageerde enthousiast. "Maar hij moest één en ander natuurlijk nog wel intern overleggen", vertelt ze. "Drie weken voor de beurs werden we gebeld door de RAI. We mochten niet alleen exposanten benaderen om het overtollige voedsel op te halen, maar kregen ook nog eens de beschikking over een gratis stand van zestien vierkante meter. Fantastisch! Vanuit de stand konden we bezoekers informeren over het werk van de Voedselbank. Tegelijkertijd hadden we een uitvalsbasis voor onze mensen die op de beurs contacten zouden leggen met de standhouders." ▶

## Het hart op de juiste plaats

De stand van Voedselbank Nederland op de Horecava 2012 kwam tot stand dankzij de enthousiaste en belangeloze inzet van onderstaande partijen. "Dat een beursdeelname aan elke (non) profit organisatie grote meerwaarde kan bieden, hebben we als live communicatiebranche hiermee maar weer mooi bewezen", aldus Lutikholt. "Het kon eigenlijk niet anders dan goed uitpakken: iedereen deed waar hij goed in was en ook nog eens met het hart op de juiste plaats."

### Stop-contact.com

**Viktor Lutikholt** "Viktor was echt de katrekker van dit project. Hij bedacht samen met Media Mixers het standconcept en de strategie voor leadwerving vanaf het gangpad. Het mooie was dat hij steeds met nieuwe ideeën kwam die hij vervolgens – dankzij het vinden van enthousiaste partners – ook nog wist te realiseren. Ook op de stand zelf was hij de teambuilder die alles in goede banen leidde." [www.stop-contact.com](http://www.stop-contact.com)

### Codex Marketing Solutions

**Martijn Beerhuizen** "Martijn voorzag de stand van technische snuffjes als bluetooth en WiFi." [www.codexmarketingsolutions.nl](http://www.codexmarketingsolutions.nl)

### ACS Audiovisual Solutions

**Dennis Doelman** "De bijdrage van ACS bestond uit een groot beeldscherm en vier laptops; onmisbare onderdelen van ons standconcept." [www.acsaudiovisual.com](http://www.acsaudiovisual.com)

- The wall of fame' met alle bedrijven die belangeloos aan de beursdeelname meewerkten.

- ▼ Alle bankemployeees van de Voedsel Bank op de Horecava.



- ▼ De receptionistes staan klaar om alle nieuwe aandeelhouders te registreren.



- ◀ Jacqueline Sweers (rechts) neemt een cheque in ontvangst van een enthousiaste bezoeker.



- ▲ Nog zo'n enthousiaste nieuwe aandeelhouder.



- ▲ De opbrengst van de beursdeelname.

### Più di Caffè

**Robbert Stout** "Più di verzorgt koffiemomenten op kantoor, beurzen, festivals en evenementen. Ook op onze stand lieten de Più di barista's zien wat ze in huis hebben." [www.piudi.nl](http://www.piudi.nl)

### Media Mixers

**Twan van Dommelen** "Samen met Viktor stond Twan garant voor de sterke strategie en het creatieve concept van de beursdeelname." [www.mediamixers.nl](http://www.mediamixers.nl)

### Lex de Lang Fotografie

"Fotograaf Lex de Lang heeft de beursdeelname van het begin tot het eind vastgelegd. Inclusief het ophalen van de kratten met voedsel aan het eind van de beurs." [www.filmadimages.nl](http://www.filmadimages.nl)

### Query Information Management

**Margret Swart** "Via dit bedrijf kregen we de beschikking over nog eens twee laptops." [www.qim.nl](http://www.qim.nl)

### ABN AMRO Foundation

**Corrina Schoordijk** "De ABN AMRO Foundation draagt de Voedselbank al lange tijd een warm hart toe. Toen we vroegen of zij standpersoneel wilden regelen, reageerden ze razend enthousiast. Op een gegeven moment moesten ze zelfs een 'stop' inlassen; zoveel ABN AMRO-medewerkers wilden graag op de stand staan." [www.abnamrofoundation.nl](http://www.abnamrofoundation.nl)

## ► Wervelwind

De plotseling beschikbare standruimte bracht wel heel wat extra regelwerk met zich mee. Barbara van Waveren, in het dagelijks leven mediaondernemer en in haar vrije tijd coördinator voedselwerving bij Voedselbank Amsterdam, vertelt: "Eigenlijk zou ik me niet met de beurs bezighouden. Maar ineens herinnerde ik me dat ik een tijdje daarvoor een visitekaartje van ene Viktor Luttkholt van Stop-contact.com op mijn bureau had gekregen. Het stond me bij dat hij iets met beurzen deed. Ik zocht het kaartje erbij en belde hem op. 'Viktor, wil je ons helpen?', vroeg ik, niet wetende wat voor enthousiaste wervelwind ik me op de hals haalde. De volgende avond kwamen we al bij elkaar en bleek: alles wat we nodig hadden, was verenigd in één persoon: Viktor." Hoewel kwam Luttkholts visitekaartje eigenlijk op Van Waverens bureau terecht? Dat kwam zo: in de zomer van 2011 liep Luttkholt met een vriend naar de supermarkt om inkoop te doen. "Voor de deur stond een meisje", vertelt hij. "Ze probeerde met een veel te zachte stem en weinig overtuiging iets duidelijk te maken. Iets met een pak rijst. Het bleek een actie van de Voedselbank te zijn, waarbij ze mensen vroegen een pak rijst te kopen en deze aan de Voedselbank te doneren. Om het meisje te helpen gaf ik wat tips waarmee ze mensen op een meer prikkelende manier kon aanspreken. Toen ik even later weer buiten kwam, vertelde het meisje enthousiast dat het veel beter ging. Ik gaf haar mijn kaartje en zei: 'Als ik een keer iets voor de Voedselbank kan doen, mogen jullie gerust bellen. Een paar weken later kreeg ik een telefoontje van ene Erik van de Voedselbank. Hij vroeg: 'Zullen we een keer praten?' Ik zei: 'Bel me maar op een moment dat ik iets concreets kan bijdragen'."

## Beleg voor anderen

Zo gezegd, zo gedaan. Voor het Voedselbank-beursteam wist wat het overkwam, had Luttkholt met creatieve vriend Twan van Dommelen een complete beursstrategie uitgedacht. "Al brainstormend over de zinsnede 'Laat meer gelden dan geld alleen', uit de troonrede van Koningin Beatrix, kwamen we op het idee van een 'echte bank'", vertelt hij. "Een bank waar men zijn restwaarde kan deponeren, zodat anderen kunnen groeien, in plaats van de resten zomaar weg te gooien. De slogan van de beursdeelname was dan ook: 'De Voedsel Bank: beleg voor anderen!' De vraagstelling richting bezoekers zou dan kunnen luiden: 'Wat



▲ Viktor Luttkholt (links) bergt de waardevolle cheques op in de gouden kluis.

is úw aandeel?'" Kortom, het concept van de Horecava-deelname stond al snel als een huis. Maar nu de realisatie nog. Ondertussen tikte de klok door... Luttkholt: "Zo'n project kun je niet alleen, daar heb je veel partijen voor nodig. Ik wilde graag samenwerken met duurzame bedrijven uit de eventbranche. Bedrijven die MVO hoog hebben staan en niet alleen maar dollartekens in hun ogen hebben. Want het 'verhaal' moest natuurlijk wel kloppen. Iedereen die ik om een belangeloze bijdrage vroeg, zei meteen ja. Dat was heel mooi om mee te maken." Er stond inmiddels wel wat druk op de ketel: in minder dan drie weken ging de Horecava van start. Toch wilde Luttkholt er nog een extra schepje bovenop doen: "Eigenlijk hadden we voor de uitwerking van ons concept een grotere stand nodig. Een standje van 4x4, daar maak je als professionele bank geen indruk mee. Ik belde Joost van de RAI. Hij stond positief perplex dat we er zo serieus mee bezig waren en bood meteen een stand van 44 m<sup>2</sup> aan. Echt super. Nu hadden we nog meer reden om onze schouders er onder te zetten en er een succes van te maken. Let wel: we zaten inmiddels rond de kerstdagen! Maar dat maakte het saamhorigheidsgevoel alleen nog maar groter. Alles aan dit project klopte gewoon."

## Aandeelhouders gezocht

In de korte tijd die nog restte, werd een ongelooflijke hoeveelheid werk verzet. Het resultaat mocht er zijn. In het gangpad voor de stand werden bezoekers op vriendelijke wijze door het standpersoneel aangesproken. "We pasten hierbij de strategie van Stop-contact.com toe", vertelt Van Waveren. "Standbemanners leren dan hoe ze mensen makkelijk kunnen laten stoppen en enthousiast kunnen

## Invicta Fashion / Di Lucca

**Evert van Bergen** "Dit bedrijf verstrekte de dassen en sjaals, waardoor het standpersoneel er verzorgd en herkenbaar - volledig in lijn met het standconcept - uitzag." [www.suitupnow.nl](http://www.suitupnow.nl)

## Rijnja Repro

**Gert Jan en Mattijs Janssen** "Het drukwerk en de sponsorbordjes komen bij Rijnja Repro vandaan." [www.rijnjarepro.nl](http://www.rijnjarepro.nl)

## Boter Reclamemakers

**Michel Boter** "Een koffiebalie, de statiefs en krukken werden geregeld door Boter Reclamemakers." [www.boterreclamemakers.nl](http://www.boterreclamemakers.nl)

## HollandseHanden

**Floor van der Kooij** "De bijzondere eyecatcher in de vorm van een gouden schatkist was afkomstig uit het magazijn van Hollandse Handen dat vol staat met film- en televisierekwisieten." [www.hollandsehanden.nl](http://www.hollandsehanden.nl)

## Brederode

**Dick de Graaff** "Als huisleverancier van de RAI bouwde Brederode ook onze stand op de Horecava." [www.brederode.nl](http://www.brederode.nl)

## Art Profound

**Roy Voogd** "De informatieve film over de Voedselbank die op het grote beeldscherm in de stand werd vertoond, werd gemaakt door Art Profound" [www.artprofound.nl](http://www.artprofound.nl)

# Wat is uw aandeel?

*Uw collega's maakten dit mogelijk.*



## ▲ Alle nieuwe aandeelhouders werden direct getwitterd en zichtbaar gemaakt op het grote beeldscherm.

krijgen." In de stand – dus in de Voedsel Bank – kregen de bezoekers de vraag of ze aandeelhouder of rekeninghouder van de Voedselbank wilden worden. In het eerste geval wilde men een concrete bijdrage leveren en liet dat weten via een ingevulde 'aandeelhouder-cheque'. Bezoekers die niet direct konden helpen, maar in de toekomst wellicht iets konden betekenen, vulden een 'rekeninghouder-cheque' in. Bij de receptie van de Bank werd men ingecheckt en kon men de ingevulde cheque inleveren. Er werd dan direct een tweet verspreid met de boodschap "bedrijf X steunt de Voedselbank als rekeninghouder". Behalve dat de tweet rechtstreeks te zien was op het grote beeldscherm in de stand, kregen ook alle volgers van de betreffende bezoeker de boodschap. Het grote beeldscherm was in drie kolommen opgedeeld: links alle tweets, in het midden de namen van alle aandeelhouders en rechts de namen van alle rekeninghouders. De ingevulde cheques kregen een veilig plekje in de Grote Gouden Bankkluis. Bezoekers die even moesten wachten of nog even wilden napraten, konden genieten van een kopje koffie, klaargemaakt door een professionele barista.

## Persaandacht

Dankzij de beursdeelname aan de Horecava heeft Voedselbank Nederland heel wat doelen bereikt. Barbara van Waveren: "Ten eerste hebben we Voedselbank Nederland kunnen presenteren als professionele organisatie waar je als bedrijf op landelijk, regionaal en lokaal niveau een partnership mee kunt aangaan. Ook dankzij de vele aandacht in landelijke en regionale televisie- en radioprogramma's, dagbladen en nieuwssites hebben



## ▲ Heeft u ooit zo'n snelle return-on-investment gezien? Aan het eind van de Horecava konden diverse Voedselbank-vrachtwagens met de verse beursrestanten worden volgeladen.

we echt duidelijk kunnen maken: samenwerking met de Voedselbank is niet alleen goed voor de medemens en voor het milieu, maar ook voor je eigen portemonnee. Vernietigen van voedsel kost veel geld en weggeven kost niets. Iedereen die onze stand heeft bezocht was enthousiast. Niet alleen groothandels en horecaondernemers, maar bijvoorbeeld ook websitebouwers of logistieke ondernemingen. Bijna iedereen die langs de stand liep, kon en wilde wel iets voor de Voedselbank betekenen."

## Wij-gevoel

"Een praktisch en direct resultaat waren de vrachtwagens vol verse restanten die we aan het eind van de beurs bij diverse stands mochten ophalen", gaat Barbara verder. "De voedselwervers van de verschillende Voedselbanken in Nederland die de contacten met de standhouders voor hun rekening namen, waren zeer te spreken. Nog nooit hadden ze zoveel potentiële leveranciers tegelijk ontmoet. Daarnaast vonden ze het prettig om elkaar eens te ontmoeten en meer over elkaars regio's, werkwijze en intenties te weten te komen. De beurs had dus ook een teambuilding-effect en zorgde voor een echt wij-gevoel." Het moge duidelijk zijn: de eerste beursdeelname van Voedselbank Nederland smaakte naar meer. De uitnodiging van de RAI om in februari op de horecabeurs BBB in MECC Maastricht te staan, werd dan ook met beide handen aangegrepen. "Ik dacht het na de Horecava wat rustiger te krijgen", lacht Sweers. "Maar nee hoor, ik kon gelijk door met de organisatie van onze deelname aan de BBB. Ik heb het nog nooit zo druk gehad! Of ik dat erg vind? Integendeel, ik vind het heerlijk." ■

## To Be Complete

**Minke Besseling en Afke Velink** "To Be Complete zorgde ervoor dat alle losse eindjes aan elkaar werden geknoopt. Twee organisatorische rechterhanden, die de kneepjes van het vak rond beursdeelnames kennen. Vooral in die laatste week hebben ze ons er doorheen gesleept. Zij verdienen écht een dikke pluim!" [www.tobecomplete.nl](http://www.tobecomplete.nl)

## Amsterdam RAI

**Joost Grasso en Pim van Houten** "Amsterdam RAI verstrekte niet alleen de gratis stand van 44 vierkante meter, inclusief standbouw, elektra en internet, maar ook de lunchpakketten voor alle standbemanners. Echt super!" [www.rai.nl](http://www.rai.nl)

## Twitter Management

**Bas Kooijman** "Bas regelde ons twitter account en de bijbehorende techniek, zodat er op de stand op los getwitterd kon worden en de tweets direct zichtbaar waren op het grote beeldscherm." [www.twittermanagement.nl](http://www.twittermanagement.nl)