

Evaluatie

Inhoudstafel

Inhoud	1
Inleiding (cfr. Projectdossier)	2
SWOT-analyse.....	3
1. Sterktes.....	4
2. Zwaktes.....	7
3. Opportuniteiten.....	8
4. Bedreigingen.....	9
Een blik op de toekomst.....	10
Verankering via website	10
Bijlage 1: Voedselverdeelorganisaties.....	11
Bijlage 2: Feedback- en evaluatiedocumenten	12
1. Feedback algemene workshop thema voeding.....	12
2. Feedback train de trainer mentaal welbevinden	15
3. Feedback workshop thema voeding vrijwilligers	18
4. Feedback proevertjes	21
5. Feedback winkeloefening.....	22
6. Evaluatie/tevredenheid voedselverdeelorganisaties.....	23

Inleiding (cfr. Projectdossier)

Motivering:

Logo Leiland wil extra inzetten om de gezondheidskloof te verkleinen en kwetsbare mensen extra ondersteuning geven. De aspecten mentaal welbevinden, beweging, voeding,... naar de voedselbanken brengen en op die manier de leefstijl van kwetsbare chronisch zieken positief beïnvloeden is het uitgangspunt.

Korte samenvatting project:

1. Ontwikkelen van laagdrempelige infosessies voor de gebruikers van de voedselbank
2. Laagdrempelige infosessies op 2 voedselbanken piloot draaien – evalueren – bijsturen
3. Laagdrempelige infosessies aanbieden binnen de diverse voedselbanken

Bereik: min. de helft van de voedselbanken in de regio, waar telkens 3 infosessies zullen plaatsvinden

Project:

Aanbieden laagdrempelige, kortdurende infosessies in functie van gezondheids promotie en ziektepreventie via de voedselverdeelorganisaties uit de regio. Op de regionale intervisie met de verschillende voedselverdeelorganisaties werd gepolst naar de thema's waarrond men wil werken en via welke methodiek men dit wenst. Op die manier werd een aanbod uitgewerkt.

- **Gekozen thema:** voeding en mentaal welbevinden
- **Gekozen methodiek:** train de trainer + expert

Thema voeding: er werd een algemene infosessie georganiseerd voor de verantwoordelijken van de voedselbanken en een aanbod op maat uitgewerkt (cfr. menukaart). De algemene infosessies werd eveneens opgenomen in dit aanbod als workshop voor de vrijwilligers die werkzaam zijn in de voedselverdeelorganisaties.

Menukaart – ondersteuning op maat:

Algemeen (infosessie)	Proevertjes	Winkeloefening	Kookworkshop	Andere
<ul style="list-style-type: none"> • Veilig omgaan met voedsel: vereisten rond veiligheid en hygiëne (FAVV) • Aan tafel in 1-2-3 euro (Colruyt) • Tips & tricks: zelf budgetvriendelijk en gezond koken en winkelen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennismaken met seizoensgroenten (voedseloverschotten) • Recept / bereiden 	<ul style="list-style-type: none"> • Zelf budgetvriendelijk en gezond winkelen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennismaken met gezonde voeding • Zelf budgetvriendelijk en gezond koken 	<ul style="list-style-type: none"> • Ondersteuning op maat in de lopende projecten • Handig materiaal

Thema mentaal welbevinden: Er werd een 'soep met babbeltjes' georganiseerd, waarbij aan de hand van een train de trainer tips werden aangereikt over hoe je op een laagdrempelige manier kan inzetten op het thema mentaal welbevinden in je voedselverdeelorganisatie.

STERKTES	ZWAKTES
<ul style="list-style-type: none"> • 15 van de 16 voedselverdeel-organisaties in de regio bereikt • Volledige regio Zuid-West-Vlaanderen • Doelgroep bereikt • Bereik andere organisaties (Kompas vzw, Lions club, kinderclub...) • Samenwerking Food Act 13 • Op maat: thema's, methodiek, menukaart... • Project pilootgedraaid + afstemming • Papieren materialen: ondersteunend om info beter te begrijpen/integreren • Vertrokken vanuit bestaande materialen (NICE, Vlaams Instituut Gezond Leven) – aangepast/op maat van de doelgroep • Contactpersoon VB betrokken: vragen, ondersteuningsnood • Duurzame verankering: website met webshop • Wegwerken drempels: bereikbaar (expert ter plaatse, spreiding infomomenten), begrijpbaar (mondelinge info, ondersteunende materialen, vertalingen), bekend (contactpersoon aanwezig – ifv later vragen/ondersteuningsnood), bruikbaar (op maat), betalbaar (gratis) 	<ul style="list-style-type: none"> • Timing: piloot draaien + 3 sessies te veel • Bereik doelgroep moeilijk in te schatten • Nood aan aanbod op maat • Praktische/organisatorische beperkingen in voedselverdeelorganisaties om aan de slag te gaan met aanbod
OPPORTUNITEITEN	BEDREIGINGEN
<ul style="list-style-type: none"> • 71 vraag naar ondersteuning: uitbreiding rol • Veel interesse vanuit verschillende organisaties duurzaam met materiaal/aanbod aan de slag • Armoede → negatieve impact op gezondheid: 43% chronische ziekte/gezondheidsprobleem en minder gezonde levensstijl • Kwetsbare doelgroep effectief bereiken • Andere thema's 	<ul style="list-style-type: none"> • Verschillende werking → nood aan aanpak op maat • Bijkomende projectfinanciering

1. Sterktes

- **15 van de 16 voedselverdeelorganisaties in de regio bereikt**
 - Er werden 16 voedselverdeelorganisaties in de regio gecontacteerd, waarvan er 15 minstens aan één aspect deelnamen, zijnde de algemene workshop thema voeding, train de trainer mentaal welbevinden, ondersteuning op maat rond het thema voeding en/of gebruik maakten van het aangeboden materiaal (cfr. bijlage 1).
- **Volledige regio Zuid-West-Vlaanderen**
 - De uitgewerkte materialen en ondersteuning werden aangeboden aan alle voedselverdeelorganisaties in de regio Zuid-West-Vlaanderen.
- **Doelgroep bereikt**
 - De verantwoordelijken van de voedselverdeelorganisaties en de vrijwilligers ervaren dit project als positief: hoge tevredenheid op de algemene workshop thema voeding, op de train de trainer mentaal welbevinden, op de workshop op maat in de voedselverdeelorganisaties, alsook op de algemene ondersteuning.
 - Door een tweede maal aanwezig te zijn op de proevertjes kon in gesprek gegaan worden met de doelgroep omtrent hun ervaringen. Hieruit werden positieve reacties opgemerkt, o.a. de gerechtjes werden al opnieuw gemaakt, de groente werd meer klaargemaakt, er werd gebruik gemaakt van de fiche die ze kregen... Hieruit kwam eveneens de tip om bij de aangeboden gerechten aan te passen voor kinderen, daar het aankopen van bepaalde groenten vaak niet wordt gedaan omdat de kinderen dit niet lusten.
- **Bereik andere organisaties (Kompas vzw, Lions club, kinderclub...)**
 - De voedselverdeelorganisaties staan sterk in contact met andere organisaties (zoals buurthuizen, de Lions club, etc.) of bieden zelf nog aanvullende activiteiten aan, zoals bijvoorbeeld een kinderclub waarbij ook kinderkampen worden georganiseerd. Daarnaast zijn enkele vrijwilligers vaak werkzaam in een andere vzw. Van hieruit kwamen eveneens vragen naar de ontwikkelde materialen en konden deze breder worden verspreid.
- **Samenwerking Food Act 13**
 - Een sterke meerwaarde binnen dit project is de samenwerking met Food Act 13, het voedseldistributieplatform in Zuid-West-Vlaanderen. Van hieruit werden de contacten gelegd met de voedselverdeelorganisaties en werd in samenwerking een lerend netwerk aangeboden. Op een eerste lerend netwerk werd gepolst naar de thema's en methodieken waar de meeste voedselverdeelorganisaties interesse in hadden. De volgende lerend netwerken werden in co-creatie georganiseerd. Dit werd zeer positief ervaren door de aanwezigen, waardoor er besloten werd dit in de toekomst duurzaam te verankeren.

- **Op maat: thema's, methodiek, menukaart...**
 - o De voedselverdeelorganisaties in de regio zijn erg divers en hebben elk een andere werking. Hieruit ontstond de nood om sterk op maat te werken. De thema's en methodieken waarrond men in de voedselverdeelorganisaties graag wilde werken werden afgetoetst op een lerend netwerk. Via deze bevindingen werd een aanbod uitgewerkt doormiddel van een menukaart met verschillende opties aan ondersteuning, waaruit men kan kiezen volgens de eigen noden en wensen in de eigen voedselverdeelorganisatie.

- **Project pilootgedraaid + afstemming**
 - o De uitgewerkte menukaart, met de ondersteuning op maat rond het thema voeding, werd tevens afgestemd met twee voedselverdeelorganisaties. Dit opdat het aanbod zeker is aangepast zodat de vrijwilligers hiermee vlot aan de slag kunnen gaan en dit maximaal bruikbaar is voor de doelgroep.

- **Papieren materialen: ondersteunend om info beter te begrijpen/integreren**
 - o Er werden verschillende materialen aangeboden alsook nieuwe materialen ontwikkeld die ondersteunend werken aan de (mondeling) aangeboden informatie. Op deze manier kan de informatie beter begrepen worden en kan dit verder worden verspreid van vrijwilligers naar cliënten, alsook via cliënten gedeeld worden binnen hun gezin en omgeving. Uit de evaluaties blijkt dat de materialen een sterke meerwaarde vormen en zo ontworpen zijn dat ze er praktisch autonoom mee aan de slag kunnen gaan (cfr. bijlage 2).

- **Vertrokken vanuit bestaande materialen (NICE, Vlaams Instituut Gezond Leven) – aangepast/op maat van de doelgroep**
 - o Er werd voornamelijk vertrokken uit bestaande (Vlaamse) materialen, die werden aangepast volgens de noden en wensen van de verschillende voedselverdeelorganisaties. Door bestaande materialen te gebruiken, die tevens gevalideerd zijn, wordt ook een hoge mate van herkenbaarheid gecreëerd. Het (regelmatig) terugzien van deze materialen op affiches, lokale campagnes, etc. is positief voor de verduurzaming.

- **Contactpersoon VB betrokken: vragen, ondersteuningsnood**
 - o Bij elke infosessie is een vrijwilliger aanwezig van de voedselverdeelorganisatie, deze persoon is gekend bij de doelgroep. De link met de vrijwilliger die hen kent is belangrijk, dit enerzijds om op het ogenblik van aanwezigheid de mensen aan te spreken en toe te leiden tot het aanbod, alsook mochten er nadien vragen of nood aan doorverwijzing zijn.

- **Duurzame verankering: website met webshop**

- Bij preventie en meer specifiek het duurzaam verankeren, is herhaling belangrijk. Zeker om de gezondheidskloof te verkleinen zal er in de toekomst blijvend gezocht worden naar alle mogelijke opportuniteiten om hierop te kunnen inzetten. Met betrekking tot de thema's voeding en mentaal welbevinden werden de gebruikte materialen en ondersteuning samengevat op de website: www.logoleieland.be/voedselverdeelorganisatie op die manier kunnen voedselverdeelorganisaties hier blijvend informatie uit halen. De gebruikte materialen werden tevens opgenomen in de webshop, zodat voedselverdeelorganisaties dit kunnen blijven bestellen.
- Ook bij de materialen werd extra aandacht besteed aan duurzaamheid (kan het lang gebruikt worden, kan het meerder mensen in het gezin aanzetten om hun leefstijl aan te passen...).

- **Wegwerken drempels:**

- **Bereikbaar (expert ter plaatse, spreiding infomomenten):** de aanwezigheid van de expert op de plaats waar de mensen komen, zorgt ervoor dat het erg bereikbaar is voor de doelgroep. Ze moeten geen extra stappen te ondernemen. We kiezen bewust voor een spreiding van de infomomenten gedurende het volledige jaar – om ervoor te zorgen dat de mensen geen overload aan informatie krijgen op een te kort moment.
- **Begrijpbaar (mondelijke info, ondersteunende materialen, vertalingen):** bij gedrukte/fysieke of digitale info is de taal én de gezondheidsvaardigheden vaak een probleem. Door aanwezig te zijn, kan op een eenvoudige eventueel andere taal, mondeling de info gegeven worden. De info kan aangepast worden op de betrokken persoon, komt iemand voor zijn/haar gezin of net niet... Het gebruik van (al dan niet bestaande) materiaal dient ter ondersteuning én om de inhoud met de achterban te delen. Daarnaast is er bij de uitwerking van het materiaal bedacht geweest op het eenvoudig taalgebruik, visuele ondersteuning en gebruik van symbolen. Ook door het aanbieden van vertalingen van enkele materialen in het Frans, Engels en Arabisch werd ingezet op de begrijpbaarheid.
- **Bekend (contactpersoon aanwezig – ifv later vragen/ondersteuningsnoden):** zoals hierboven vermeld, is er bij elke infosessie op maat een vrijwilliger aanwezig, die als aanspreekpunt fungeert bij verdere vragen of ondersteuningsnoden.
- **Bruikbaar (op maat):** door het op maat maken van de informatie, materialen, workshops en ondersteuning is dit bruikbaar voor de doelgroep. Er werden bijvoorbeeld ook materialen vertaald in het Frans, Engels en Arabisch zodat dit beter begrijpbaar en eveneens meer bruikbaar is.
- **Betaalbaar (gratis):** de materialen en informatie werden gratis aangeboden aan de doelgroep.

2. Zwaktes

- **Timing: piloot draaien + 3 sessies te veel**

- In de projectaanvraag werd oorspronkelijk aangenomen om de uitgewerkte 'infosessies' piloot te draaien in twee voedselverdeelorganisaties, zijnde vzw Love in action en vzw 't Netje. Daar er al snel gemerkt werd dat de voedselverdeelorganisaties in de regio elk sterk divers zijn met een eigen werking, werd de oorspronkelijke timing waarbij er eerst piloot getest zou worden niet zo strak meer gehanteerd.
- Daarnaast werd in de projectaanvraag voorgesteld om drie infosessies aan te bieden in de voedselverdeelorganisaties. Hier werd tevens van afgewijkt. Er werd geopteerd om het aanbod voor te stellen in alle voedselverdeelorganisaties in de regio en dit te beperken tot één of twee infosessies per organisatie. Deze overweging werd voornamelijk genomen omdat we geen overload aan informatie willen creëren en er nood is om het aanbod aan infosessies en materiaal meer te verspreiden over enkele maanden.

- **Bereik doelgroep moeilijk in te schatten**

- Het blijft moeilijk om zicht te krijgen of de ondersteuning effectief een meerwaarde oplevert en bruikbaar is voor de cliënten van de voedselverdeelorganisaties. Er werd voornamelijk zicht gekregen op de tevredenheid van de cliënten via gesprekken met de vrijwilligers. Hierdoor is het, mede omwille van sociaal wenselijke antwoorden, moeilijk in te schatten of de cliënten de materialen effectief hanteren in hun dagelijks leven en zullen blijven toepassen in de toekomst. Via de gesprekken met de cliënten tijdens de proevertjes was er wel een mogelijkheid om in gesprek te gaan met de cliënten en te polsen naar hun bevindingen. Hier kwamen tevens relevante inzichten uit (cfr. bijlage 2). Doch werden hier slechts enkele cliënten bereikt, omwille van het sterke verloop, alsook verschillen in taal, waardoor het niet altijd mogelijk was om hierover in gesprek te gaan met de doelgroep.
- Daarnaast blijft de evaluatie subjectief en kunnen mogelijks positieve resultaten inzake gedragsverandering, leefstijl en vermindering in vatbaarheid voor ziekte en chronische aandoeningen niet worden aangetoond.

- **Nood aan aanbod op maat**

- Uit de evaluaties en de gesprekken met de verantwoordelijken en de vrijwilligers in de voedselverdeelorganisaties blijkt dat er een sterke nood is aan een aangepast aanbod op maat. De voedselverdeelorganisaties in onze regio zijn erg divers en hebben allen een eigen werking. Het uitwerken van een aanbod voor één organisatie impliceert niet dat dit eveneens bruikbaar is in andere organisaties. Om echt impact te maken moet de informatie, de tips en uitgewerkte materialen aangepast worden en moet er ruimte zijn om organisaties op maat op weg te helpen. Uit de evaluaties blijkt tevens dat er een sterke nood is om tips en informatie te voorzien die is afgestemd op de specifieke werking van elke voedselverdeelorganisatie.

- **Praktische/organisatorische beperkingen in voedselverdeelorganisaties om aan de slag te gaan met aanbod**
 - o Er was een zeer sterke interesse in de meeste voedselverdeelorganisaties om aan de slag te gaan met het aanbod, doch was dit gezien de timing niet in elke organisatie mogelijk. Enkele voedselverdeelorganisaties ervoeren hierbij (tijdelijke) praktische en organisatorische beperkingen, zoals de verhuis naar een andere locatie, tekorten aan vrijwilligers, geen ruimte voor ontmoeten, etc.

3. Opportuniteiten

- **↗ vraag** naar ondersteuning: uitbreiding rol
 - o Voedselverdeelorganisaties willen hun werking uitbreiden, waarbij ze naast het louter bedelen van voedsel ook een sociale rol aannemen. Alsook de meerwaarde om via de voedselverdeelorganisaties deze kwetsbare doelgroep te bereiken, leidde ertoe dat de vraag naar ondersteuning om in te zetten op gezondheids promotie en ziektepreventie in onze regio is gegroeid. Er zijn voedselverdeelorganisaties die momenteel omwille van praktische of organisatorische redenen nog geen gepersonaliseerd aanbod konden uitwerken maar een sterke interesse en vraag toonden om hier in de toekomst mee aan de slag te gaan. Bovendien zijn er nog heel wat **andere thema's** waarbij een aanbod op maat zou kunnen worden uitgewerkt.
- **Veel interesse** vanuit verschillende organisaties duurzaam met materiaal/aanbod aan de slag
 - o De gebruikte materialen en het aanbod werd positief onthaald. Dit blijkt ook uit de bevraging. Er wordt aangegeven dat de organisaties, het na de aangeboden ondersteuning mogelijk achten om autonoom aan de slag te gaan met de materialen en de uitwerking en dit duurzaam te verankeren in hun werking.
- **Armoede → negatieve impact op gezondheid: 43% chronische ziekte/gezondheidsprobleem en minder gezonde levensstijl**
 - o Mensen die gebruik maken van de voedselbank in de diverse gemeenten/steden van de regio Zuid-West Vlaanderen zijn o.a. financieel kwetsbare mensen. De gezondheids crisis heeft de situatie van de meest kwetsbare mensen nog moeilijker gemaakt. Één van de basisbehoeften die bij de mensen in armoede nijpender wordt, is de vraag naar voedsel. In 2020 registreerden de voedselbanken tot 195 000 mensen per maand die beroep deden op hun dienstverlening – dat is 15% meer dan in 2019. Voedselhulp is een belangrijke schakel bij de inspanningen om maatschappelijke integratie te stimuleren. Daarnaast weten we dat armoede zware gevolgen heeft voor de gezondheid. 43% van hen heeft een chronische ziekte of een chronisch gezondheidsprobleem. 19% is gedurende de laatste 12 maanden niet naar een dokter geweest en 53% niet naar een tandarts. Ze eten minder vaak fruit en groenten, 37% van hen eet fruit elke dag, tegenover 65% van de personen die zich niet in een toestand van deprivatie bevinden. Voor groenten bedragen die cijfers respectievelijk 52% en 85%. Uit de resultaten blijkt dat de kosten van geneesmiddelen een last vormen voor 79% van de huishoudens in een situatie van ernstige materiële

deprivatie. Dat blijkt uit cijfers van de enquête naar de inkomens van levensomstandigheden (EU-SILC) van het Statbel, het Belgisch statistiekbureau, uitgevoerd in 2017 bij 6 000 Belgische huishoudens. Het blijft dus van uitzonderlijk belang om specifieke acties op te zetten naar deze doelgroep.

- **Kwetsbare doelgroep effectief bereiken**
 - Het opzetten van acties in de voedselverdeelorganisaties is enerzijds een effectieve manier om de **financieel kwetsbare doelgroepen te bereiken**. We weten dat armoede een negatieve impact heeft op gezondheid. 43% van de mensen in armoede heeft een chronische ziekte of gezondheidsprobleem. Mensen met een laag inkomen hebben vaak een minder gezonde levensstijl. Ze roken meer, hebben vaker overgewicht, voldoen minder vaak aan de beweegrichtlijnen, etc. Het blijft bijgevolg van uitzonderlijk belang om extra acties op te zetten naar deze doelgroep.
- **Andere thema's**
 - Uit de bevraging die werd afgenomen bij de voedselverdeelorganisaties blijkt dat de meeste voorkeur uitgaat naar de thema's voeding en mentaal welbevinden. Maar ook voor andere thema's, zoals beweging, gezonde publieke ruimte, en mondgezondheid is er een sterke interesse. Er zijn bijgevolg nog heel wat mogelijkheden om een aangepast aanbod te ontwikkelen rond andere gezondheidsthema's.

4. Bedreigingen

- **Verschillende werking** → nood aan aanpak op maat
 - Vanuit de verschillende voedselverdeelorganisaties heerst er een sterke interesse om verder met de uitgewerkte materialen en informatie aan de slag te gaan en dit aanbod uit te bouwen en te verankeren in hun werking. Maar de organisaties hebben, naast een algemene infosessie, nood om op maat op weg geholpen te worden. De informatie geven is voor diverse voedselverdeelorganisaties onvoldoende om zelf aan de slag te gaan rond een bepaald gezondheidsthema.
- Bijkomende **projectfinanciering**
 - Vanuit de sterke nood aan een uitgewerkt aanbod op maat en er rekening mee houdende dat de verschillende voedselverdeelorganisaties in onze regio sterk verschillend van elkaar werken, met elk hun eigen accenten, is een aanvullende projectsubsidie nodig om dit aanbod verder uit te bouwen en via een gelijkaardig project aan de slag te gaan.

Een blik op de toekomst

Uit de evaluatie blijkt dat voedselverdeelorganisaties sterk aan de slag zijn gegaan met het aanbod en de uitgewerkte/bestaande materialen en deze in de toekomst verder zullen gebruiken. Alsook werd aangegeven dat ze de aangeleverde materialen en methodieken (op maat) autonoom kunnen hanteren na de ondersteuning die ze kregen op maat. De gehanteerde methodiek wordt ervaren als een effectieve manier om voedselverdeelorganisaties op weg te helpen duurzaam in te zetten op de thema's gezonde en goedkope voeding en mentaal welbevinden. Het promoten van gezondheid in de voedselverdeelorganisaties leverde bijgevolg al positieve ervaringen op.

Via dit project werd tevens een netwerk aangelegd en een duurzame samenwerking opgebouwd met de voedselverdeelorganisaties, wat mogelijkheden biedt voor de toekomst. Daarnaast toonden de voedselverdeelorganisaties een sterke interesse om een tweetal keer per jaar aanwezig te zijn op een lerend netwerk, waar inhoudelijke informatie afgewisseld wordt met het uitwisselen van ervaringen. Vanuit de positieve bevindingen werd beslist dit lerend netwerk voor de volgende jaren in co-creatie te organiseren vanuit Food Act 13 en Logo Leiland. Op deze manier kan een duurzame samenwerking met de voedselverdeelorganisaties worden bewerkstelligd en kunnen nieuwe materialen en informatie in functie van gezondheids promotie en ziektepreventie worden voorgesteld. Deze opvolging kan verder worden bewerkstelligd vanuit de reguliere werking van Logo Leiland.

Tot slot kunnen we uit de ervaringen stellen dat de voedselverdeelorganisaties in onze regio elk een eigen werking hebben en bijgevolg nood hebben aan ondersteuning op maat. Het louter aanbieden van de materialen zal weinig effect kennen als dit niet is afgestemd op de werking van de desbetreffende voedselverdeelorganisatie. Om dit aanbod verder uit te bouwen, meer organisaties te bereiken met een aanbod op maat en meer thema's te behandelen, zijn gelijkaardige projectsubsidies echter onontbeerlijk.

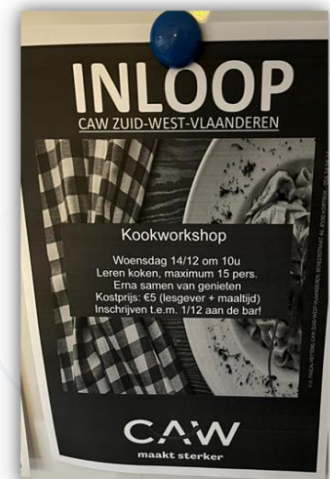
Verankering via website

Aangezien niet alle (voedselverdeel)organisaties met alle uitgewerkte materialen aan de slag konden gaan en er nog een grote interesse merkbaar is, werd een samenvattende webpagina aangemaakt, nl. www.logoleiland.be/voedselverdeelorganisatie. Op die manier blijft de informatie toegankelijk voor de geïnteresseerden. Naast een mogelijkheid tot het bekijken en bestellen van de uitgewerkte materialen, kunnen de inspiratiegidsen rond de thema's voeding en mentaal welbevinden die gebruikt werden tijdens de workshop en train de trainer eveneens geraadpleegd worden. Hiermee willen we verzekeren dat de informatie toegankelijk blijft en een duurzame verankering kan krijgen in verschillende voedselverdeelorganisaties.

Bijlage 1: Voedselverdeelorganisaties

Aantal bereikt	15 van de 16 voedselverdeelorganisaties in de regio
Aanwezig op algemene workshop thema voeding	11 aanwezigen, uit 6 verschillende voedselverdeelorganisaties
Aanwezig op train de trainer mentaal welbevinden	15 aanwezigen, uit 8 verschillende voedselverdeelorganisaties
Organisaties die werkten rond het aanbod op maat	Vorbereidend overleg en voorstellen materiaal: 13 Workshop thema voeding: 5 Proevertjes: 4 (waarvan 2x in dezelfde organisatie) Winkeloefening: 1 Kookworkshop: 1 Aanbod op maat: 3 (voorstellen materiaal + infomoment op thema bewegen – mentaal welbevinden)

Enkele voorbeelden:



Bijlage 2: Feedback- en evaluatiedocumenten

In wat volgt worden alle evaluatiedocumenten en de verkregen feedback gebundeld.

1. Feedback algemene workshop thema voeding	12
2. Feedback train de trainer mentaal welbevinden.....	15
3. Feedback workshop thema voeding vrijwilligers.....	18
4. Feedback proevertjes.....	21
5. Feedback winkeloefening.....	22
6. Evaluatie/tevredenheid voedselverdeelorganisaties.....	23

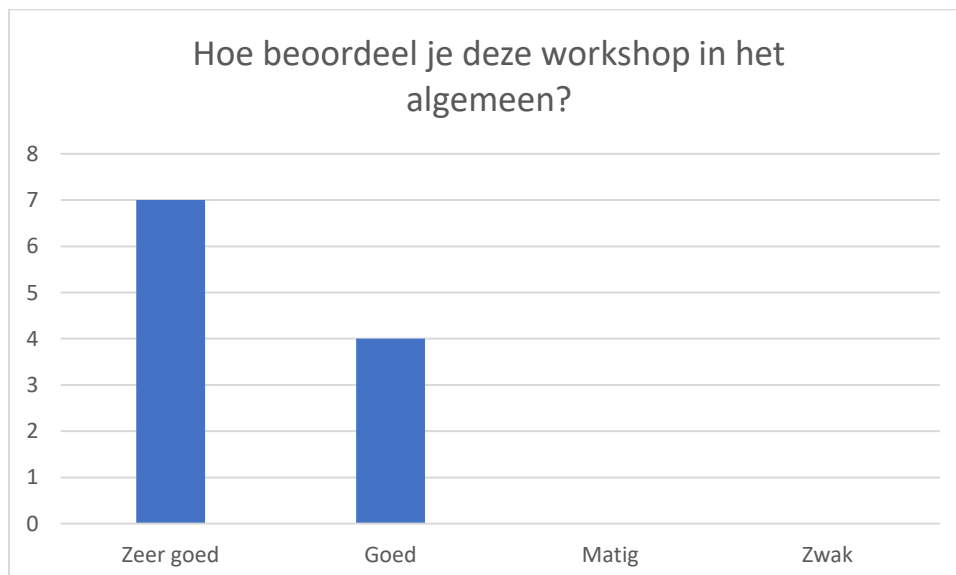
1. Feedback algemene workshop thema voeding

Aanwezigen:

- Er waren 11 aanwezigen, uit 6 verschillende voedselverdeelorganisaties.
- Waarvan 7 verantwoordelijken voor de voedselverdeelorganisatie werkzaam binnen het Sociaal Huis en 4 vrijwilligers.

Samenvatting resultaten:

1. Hoe beoordeel je deze workshop in het algemeen?



2. Wat vond je goed aan de workshop?

- overzichtelijk
- heel diverse informatie, heel mooi werkmateriaal
- interessante bruikbare info, interactief, documentatie
- veel info, goed gedocumenteerd
- zeer praktisch, boeiend gebracht
- duidelijke uitleg met mooi materiaal om direct aan de slag te gaan
- bruikbare tips, boeiend gebracht
- heel interessant, goed gedocumenteerd
- overzichtelijk, duidelijk, mooi werkmateriaal
- veel + bruikbaar materiaal
- duidelijke voorbeelden + tips wat we concreet kunnen doen

3. Wat vond je minder goed aan de workshop?

- Sommige zaken waren reeds gekend en herhaling

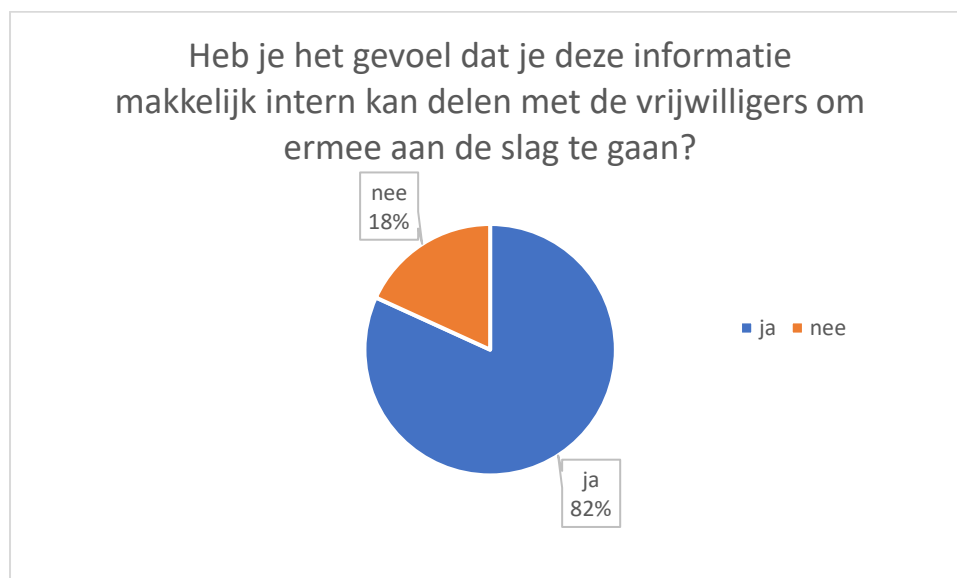
4. Kwam deze workshop tegemoet aan jouw verwachtingen?



5. Heb je het gevoel dat je deze informatie kan gebruiken in je organisatie? Of heb je hierbij nog zaken nodig?



6. Heb je het gevoel dat je deze informatie makkelijk intern kan delen met de vrijwilligers om ermee aan de slag te gaan?



Argumenten:

- Nu nog te vroeg, pas 6 maanden bezig. Ziet er wel iets uit om mee te werken.
- Het zou interessant zijn (een deel van) de vorming ter beschikking te krijgen om door te geven.
- Documentatie is zeker bruikbaar bij de vrijwilligers.
- Voldoende folders/documentatie meegekregen om de info door te geven.

- Het is een beetje veel om het zelf te delen.
- Voldoende om door te geven.
- Veel documentatie, kunnen daar goed mee aan de slag.
- Ja handig met materiaal.
- Ja info is duidelijk.

7. Zijn er anders nog zaken die je graag wilt delen?

/

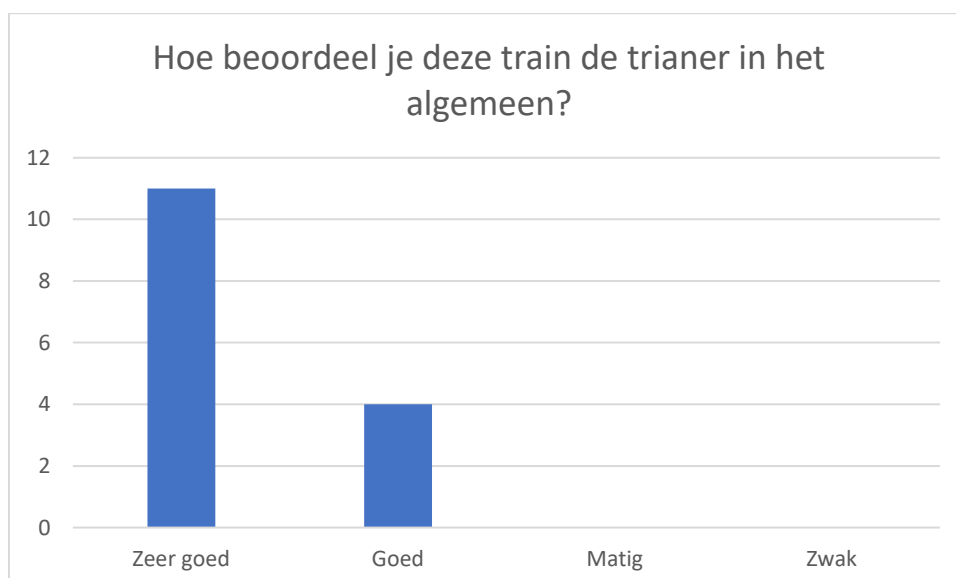
2. Feedback train de trainer mentaal welbevinden

Aanwezigen:

- Er waren 15 aanwezigen, uit 8 verschillende voedselverdeelorganisaties.
- Waarvan 8 verantwoordelijken voor de voedselverdeelorganisatie (sommigen werkzaam binnen het Sociaal Huis) en 7 vrijwilligers.

Samenvatting resultaten:

1. Hoe beoordeel je deze train de trianer in het algemeen?



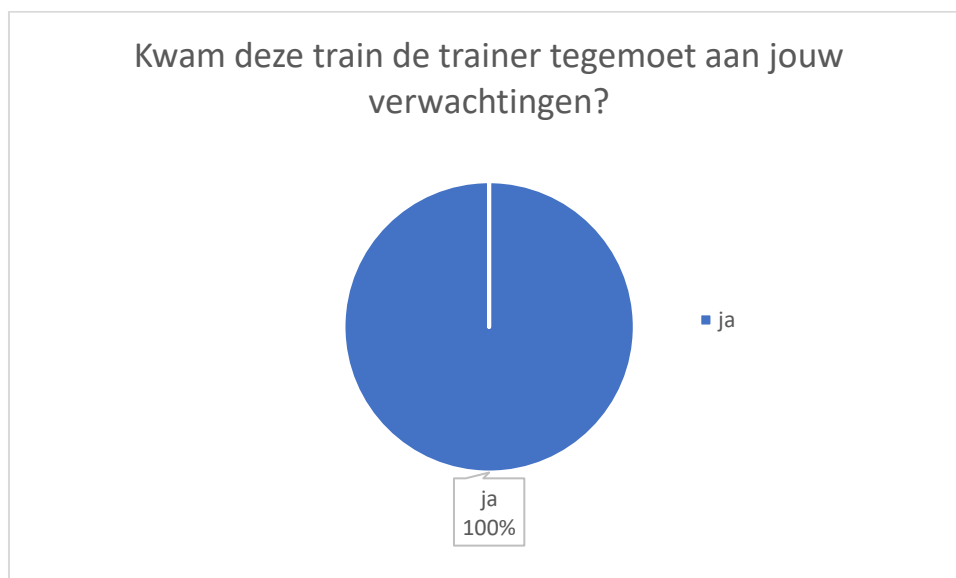
2. Wat vond je goed aan de train de trainer?

- De vele tips.
- Het stilstaan bij initiatieven die genomen kunnen worden en het thema.
- Leerrijk.
- Bruikbare tips rond het thema welbevinden.
- Nuttige tips, goede ppt om structuur te behouden, goed gebracht.
- Enthousiaste lesgever, blij om ervaringen uit te wisselen met de anderen.

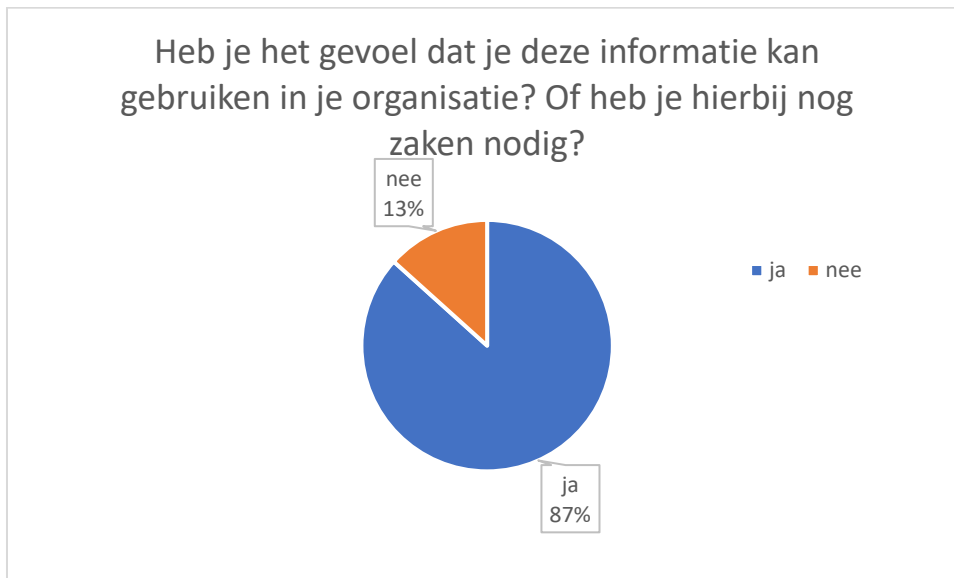
3. Wat vond je minder goed aan de train de trainer?

- Bij ons concreet in samenwerking met arbeidszorg heeft soms obstakels.
- Tijd te kort.
- De timing.

4. Kwam deze train de trainer tegemoet aan jouw verwachtingen?



5. Heb je het gevoel dat je deze informatie kan gebruiken in je organisatie? Of heb je hierbij nog zaken nodig?



Argumenten:

- Meer nood aan tips specifiek voor onze organisatie.
- Ik heb vele tips om mee te nemen, tips die heel bruikbaar zijn.
- Ja, we zullen het materiaal voor handen eerst bekijken, voorlopig geen andere noden.
- Goede insteek.
- Met bekomen info kunnen we verder.
- Tips en materiaal is interessant.
- Iets te algemeen, liever echt iets praktisch voor onze organisatie.

6. Zijn er anders nog zaken die je graag wilt delen?

- Vast jaarlijks moment zoals vandaag.
- Ik ben wel blij dat ik gekomen ben.



3. Feedback workshop thema voeding vrijwilligers

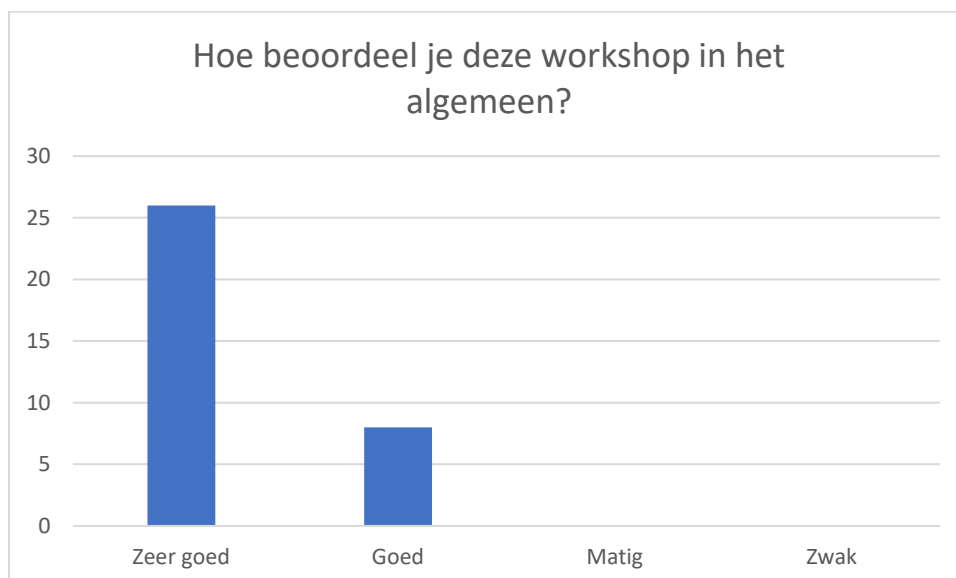
Georganiseerde workshops + aanwezigen:

- In totaal werd de workshop voor vrijwilligers georganiseerd in 5 verschillende voedselverdeelorganisaties.
- Het aantal vrijwilligers die aanwezig waren was sterk afhankelijk van de organisaties. In totaal werden 44 vrijwilligers geïnformeerd.

Samenvatting resultaten:

In het totaal werden 34 evaluaties verzameld.

1. Hoe beoordeel je deze workshop in het algemeen?



2. Wat vond je goed aan de workshop?

Enkele reacties:

- Heel duidelijk, veel ruimte tot eigen inbreng.
- Veel ideeën en duidelijk.
- De ideeën die werden aangebracht door de lesgever inspireerden ons om dit toe te passen in onze voedselbank.
- Er was voldoende mogelijkheid tot interactieve tijd.
- Duidelijk.
- Alles: spontaan gebracht, duidelijke info, interessante voorbeelden.
- Ideetjes die aangebracht werden.
- Interactie en ruimte tot eigen inbreng.
- Aangepast op onze organisatie.

- Duidelijke uitleg en veel folders en beelden.
- Het thema 'gezonde en goedkope voeding'.
- Bruikbare tips.
- Duidelijk via tips.
- Veel kans tot eigen inbreng.
- Veel bijgeleerd over gezonde voeding.
- Zeer leuk en spontaan gebracht, zette ons aan om zelf na te denken hoe we bij ons aan de slag kunnen gaan.
- Goed dat we met de vrijwilligers samen waren en dit concreet konden maken en de tips konden toepassen op onze organisatie.
- Door deze leuke workshop kregen we motivatie om hier zelf mee aan de slag te gaan.
- Was interessant.
- Opfrissing voedingsdriehoek gekoppeld aan bruikbare tips.
- ...

3. Wat vond je minder goed aan de workshop?

Reacties:

- Sommige items waren niet van toepassing op onze winkel.
- Ja, maar niet alle aspecten zijn bruikbaar.
- Veel in korte tijd.
- Jammer dat we minder tijd hadden voor het eetgedrag.

4. Kwam deze workshop tegemoet aan jouw verwachtingen?



5. Heb je het gevoel dat je deze informatie kan gebruiken in je organisatie? Of heb je hierbij nog zaken nodig?



Argumenten:

- De praktische tips waren interessant en zetten ons aan om deze ook te gebruiken.
- Indien meer plaats en mogelijkheden willen we hiermee aan de slag.
- Zeker, als we meer tijd en plaats hebben.
- Voor een stuk wel, maar onze locatie is momenteel niet ideaal.
- We moeten nog meer klanten aanspreken en uitleg geven.

6. Zijn er anders nog zaken die je graag wilt delen?

- We gaan enkele tips proberen toe te passen (bv. proevertjes).
- Gezond koken kan voor sommige mensen – bijvoorbeeld alleenstaanden duur zijn – we gaan proberen alleenstaande klanten hierin te ondersteunen met tips, maar niet altijd makkelijk.
- Verband met de wetgeving.

4. Feedback proevertjes

De feedback op de proevertjes werd bekomen door in gesprek te gaan met een aantal klanten en werd hieronder gebundeld volgens eigen interpretatie. Iets meer dan 2 maanden (in totaal 69 dagen) na de eerste keer dat er een proevertje werd aangeboden in de desbetreffende voedselverdeelorganisatie, werd dit herhaald. Dit vormde het ideale moment om een gesprek aan te gaan met een aantal klanten om te peilen naar het bereik en de relevantie voor hen. Hieronder enkele reacties:

Tevredenheid/buikbaarheid proevertje: Heb je het gerechtje al opnieuw gemaakt? Of iets anders gemaakt met de groente?

Ja? Lukte dit? Drempels? Nog andere zaken nodig? Wat was de reactie van anderen in het gezin? Zal je dit nog maken? Ben je geïnspireerd om gezonder te koken?

Nee? Reden? Drempels?

- De gerechtjes werden al opnieuw gemaakt door enkele klanten. Veel positieve reacties van klanten die mij herkenden en positief vertelden dat ze het gerechtje opnieuw maakten of iets anders maakten met de groente.
- Het feit dat het proevertje een hapje was en in een glaasje werd gepresenteerd werd als positief ervaren, daar een viertal klanten aangeven dit al opnieuw gemaakt te hebben als aperitiefhapje als ze mensen op bezoek hebben.
- Het werd als een meerwaarde gevonden dat ze de groente leerden kennen en door de voorbeeld receptjes weten hoe ze dit kunnen klaarmaken en opeten.

Materiaal bruikbaar? Vind je de fiche van de groente een meerwaarde? Bruikbaar: Heb je de fiche kunnen gebruiken? Duurzaamheid materiaal (ga je het meermaals gebruiken). Ja/Nee? Drempels? Taal? Moeilijkheid?

- Zeer bruikbaar, visueel duidelijk.
- Foto van groente op recept en duidelijke stappen met foto's hoe iets klaar te maken.
- Een tweede mogelijk receptje op achterkant – meerdere gerechten ter beschikking om iets met de groente te maken is interessant.
- Vertalingen worden als positief ervaren.

Suggesties: Zijn er nog andere dingen die je zou kunnen gebruiken (ifv gezonder eten/meer kennis te hebben over gelijkaardige groenten/andere)?

- Door sommige klanten werd de groente opnieuw bereid maar doordat hun kinderen aangaven dit niet te lusten werd de groente niet opnieuw gekocht en klaargemaakt.
- Meedelen van tips om de gerechten aan te passen voor kinderen (bv. balletjes in de soep met pastinaak, gerechtje aantrekkelijk presenteren in figuren...) zou een meerwaarde kunnen zijn.

Proevertjes/duurzaamheid: Hoe vond je het dat ik aanwezig was met proevertjes? Heb je er iets aan? Is dit iets dat je in de toekomst nog zou willen?

- Grote meerwaarde om seizoens- of vergeten groenten te leren kennen en recepten te krijgen wat ermee kan worden klaargemaakt.
- Veel interesse om dit in de toekomst regelmatig te herhalen. Proevertje moedigt aan om groenten te leren kennen en zelf ook te koken en gezondere gerechten te maken.

Praktisch: Onverwacht aanwezig zijn of liever op voorhand op de hoogte? (cf. bekend – affiche)

- Er werd aangegeven dat het vooraf hangen van een affiche (bij de voorafgaande voedselbedeling) om de aanwezigheid aan te kondigen niet persé hoefde.
- Toch kwamen er reacties van mensen die mij herkenden (van de vorige keer en/of vanop de affiche) waardoor ze geïnteresseerd waren in mijn aanwezigheid en sneller werden toegeleid.

5. Feedback winkeloefening

Feedback op basis van gesprekken met vrijwilligers:

Zeer positieve reacties op de winkeloefening en het opgestelde draaiboek. Er wordt aangegeven dat ze dit, na deze ondersteuning, in de toekomst zelf kunnen herhalen voor hun klanten en dat ze dit heel graag willen uitproberen. Daarnaast is er eveneens interesse om een kookworkshop te organiseren in navolging van de winkeloefening. Een eerste keer hadden ze hier graag ondersteuning in gewenst. Enkele reacties:

- Duidelijke leidraad aan de hand van het draaiboek.
- Informatie en tips waren zeer waardevol, mooi concept.
- Leidraad erg visueel en duidelijk om in de toekomst verder te gebruiken.
- Door de winkeloefening zelf te doen en de overzichtelijke leidraad kunnen we dit in de toekomst zelf herhalen met de cliënten.
- Zeer nuttig voor cliënten. We zien het ook zitten om dit zelf te herhalen met cliënten en bekijken hoe we dit kunnen organiseren met nadien ook een kookworkshop. We zullen zelf eens de recepten uitproberen met de ingrediënten om ook te kunnen beoordelen of dit vlot gaat en kan herhaald worden met de cliënten.
- Geregeld dat de boekjes digitaal ook bezorgd worden aan de organisatie zodat ze de recepten kunnen meedelen aan hun klanten.
- Voor de kookworkshop is er een sterke interesse om dit een eerste keer onder begeleiding te doen – aanwezigheid expert – aangezien niet alle klanten kunnen koken en het met de kleine groep aan vrijwilligers niet mogelijk is om de workshop te geven, klanten te ondersteunen en alles te organiseren.

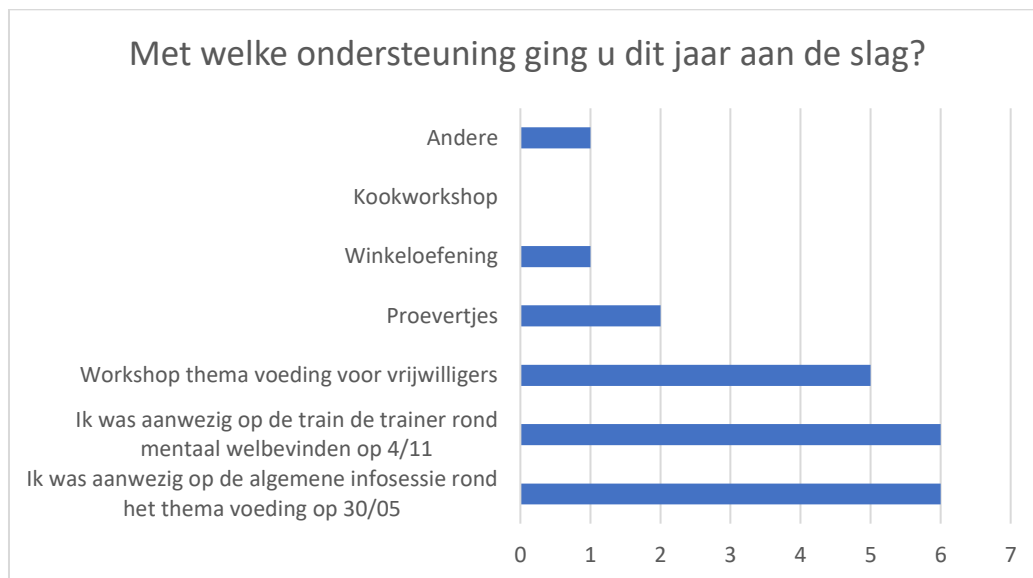
6. Evaluatie/tevredenheid voedselverdeelorganisaties

Ingevulde vragenlijsten:

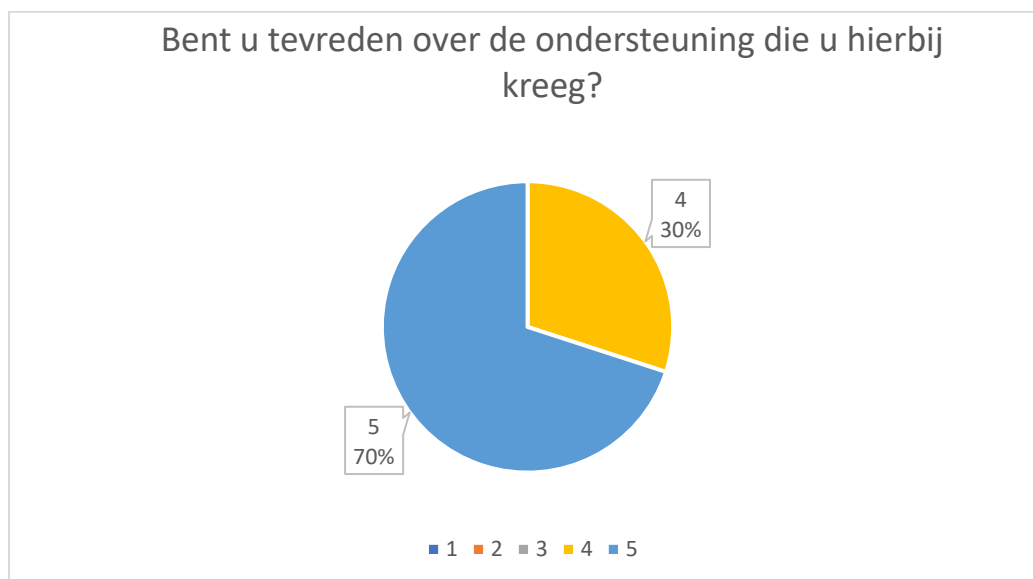
- De vragenlijst werd uitgestuurd naar de 16 deelnemende voedselverdeelorganisaties. Er werden 10 antwoorden ontvangen op de uitgestuurde vragenlijst.

Samenvatting resultaten:

1. Met welke ondersteuning ging u dit jaar aan de slag? Meerdere antwoorden zijn mogelijk.



2. Bent u tevreden over de ondersteuning die u hierbij kreeg?



3. Waarom wel/niet?

- Er was tijd en ruimte om het aanbod af te stemmen op onze werking.
- Mogelijkheid tot interactie en het betrekken van de vrijwilligers bij dit aanbod.

4. Welke drempels hebt u ervaren?

- /

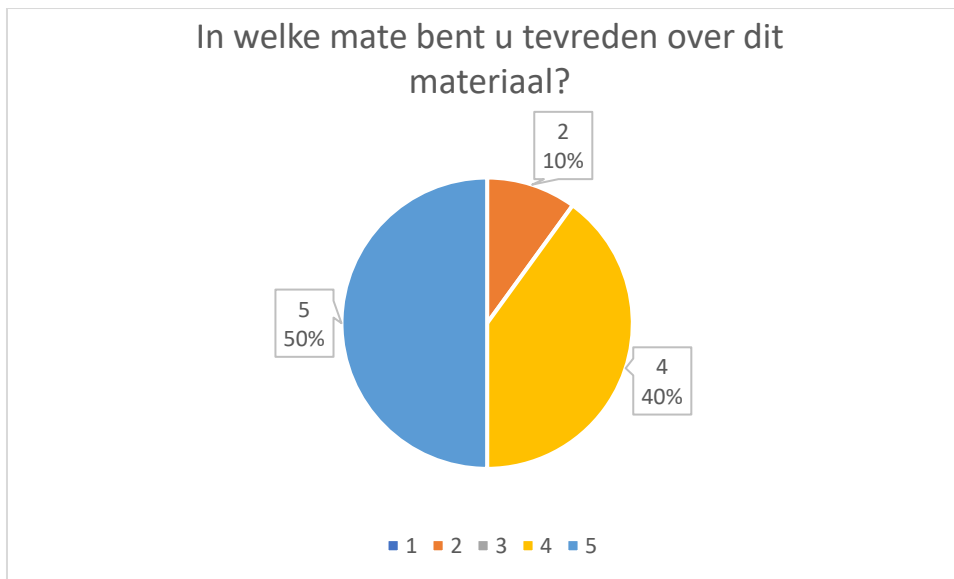
5. Wat heeft u nog nodig om dit in de toekomst te herhalen?

- Tips en materialen die voor onze werking toepasbaar zijn.

6. Met welk materiaal ging u reeds aan de slag? Meerdere antwoorden zijn mogelijk.



7. In welke mate bent u tevreden over dit materiaal?



8. Waarom wel/niet?

- Nog te weinig gebruikt.

9. Welke drempels ervaart u bij het gebruik van het materiaal?

- /

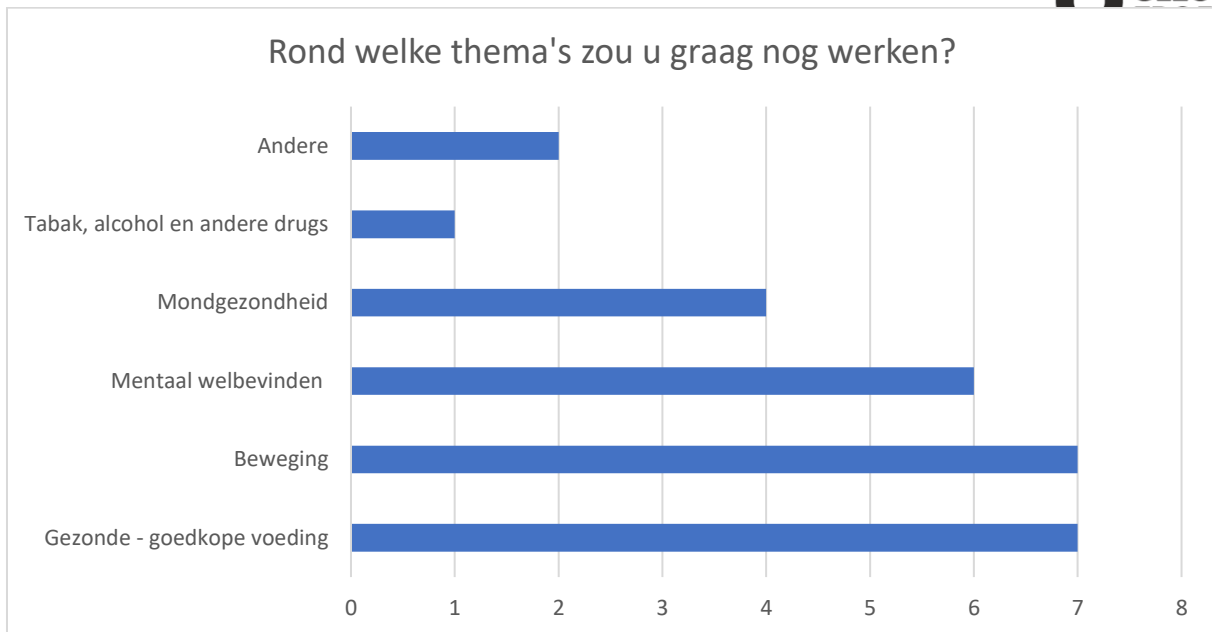
10. Wat hebt u nog nodig om dit materiaal verder te gebruiken?

- Meer tijd.
- Mondelinge uitleg aan vrijwilligers.
- Niet altijd de ruimte en locatie om met materiaal aan de slag te gaan.
- Hebben nog niet alles in een keer gebruikt, willen dit meer spreiden over de tijd.

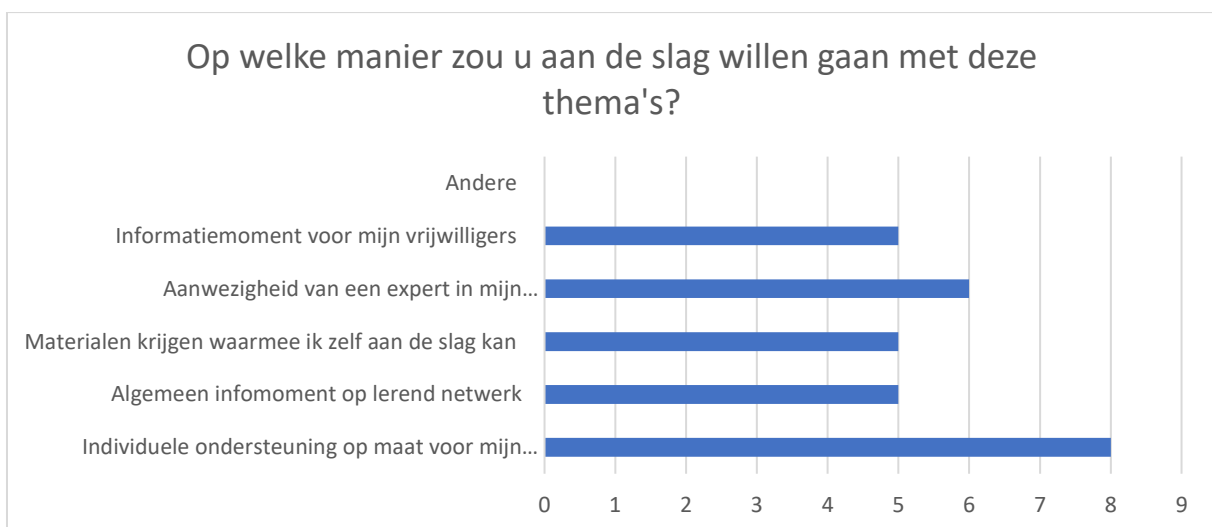
**11. Heeft u het gevoel dat u uw klanten iets hebt kunnen bijbrengen rond deze thema's?
Waarom wel/niet?**

- Ja veel positieve reacties op de proevertjes, willen we herhalen.
- Interessante thema's om te integreren in onze soep met babbeltjes. De tips waren zeer praktisch en op maat van de klanten waardoor ze hier zeker iets aan hebben gehad.
- Tips en materiaal bruikbaar om verder aan de slag te gaan.

12. Rond welke thema's zou u graag nog werken?
Meerdere antwoorden zijn mogelijk.



13. Op welke manier zou u aan de slag willen gaan met deze thema's?



14. Heeft u nog andere opmerkingen/suggesties?

- Goede ondersteuning gehad!
- Mooi en bruikbaar aanbod. Alles mooi voorgesteld en tijd om iets uit te werken voor onze organisatie.