



Eigen Krachtvoer
NATUURLIJK VOOR MINIMA

Amsterdam, 6 februari 2020



Jaarverslag 2019

www.eigenkrachtvoer.nl

Stichting Eigen Krachtvoer

KvK-nummer: 62562290

RSIN: 854867405

Raad van Toezicht: G. de Wilde, F. Ivanov, P. Hunsche

Bestuurder: M. Janssen

Adres: Tweede van der Helststraat 33-1, 1073 AG Amsterdam

T: 06-12820132

E: ma.janssen@inter.nl.net

W: www.eigenkrachtvoer.nl

FB: www.facebook.com/eigenkrachtvoer.nl



Stichting Eigen Krachtvoer is een Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI)

Giften zijn zeer welkom en kunnen worden afgetrokken van de belasting

IBAN: NL45INGB 0006741874 t.n.v. St. Eigen Krachtvoer

Foto cover: Maria Bergshoeff

Onze activiteiten in 2019 werden mogelijk gemaakt door:

Stichting **Hulp na Onderzoek**

✘ **Gemeente**
✘ **Amsterdam**

Stadsdeel Zuid



Kansfonds
geven om
een ander

1. Stichting Eigen Krachtvoer

Stichting Eigen Krachtvoer werd op 3 februari 2015 opgericht met als doel het stimuleren van de eigen kracht van mensen in armoedesituaties bij het verzamelen, bereiden en conserveren van voedsel door:

- a. het organiseren van wildplukwandelingen, maaltijdbereidingen en conserveersessies;
- b. het organiseren van gezamenlijke maaltijden en het uitwisselen van kennis en producten met geestverwante personen en initiatieven;
- c. het ontwikkelen van nieuwe bezigheden en perspectieven voor de deelnemers.

De stichting kent een Raad van Toezicht en een eenhoofdig bestuur. De Raad van Toezicht bewaakt de financiën en fungeert als klankbord voor het bestuur. De bestuurder is Mark Jansen. De Raad bestaat uit Gee de Wilde (voorzitter), Fiona Ivanov en Petra Hunsche. De Raad is in 2019 driemaal bijeen geweest. Tijdens de derde bijeenkomst is een kascontrole gehouden, waarbij de kas in orde is bevonden. Belangrijke nieuwe ontwikkeling in 2019 is dat Eigen Krachtvoer een sociale firma is geworden.

2. Sociale firma

Op 1 januari 2019 is Eigen Krachtvoer een sociale firma geworden. Daarmee ontwikkelen we onze eigen verdienkracht. Enerzijds krijgen deelnemers meer gelegenheid om (bij) te verdienen en zich te ontplooiën op de arbeidsmarkt. Anderzijds gaat de stichting financieel meer op eigen benen staan door betalende deelnemers te werven voor de activiteiten. Stichting DOEN ondersteunt de sociale firma met een driejarige subsidie. Het Kansfonds sluit zich hierbij in principe aan, maar wil wel per jaar beslissen. Het doel is om in 2019 voor 33% zelfvoorzienend te zijn, wat toe moet nemen tot minstens 70% in 2021.

Betalende deelnemers waren al welkom bij de restaurantavonden, maar kunnen nu ook deelnemen aan excursies en workshops. Belangrijk aandachtspunt is daarbij dat betalende deelnemers niet de doelgroep mogen verdringen. De sociale firma wordt begeleid door onderzoek vanuit de Universiteit van Amsterdam. Sonia Vidal doet promotieonderzoek naar sociale firma's die bottom-up zijn ontstaan. Zij geeft ons waardevolle adviezen en haar resultaten zullen worden betrokken bij de evaluatie van ons project.



Djennat vist in het Oosterdok

3. Wildplukexcursies

Eigen Krachtvoer onderneemt wekelijks wildplukexcursies met klanten van de Voedselbank en/of mensen met een minimuminkomen. Voorop staat daarbij ons respect voor de natuur en voor de geldende wet- en regelgeving.

Tijdens de excursies verzamelen we eetbare paddestoelen, kruiden, bessen, noten, zeevruchten, vissen en wilde eieren. We zoeken in de parken, bossen en plassen in en rond Amsterdam. Na afloop bereiden en eten we de oogst in ons Wildplukrestaurant. Oogstoverschotten conserveren we tijdens workshops.

In maart en april hebben we met de Fenix 11 vaartochten gemaakt in het natuurgebied waar we ganzeneieren mogen rapen. We hebben zo'n 500 eieren gevonden en ze gegeten, geconserveerd en verkocht. Onze gansvocaat begint bekendheid te krijgen.

In april hebben we onze tweede en grotere boot, de Noorderzon, opgeknapt en gedoopt. Onze Franse deelnemer Pierre verrichtte de plechtigheid en gaf haar de naam 'Soleil du Nord'. Met

deze boot zijn zo'n 15 vis- en vaartochten ondernomen, waarvan enkele werden geboekt door betalende klanten. Er waren echter veel minder boekingen dan verwacht.

Tijdens wandelingen of vaartochten plukten we onder meer daslook, kraailook, brandnetel, bramen, rozenbottels en duizendknoop. Langs een kanaal ontdekten we een verwilderd plukbos met een overvloed aan appels, peren en druiven, wat een ruime voorraad sap opleverde. Twee keer gingen we wilde oesters rapen. De jacht op rivierkreeft mislukte doordat we te laat in het seizoen waren (volgend jaar pakken we dit beter aan) en ook het vissen leverde weinig op, hoewel de zelfgerookte brasem voortreffelijk smaakte en we tenslotte ook onze eerste snoek konden serveren.

Vanaf de zomer gingen we paddestoelen zoeken op de Utrechtse Heuvelrug en in de duinen. Er waren mooie oogsten eekhoorntjesbrood, parasolzwam en sponszwam, die hun weg vonden in het wildplukrestaurant.

4. Workshops voedselconservering

De tweewekelijkse workshops in het Huis van de Wijk De Pijp trokken meteen veel klandizie van betalende gasten. Daarom organiseerden we nieuwe tweewekelijkse workshops in De Bestevaer. Zodoende was er plaats voor iedereen. In



Pierre doopt de Noorderzon



Haloweensalade van Monique

totaal hielden we 45 workshops. Naast de bekende thema's uit onze Conserveergids zoals wekken, fermenteren, drogen, jam en siroop maken, etc, was er ook vernieuwing. Monique ontplooidde zich als docent en verzorgde workshops bonbons maken met wildplukvulling, kaas maken, roken en destilleren. In sommige workshops werd 'productie gedraaid' en zodoende werd een jaarvoorraad aangelegd van vlierbloesemsiroop, gansvocaat en kweeperpasta.

Voor de Brouwmarkt in Almere verzorgden we vijf demonstraties met een goede verdienste. Door de vliegende start van het voorjaarsprogramma vergaten we reclame te maken voor het vervolg, en daardoor daalde de klandizie van betalende deelnemers aanzienlijk. Per saldo bleven de inkomsten achter bij de verwachtingen. De les is dat er meer en betere publiciteit nodig is en een steviger planning.

5. Het Wildplukrestaurant

Op dinsdagavonden hielden we het Wildplukrestaurant in Traiterie Ratatouille. Het restaurant sluit aan bij de excursies, zodat de oogst van de dag verwerkt kan worden. Er zijn in 2019 twee vaste koks aangesteld en dit blijkt een grote verbetering. Andrea is een professionele kok en hij weet wel raad met een wild zwijn, een snoek of een sponszwam, zelfs als die op het laatste moment worden aangeleverd. Monique valt op door haar kunstzinnig gedecoreerde gerechten en beiden leren van elkaar. De klandizie in het restaurant groeit en er waren gemiddeld 13,2 gasten (was 11,1 in 2018). Het aantal diners nam toe tot 48 (was 44 in 2018). Het aantal betalende gasten steeg naar 97 (was 44 in 2018).

Het culinaire jaar werd afgesloten met een groot



Paddestoelen plukken op de Utrechtse Heuvelrug

benefiet-diner in de Oranjekerk. Voor 60 gasten verzorgden we een 5-gangen wildplukmenu en dit bleek een groot succes. Mede dankzij de veilige van onze producten bereikte we een opbrengst die ons precies uit de rode cijfers haalde. Het was ook een goede leerervaring voor de 15 vrijwilligers die werkten in de organisatie, de keuken, de bar en de bediening.

Dankzij een meer professionele aanpak is de kwaliteit, de continuïteit en de organisatie van het Wildplukrestaurant verbeterd. De omzet overtrof ruimschoots de verwachtingen. Dit zijn verheugende ontwikkelingen, omdat het restaurant de komende jaren het speerpunt moet worden in het verdienmodel van de sociale firma.

6. Verkoop en evenementen

Er werden 4 evenementen bezocht, in plaats van de voorgenomen 6. Het weer zat tegen. Koningsdag verregende, evenals het Social Food Festival. Op de markt in Geuzenveld kwam het voor ons verkeerde publiek. De markt in de Westerpark en de Pure Markt waren wel succesvol. Al met al werd veel minder verdiend dan gehoopt. Wel leren we steeds meer over het juiste aanbod en de goede aanpak op zulke evenementen. De somoza's, loempia's en barra's van Anne blijken stevast het meest gewild. Op bescheiden schaal werden producten van de

workshops verkocht, zoals siroop, jam, marmelade, likeur en eau-de-vie. Er is een kleine klanterkring van particulieren die jams of gedroogde paddestoelen afnemen. Als verkoop werden ook de royalties geboekt, die we kregen van straatkrant Z! voor het overnemen van recepten uit de Conserveergids. Daardoor overtrof de opbrengst uit verkoop het gestelde doel.

7. De cijfers

In 2019 hebben er 173 activiteiten plaatsgevonden, dat is 23% meer dan het jaar ervoor. Dat komt vooral door het aantal workshops dat is verdubbeld, maar ook door het aantal diners dat is toegenomen. De gemiddelde bezetting van de activiteiten blijft vrijwel gelijk, hoewel opgemerkt moet worden dat de bezetting van het restaurant is toegenomen, maar de opkomst bij de excursies is afgenomen. Het aantal betalende deelnemers is door de start van de sociale firma flink toegenomen. Door de toegenomen activiteiten en doordat er rek zit in de capaciteit van het restaurant, hebben betalende deelnemers niet voor verdringing gezorgd van de doelgroep. Alleen bij de workshops is het een paar keer voorgekomen dat er geen plaats was voor mensen uit de doelgroep (wat snel is ondervangen door de frequentie van de workshops te verhogen).

	2019	2018
Aantal gratis deelnemers	60	61
Aantal betalende deelnemers	108	44
Gemiddeld aantal deelnemers per activiteit	9,2	9,3
Aantal excursies	57	59
Aantal wildplukdiners	48	44
Aantal workshops voedselconservering	45	22
Aantal marktdagen/evenementen	4	4
Aantal plenaire vergaderingen	9	9
Totaal aantal activiteiten	173	141

8. De financiën

De uitgaven namen in 2019 met 59% toe tot €34.181. Deze toename heeft vooral te maken met vrijwilligersvergoedingen en de inhuur van ZZP-ers vanuit de doelgroep. Daarnaast waren er meer kosten voor huur en voor ingrediënten dan het jaar ervoor.

De uitgaven werden precies gedekt door de in-

komsten, en waren voor 70% afkomstig van subsidiegevers en voor 30% van eigen inkomstenbronnen.

In de ontwikkeling van de sociale firma is het verheugend dat Eigen Krachtvoer voor 30% zelfvoorzienend is geworden. Inkomsten van het restaurant vormden de grootste inkomstenbron, naast inkomsten uit verkoop, workshops en giften. Inkomsten uit excursies en evenementen bleven achter bij de verwachtingen.

9. Het sociale doel van de firma

Onze activiteiten versterken de eigen en gezamenlijke kracht, door het plezier dat we beleven, de gezelligheid, de onderlinge steun, de ontspanning en beweging in de natuur. Daarbij *leren* we veel over eetbare natuur en het bereiden en conserveren ervan. We hebben nieuwe vaardigheden geleerd, zoals vissen en varen en zes deelnemers studeren nu voor hun vaarbewijs. Jur ontplooidde zich tot zelfstandig en enthousiast visser. Onze junior Julia deed vaak mee met workshops en het restaurant, en is nu op de koksschool gegaan. Maarten volgde 2 weken een cursus paddestoelen en heeft al een excursie geleid.

Vrijwilligerswerk in de club levert veel leerervaring. Er zijn nu 26 vrijwilligers die een vergoeding krijgen van 4€ per uur. Samen werkten zij dit jaar 1750 uur. Dit levert per persoon een



Workshop etherische olie distilleren uit dennennaalden 6



kleine bijverdienste op, die wel belangrijk is als je moet rondkomen van 50€ per week.

Aan ZZP-ers kunnen we (op beperkte schaal) betaald werk bieden, mits hun inkomen zich onder het minimum bevindt. Vier ZZP-ers in het project werkten dit jaar 350 uur voor het tarief van €20 bruto. Maria kreeg in januari van ons haar eerste ZZP-opdracht als assistent-bedrijfsleider. Ze had succes bij het werven van andere opdrachten en kon zodoende uit de bijstand komen. Monique konden we als docent en kok inhuren, en mede daardoor kon ze haar inkomsten boven de armoedegrens tillen. Mooi is dat de ZZP-ers een netwerkje vormen waarin ze elkaar adviseren en onderling steunen.

Verschillende deelnemers coachten we bij het zoeken naar werk en hun aspiraties als ZZP-er. Jorge coachten we bij het werven van subsidies voor zijn expositie ETEN! De opening vond plaats op 9 november en was bijzonder geslaagd. Eigen Krachtvoer verzorgde de catering. De 10 uur coaching bleken een goede investering want ze betaalden zich 30-voudig terug. Tenslotte kan gemeld worden dat de vergaderstructuur een steeds steviger vorm krijgt dankzij de coaching en het voorzitterschap van Wouter.

10. Publiciteit

Publiciteit werd gemaakt door folders en affiches te verspreiden en door de sociale media te benutten. Een email nieuwsbrief is opgezet die tweejaarlijks naar alle relaties wordt verzonden. Op Facebook verschenen elke week foto's van onze activiteiten en werden evenementen aan-

gemaakt. Op de website werd steeds het programma van de komende weken gepubliceerd. Linda ontwierp het logo van Eigen Krachtvoer: een gebalde vuist met daarin een klavertje vier. Een bevriende graficus werkte dit uit op een banner, die dienstdeed bij onze evenementen. In straatkrant Z! verscheen in elke aflevering van 2019 een recept uit de Conserveergids. Bij de uitreiking van de Omarmprijs, waarvoor we waren genomineerd door het Stadsdeel Zuid, is een presentatie verzorgd. Helaas werd er geen prijs gewonnen, maar wel zijn er diverse nuttige contacten gelegd, onder andere met ambtenaren van de Stadspas.

De expositie ETEN! heeft publiciteit opgeleverd tijdens de opening, maar ook via de folders en affiches waarop Eigen Krachtvoer als sponsor werd genoemd.

Het Benefietdiner op 15 december is op ruime schaal aangekondigd en werd goed bezocht. Er was veel waardering voor de gezelligheid en kwaliteit van het diner, en wellicht is dat de beste soort reclame.

Toch werd geconstateerd dat in 2019 aan publiciteit te weinig aandacht is besteed en dat hierin komend jaar verbetering gebracht moet worden.

11. Overgangspenikelen

De overgang naar een sociale firma verloopt succesvol, maar levert ook problemen op. Het karakter van de organisatie verandert doordat er professioneler gewerkt moet worden, er meer verticale lijnen ontstaan en het geld een grotere rol speelt.



De expositie van Jorge

Dit levert fricties op, bijvoorbeeld omdat vrijwilligers afgunstig kijken naar de beloning van ZZP-ers. Keer op keer moeten we uitleggen dat je met een ZPP-tarief van 20€ bruto maar nauwelijks boven bijstandsniveau uitkomt. Eerst waren we een platte organisatie waarin iedereen gelijk was en de taken konden rouleren, maar nu klimmen sommigen op en staat er bijvoorbeeld een vaste kok in de keuken. Dat levert grote voordelen op, maar ontnemt anderen de kans om leerervaring op te doen als kok. Betalende deelnemers gaan goed samen met de doelgroep en er treedt een soort ‘verdunning’ op. De groep wordt heterogener, maar daardoor vermindert wellicht het thuisgevoel van de oorspronkelijke groep.

We hebben veel tijd besteed om de nieuwe ontwikkelingen naar de sociale firma uit te leggen, interne ruzies te sussen en oplossingen te zoeken om dit in goede banen te leiden

Een van de oplossingen kan zijn om te benadrukken dat iedereen kansen krijgt en om meer perspectieven te scheppen. Daarbij zou het helpen om een meer gerichte coaching te organiseren, waarbij voor wie dat wil ontwikkelingsplannen worden gemaakt. Er zal een sollicitatiecommissie komen om het aanstellen van zzp-ers en assistenten transparanter en zorgvuldiger te laten verlopen.

Qua organisatie bevond de sociale firma zich in een opstartjaar, waarin veel verschillende zaken vorm moesten krijgen, werden uitgeprobeerd en bijgesteld. Met name in de commerciële aspecten moesten taken worden ingevuld, programma's opgesteld en publiciteit worden gemaakt. Teveel gebeurde ad hoc, en dit leerde ons dat volgend jaar een zorgvuldiger planning moet plaatsvinden.

12. Conclusie

De sociale firma Eigen Krachtvoer is een succes, omdat we onze verdienkracht vergroten en voor 30% in onze inkomsten voorzien. En omdat we activering, leerervaring en bijverdiensten bieden en op bescheiden schaal betaald werk. Naast het plezier dat we beleven met Eigen Krachtvoer zijn er ook perikelen die te maken hebben met de overgang naar een sociale firma. Bij het oplossen hiervan blijken de signalen en adviezen van onderzoekster Sonia Vidal zeer waardevol. Voor het volgende jaar zijn er de volgende verbeterpunten geformuleerd.

- meer en meer professionele publiciteit organiseren;
- een steviger planning en organisatie;
- een jobcoach werven die kan helpen bij het opstellen van ontwikkelingsplannen;
- het formaliseren van de medezeggenschap van de deelnemers;
- een sollicitatieprocedure opstellen.

Het komende jaar gaan we door met de wekelijkse workshops, excursies en restaurantavonden. Voor de locatie van het restaurant zoeken we een goedkopere plek met een ruimere keuken. Daarnaast krijgen de restaurantactiviteiten een impuls door het organiseren van pop-up diners, naar het voorbeeld van het Benefiet diner.



Jacht op het ganzenei