



Jaarverslag 2025 Stichting TKRAMREPUS



TKRAMREPUS

DE OMGEKEERDE SUPERMARKT





Voorwoord

Stichting TKRAMREPUS (hierna te noemen 'De Omgekeerde Supermarkt') stond in 2025 voor een belangrijke fase in haar ontwikkeling. Waar het initiatief ooit begon als tijdelijke pop-up tijdens de corona pandemie, is het inmiddels uitgegroeid tot een vaste waarde in de stad Amsterdam.

Het afgelopen jaar stond in het teken van transitie en groei. Zo werd een nieuwe vaste manager aangesteld om de dagelijkse operaties te versterken en kreeg De Omgekeerde Supermarkt een nieuwe juridische en organisatorische structuur door zelfstandig verder te gaan als stichting. Deze stappen waren nodig om de continuïteit te waarborgen en ruimte te maken voor verdere ontwikkeling.

De urgentie van het werk neemt toe. In een stad vol overvloed leeft 17% van de huishoudens met een laag inkomen. De Omgekeerde Supermarkt is er om deze huishoudens met een laag inkomen te ondersteunen. Wekelijks helpt De Omgekeerde Supermarkt meer dan honderd gezinnen met gratis boodschappen, mogelijk gemaakt door vrijwilligers, donateurs en partners. Dankzij hun inzet en betrokkenheid kon De Omgekeerde Supermarkt in 2026 open blijven.

Een persoonlijk woord van de manager Robin Hoffmans

"Sinds afgelopen jaar sta ik aan het roer van De Omgekeerde Supermarkt. Mijn zorgen verschoven al snel van 'hebben we volgende week genoeg boodschappen?' naar de grotere vraag: 'hoe zorgen we dat de winkel kan blijven bestaan?' Het was intensief en leerzaam om ineens voor alles verantwoordelijk te zijn: van fondsenwerving en boekhouding tot vrijwilligers begeleiden en klanten bijstaan. Soms was dat uitdagend, bijvoorbeeld als de winkel leeg was of een fonds ons afwees.

Gelukkig voelde ik veel steun om me heen. Klanten en vrijwilligers gaven terug dat de winkel sterker en warmer aanvoelde. Dat gaf energie om door te zetten, ook als het moeilijk was. Opeens werd ik zelfs 'sociale ondernemer' genoemd – iets wat ik eerst niet zo zag, maar inmiddels heb omarmd. Ik ben trots dat we in korte tijd het bedrag hebben opgehaald om in 2026 open te blijven, en dat we nu ook verder kunnen kijken. En ik ben gemotiveerd om De Omgekeerde Supermarkt verder uit te bouwen tot een waardige organisatie met een duurzaam plan.





Inhoudsopgave

Voorpagina	1
Voorwoord	2
Een persoonlijk woord van de manager	2
Inleiding	4
Missie, visie, motto en kernwaarden	5
4 V's als leidende principes	6
Terugblik: activiteiten en resultaten	7
Activiteiten	7
Resultaten: Aantal klanten en wekelijkse drukte	10
Herkomst van onze klanten	11
Product donaties en voorraad impact	13
Organisatie	15
Werkwijze	16
Algemeen	16
Klanten	16
Vrijwilligers	17
Producten	17
Voedselverspilling tegengaan	18
Inzamelacties	18
Samenwerkingen	19
Communicatie en PR	21
Fondsenwerving en financiën	21
Vooruitblik	22
Dankwoord	23
Bijlagen	24
Samenwerkingen 2025	25



Inleiding

De Omgekeerde Supermarkt begon in 2020 als tijdelijke pop-up om producten in te zamelen voor de voedselbank. De actie was succesvol, de maatschappelijke noodzaak bleef bestaan en daarom werd in Amsterdam-Centrum een vaste winkel geopend.

De formule is eenvoudig en laagdrempelig: Amsterdammers met een Stadspas of Voedselbankpas kunnen wekelijks zes producten gratis meenemen – van voeding tot verzorgingsmiddelen en speelgoed. Alle producten worden volledig gedoneerd door buurtbewoners, bedrijven en groothandels.

Het jaar 2025 bracht belangrijke mijlpalen:

- 37 weken open (gesloten in schoolvakanties en in de maanden juli en augustus)
- gemiddeld 103 klanten per week geholpen
- de verzelfstandiging tot Stichting TKRAMREPUS
- succesvolle fondsenwerving waardoor de winkel in 2026 open kan blijven.

Dit jaarverslag blikt terug op de ontwikkelingen van 2025 en kijkt vooruit naar de ambities voor 2026: het versterken van de organisatie, het verzorgen voor een structurele inkomstenbron van donaties, het beter zichtbaar maken van de impact en het veiligstellen van financiële continuïteit



Foto van een team vrijwilligers bij De Omgekeerde Supermarkt



Missie, visie, motto en kernwaarden

Missie

De Omgekeerde Supermarkt ondersteunt Amsterdammers met een lager inkomen door hen wekelijks gratis boodschappen te bieden.

Onze visie

In Amsterdam leeft 17% van de gezinnen met een laag inkomen en groeit 1 op de 6 kinderen op zonder bestaanszekerheid. Hierdoor ontstaat ongelijkheid in hoe mensen zichzelf kunnen voorzien in hun basisbehoeften. De Omgekeerde Supermarkt wil bijdragen aan het verminderen van deze ongelijkheid door stadsgenoten met een Stadspas of Voedselbankpas wekelijks te ondersteunen met gratis boodschappen.

Wij bieden houdbare voedingsmiddelen, verzorgingsproducten en speelgoed, allemaal mogelijk gemaakt door inzamelacties en donaties. Tegelijkertijd zetten we ons in tegen voedselverspilling en creëren we bewustwording over armoede en solidariteit in de stad.

De Omgekeerde Supermarkt is een voedsel verbindingspunt: een plek waar mensen, donaties en samenwerkingen samenkomen. De winkel wordt gedragen door vrijwilligers en vervult een belangrijke buurtfunctie. Het is een plek van en voor Amsterdammers, waar solidariteit, duurzaamheid en gemeenschapszin centraal staan.

Motto

Iedereen een gevuld mandje.

Kernwaarden:

- we bieden gratis boodschappen die mogelijk zijn gemaakt door donaties van anderen
- bij De Omgekeerde Supermarkt werken we vanuit het principe van laagdrempeligheid: we stellen geen vragen die niet nodig zijn. Iedereen met een Stadspas of Voedselbankpas is welkom en wordt met respect ontvangen
- onze klanten kiezen zelf welke producten ze nodig hebben. Wij geloven dat mensen zelf het beste weten wat goed voor hen en hun gezin is
- door levensmiddelen en producten opnieuw in te zetten, gaan we verspilling tegen en dragen we bij aan een duurzamere stad
- de winkel is van en voor Amsterdammers, gedragen door vrijwilligers en verbonden met de buurt.

Missie, visie, motto en kernwaarden

4 V's als leidende principes

4 V's als leidende principes	Omschrijving	Wat we doen
1. Verzachten	We verzachten de dagelijkse zorgen.	Door het aanbieden van gratis boodschappen , mogelijk gemaakt door de solidariteit van donateurs, nemen we een deel van de financiële druk weg bij aangesloten huishoudens in de stad.
2. Vertrouwen	We werken vanuit het principe van vertrouwen.	We zorgen voor laagdrempeligheid door geen onnodige vragen te stellen. Iedereen met een Stadspas of Voedselbankpas is welkom en wordt met respect ontvangen.
3. Versterken	We versterken de eigen regie en kracht.	Onze klanten kiezen zelf hun producten, omdat wij geloven dat zij zelf het beste weten wat goed is. Door voedsel en producten opnieuw te gebruiken, dragen klanten actief bij aan de beweging naar een duurzamere stad.
4. Vertellen	We vertellen het verhaal van De Omgekeerde Supermarkt en de gemeenschap.	De winkel is van en voor Amsterdammers, en wordt gedragen door vrijwilligers . We delen het inspirerende verhaal van betrokken Amsterdammers die zich samen inzetten voor een sterke, sociale en duurzame stad. Hiermee dragen we bij aan de bewustwording van armoede in de stad en voedselverspilling

Terugblik: activiteiten en resultaten

Activiteiten

Enkele hoogtepunten door het jaar 2025 heen:

Jongeren betrokkenheid

In deze periode zette De Omgekeerde Supermarkt actief in op jongerenbetrokkenheid. In samenwerking met basis- en middelbare scholen en universiteiten maken we jongeren bewust van armoede en bestaansonzekerheid. Door middel van gastlessen, presentaties en interactieve activiteiten – vaak gekoppeld aan inzamelacties – kregen leerlingen en studenten een concreet beeld van de impact.

Daarnaast werd de jaarlijkse samenwerking met de Hogeschool Utrecht voortgezet, waar studenten Bedrijfskunde meedraiden in de winkel als onderdeel van hun opleiding. Ook met de Hogeschool van Amsterdam werkten we samen tijdens introductieweken en via stages. Zo droegen jongeren niet alleen bij, maar leerden zij ook hoe maatschappelijke betrokkenheid in de praktijk vorm krijgt.

Samenwerkingen met bedrijven

De organisatie heeft verschillende inzamelacties georganiseerd, waarbij medewerkers van bedrijven producten verzamelden die vervolgens in de winkel konden worden gebruikt. Deze samenwerking vergrootte zowel de donaties als de betrokkenheid van het bedrijfsleven.

PR en media

Afgelopen jaar was De Omgekeerde Supermarkt meermaals positief in het nieuws, onder andere op NH Nieuws en NAP Nieuws. In februari was winkelmanager Robin Hoffmans te gast bij Radio FunX. Daarnaast was ze ook uitgenodigd voor een artikel in I am Amsterdam #Founders Friday. In deze media-uitingen is er gecommuniceerd over De Omgekeerde Supermarkt, haar missie en werden mensen gemotiveerd om zich aan te sluiten bij de strijd tegen armoede in Amsterdam. Deze media-aandacht helpt om meer bewustzijn te creëren en de boodschap van De Omgekeerde Supermarkt verder te verspreiden.

Boost je Buurt 2025 (voorjaar 2025)

De winkelmanager Robin Hoffmans nam deel aan het 'Boost je Buurt'-programma van de Gemeente Amsterdam en Impact Hub: een intensief twee maanden durend traject voor maatschappelijke initiatieven. Met workshops, coaching en netwerkbijeenkomsten leerde zij meer over sociaal ondernemen. Dit gaf een impuls aan de ontwikkeling van de nieuwe stichting. Het traject eindigt met een finale, waarin De Omgekeerde Supermarkt de publieksprijs voor de tweede plek won. De financiële bijdrage die is gewonnen is direct ingezet voor de winkel.



De Meest Oneerlijke Lunch (Juni 2025)

In het kader van Amsterdam 750 organiseerden De Omgekeerde Supermarkt samen met Crowe Foederer, een lunch in de Passenger Terminal. Bij deze lunch kwamen beleidsmakers, ondernemers, maatschappelijke organisaties en gemeentelijke vertegenwoordigers samen om te praten over ongelijkheid en kansen in de stad. Sprekers, waaronder Marjolein Moorman, deelden inzichten en verhalen. De lunch bracht partijen bij elkaar rondom één doel: samen bouwen aan een eerlijker Amsterdam.

Centrum Begroot 2025

De Omgekeerde Supermarkt heeft meegedaan aan Centrum Begroot 2025. Er werd een plan ingediend om de supermarkt verder te versterken en met behulp van de stemmen van het stadsdeel werd De Omgekeerde Supermarkt verkozen. Dit leverde de supermarkt niet alleen extra zichtbaarheid in de buurt op, maar ook een financiële bijdrage om de activiteiten in 2025 voort te zetten.



Foto's van de manager tijdens het Boost je Buurt traject





Kerstacties (november - december 2025)

In december 2025 organiseerde De Omgekeerde Supermarkt diverse feestelijke acties om de feestdagen extra bijzonder te maken voor klanten en de gemeenschap:

- Kerstkaartenactie: 150 handgemaakte kerstkaarten, gemaakt door kinderen van de Allard Turning School, werden verstuurd naar belangrijke partners en contacten. Alle klanten van de winkel ontvingen een kerstkaart met een vrijkaartje voor het Scheepvaartmuseum voor een volwassene en een kind.
- Supermarktinzamelingen: Vier woensdagavonden op rij, in de aanloop naar Kerst, gingen vrijwilligers langs supermarkten in de Dapperstraat (AH en Ekoplaza) en de Jordaan (Jumbo en AH) om levensmiddelen te verzamelen. Elke avond leverden twee bakfietsen vol donaties op, waardoor de winkel in december goed gevuld was en klanten extra konden profiteren van de producten.
- Extra speelgoedactie: Klanten mochten gedurende de hele maand een extra speelgoed item meenemen, naast de reguliere zes producten. Dit betrof uitsluitend nieuwe producten, deels ingepakt met labels voor geslacht en leeftijd, zodat kinderen een echt cadeau kregen. Deze actie werd zeer gewaardeerd door de klanten.
- Kalverstraat inpakservice: Voor het tweede achtereenvolgende jaar organiseerde De Omgekeerde Supermarkt een driedaagse pop-up in de Kalverstraat, in samenwerking met BIZ Kalverstraat & Heiligeweg en La Place. Voorbijgangers konden cadeaus 'pay-as-you-feel' laten inpakken. De opbrengst ging volledig naar de winkelvoorraad en werd mede mogelijk gemaakt door vrijwilligers.

Resultaten

De impact van De Omgekeerde Supermarkt is zichtbaar in het aantal Amsterdammers dat wekelijks gebruikmaakt van de winkel. Sinds begin 2025 houden we het aantal klanten systematisch bij. Vanaf september 2025 zijn daar ook gegevens over postcodes en het aantal productdonaties aan toegevoegd, zodat we de impact nog beter kunnen meten. De data in dit jaarverslag beslaan de periode van 1 januari tot en met 31 december 2025, exclusief schoolvakanties en de maanden juli en augustus, toen de winkel gesloten was.

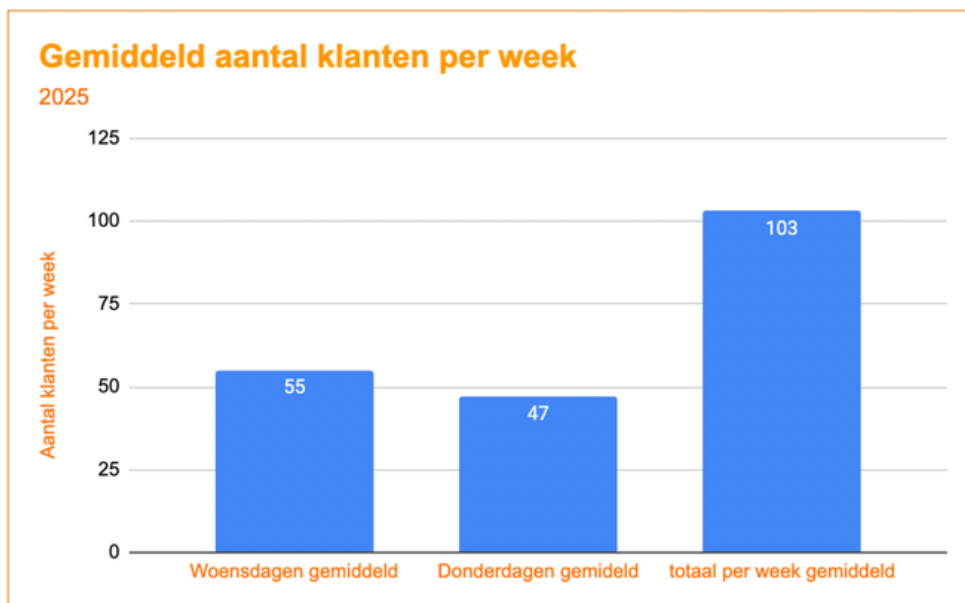
Aantal klanten en wekelijkse drukte

Op 1 januari 2025 is De Omgekeerde Supermarkt gestart met een gestructureerde registratie van het aantal klanten dat de winkel bezoekt. Dit maakt het mogelijk om het bereik en de impact van de supermarkt beter en consistentier inzichtelijk te maken.

De gepresenteerde gegevens beslaan de periode van 1 januari tot en met 31 december 2025 en zijn verzameld over alle weken waarin de winkel geopend was.

In 2025 werden de volgende cijfers geregistreerd:

- 251 unieke klanten bezochten de winkel minimaal één keer
- gemiddeld 103 klanten per week
- woensdag bleek doorgaans iets drukker dan donderdag.



Gemiddeld aantal klanten per week in 2025



De cijfers bevestigen dat de behoefte aan laagdrempelige ondersteuning in de vorm van gratis boodschappen groot en stabiel is, zoals ook vóór 2025 werd gesignaleerd. Tegelijkertijd zijn er duidelijke fluctuaties zichtbaar: bij een beperkt gevulde winkel nemen het aantal bezoekers af, terwijl bij een ruim aanbod juist meer klanten langskomen.

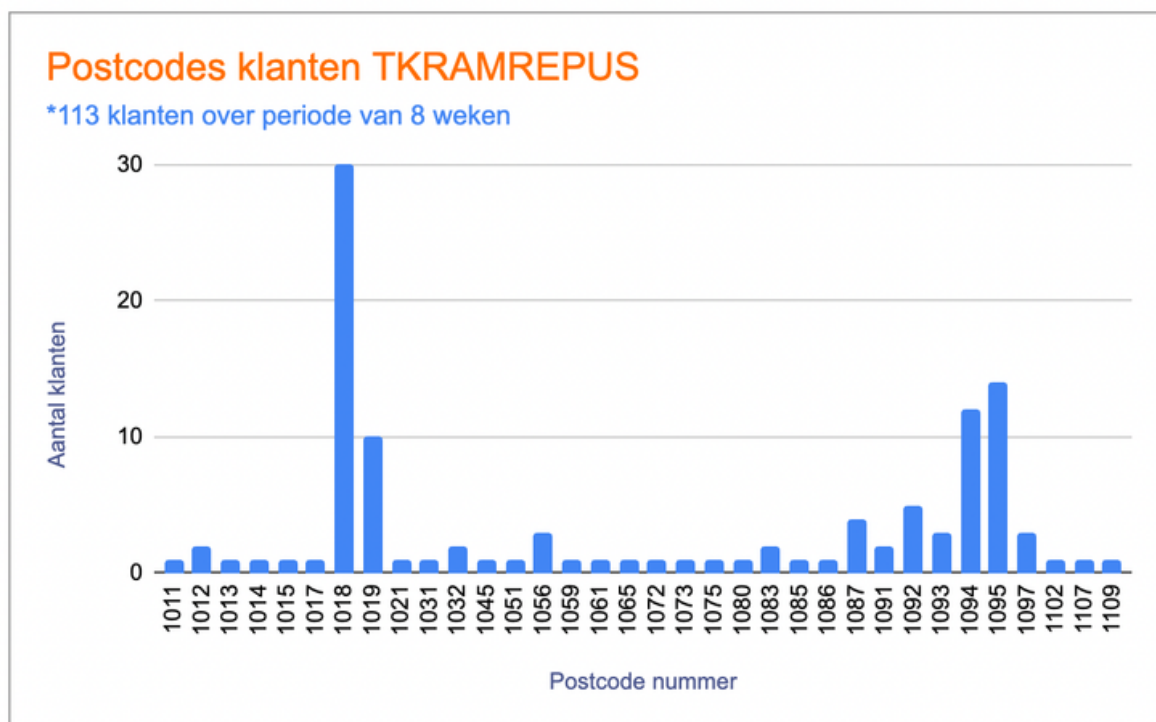
De veronderstelling is dat klanten onderling contact hebben en elkaar informeren over het beschikbare aanbod. Daarmee laten de bezoekersaantallen zien hoe sterk de impact van De Omgekeerde Supermarkt samenhangt met de beschikbaarheid van donaties. Dit onderstreept het belang van structurele samenwerking met donateurs, fondsen en partners om de continuïteit en betrouwbaarheid van de hulpverlening te waarborgen.

Herkomst van onze klanten

Analyse van klantpostcodes – herfstvakantie t/m kerstvakantie 2025

Bij het eerste bezoek vragen we klanten om hun postcode (optioneel). Voor het eerst gebruiken we deze gegevens om in kaart te brengen waar onze klanten in Amsterdam vandaan komen.

In de periode van de herfstvakantie 2025 tot en met de kerstvakantie 2025 zijn 222 klanten geregistreerd, waarvan van 113 klanten een postcode bekend is. Het bestand wordt na elke schoolvakantie geactualiseerd: dubbele namen worden verwijderd en nieuwe klanten toegevoegd. Door het werk met veel vrijwilligers kan de registratie soms handmatig worden aangepast.



Overzicht postcodegebieden van klanten van De Omgekeerde Supermarkt





Dat niet van alle klanten een postcode bekend is, kan verschillende redenen hebben: sommige klanten spreken de taal minder goed, begrijpen de vraag niet of kennen hun eigen postcode niet, en enkelen geven aan hun postcode liever niet te delen. De gegevens worden uitsluitend gebruikt voor analyses zoals deze, met respect voor de privacy van onze klanten.

Opvallende resultaten:

- 30 klanten komen uit de directe omgeving van de winkel (postcode 1018: Weesperbuurt/Plantage Oostelijke Eilanden/Kadijken)
- 10 klanten uit de naastgelegen postcode Zeeburg 1019 (Oostelijke Eilanden/Kadijken Oostelijk Havengebied)
- 12 klanten uit 1094 (Indische Buurt West)
- 14 klanten uit 1095 (Indische Buurt Oost/Zeeburgereiland/Nieuwe Diep).

Samen vormen deze postcodes 66 klanten, meer dan de helft afkomstig uit de directe buurt. Voor andere postcodes geldt dat er minder dan vijf klanten per postcode zijn geregistreerd.

Hoewel de dataset nog beperkt is, blijkt dat veel klanten uit de directe omgeving van de winkel komen. Daarnaast weten ook klanten van verder weg De Omgekeerde Supermarkt te vinden, bijvoorbeeld Gaasperdam, Bos en Lommer en Amsterdam-Noord.

Productdonaties en voorraadimpact

Bijhouden van productdonaties sinds september 2025

Sinds september 2025 registreert De Omgekeerde Supermarkt systematisch alle binnenkomende productdonaties. Dit geeft inzicht in het type producten, de verdeling over productcategorieën en de aansluiting op de behoeften van onze klanten. Samen met vrijwilligers is het systeem afgestemd op de praktijk, zodat het eenvoudig en consistent kan worden gebruikt.

Omvang van de donaties

- gemiddeld bezoeken circa 100 klanten per week, die elk 6 producten mogen meenemen → ongeveer 600 producten per week
- omgerekend betekent dit 2.400 producten per maand
- ons doel is om minimaal 2.500 productdonaties per maand te ontvangen, zodat we structureel aan de vraag van klanten kunnen voldoen.

Product type	september	oktober	november	december	SUM van Totaal
Bakproducten	24	30	23	18	95
Broodbeleg	55	61	0	56	172
Conserven - Fruit	6	3	4	33	46
Conserven - Groente	91	239	120	188	638
Conserven - Vlees/Vis	39	107	39	103	288
Dagelijkse benodigdhede	137	114	45	292	588
Dierenvoeding / artikelen	6	1	0	0	7
Dranken	242	275	73	128	718
Eieren	0	0	50	44	94
Huishoudelijk artikelen	169	161	164	215	709
Koffie	0	54	8	155	217
Olie	40	131	63	76	310
Ontbijt producten	73	127	13	40	253
Overig houdbaar	42	9	254	201	506
Pasta, Rijst, etc.	146	361	207	477	1191
Persoonlijke verzorging	318	244	320	398	1280
Sauzen	140	199	79	159	577
Snacks / Koek/Snoep	414	71	133	97	715
Soepen	33	117	16	99	265
Specerijen en kruiden	27	21	6	8	62
Speelgoed	30	22	55	200	307
Vers	138	194	19	5	356
Vers koeling	9	39	25	50	123
Eindtotaal	2179	2580	1716	3042	9517

Overzicht productdonaties – september t/m december 2025





Niet alle producten zijn even gewild. Soms ontvangen we grotere aantallen van producten waar minder vraag naar is, terwijl andere populaire producten juist schaars zijn. Dit benadrukt het belang van een gebalanceerde voorraad en structurele samenwerking met donateurs

Uit ervaring blijkt dat klanten vooral behoefte hebben aan de volgende basisproducten:

Olie, vis en vlees in blik, pasta en rijst, toiletpapier, luiers, maandverband, eieren, broodbeleg (zoals pindakaas), tomatensaus, koffie, tandpasta, shampoo en wasmiddel.

Dit zijn doorgaans ook de wat duurdere producten. Hoewel we ons best doen om juist van deze producten voldoende binnen te krijgen, is het vaak een uitdaging om de voorraad volledig op peil te houden.





Organisatie

De Omgekeerde Supermarkt was tot mei 2025 een initiatief van de Stichting Knappe Koppen Vrijwillig. Hun zittende bestuur is ook het bestuur van Stichting TKRAMREPUS. De dagelijkse aansturing kwam het afgelopen jaar grotendeels bij de winkelmanager Robin Hoffmans terecht, die sinds september 2025 tevens optreedt als directie.

Door beperkte personele en financiële capaciteit was het niet haalbaar om de uiteenlopende taken (van winkelcoördinatie tot fondsenwerving) over meerdere functies te verdelen. Deze situatie benadrukt de noodzaak om door te groeien naar een stevige organisatie basis, met een duidelijke structuur en een evenwichtige verdeling van taken en verantwoordelijkheden.

Bestuur en taken

- voorzitter: Sybren Brands
- penningmeester: Jip Heffelaar
- secretaris: Eva Maria Angelina van Hijfte.

Op dit moment houdt het bestuur zich vooral bezig met toezicht en maandelijkse bijeenkomsten waarin de stand van zaken en het verloop worden besproken.

Directie/management en taken

- manager: Robin Hoffmans sinds september 2024
- directie: sinds september 2025.

De manager/directie is verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken in de winkel en zorgt ervoor dat de operationele processen soepel verlopen op de dagen dat de winkel open is. Dit omvat het begeleiden en ondersteunen van vrijwilligers, het werven van nieuwe vrijwilligers en het coördineren van hun inzet. Daarnaast onderhoudt de manager/directie het contact met externe partijen, maakt afspraken en coördineert samenwerkingen, inzamelacties en vrijwilligersdagen met bedrijven. Ook het bijhouden van de social media kanalen, het werven van producten en donaties, en het toezicht houden op fondsen en subsidies vallen onder de taken. Het schrijven van subsidieaanvragen en het bewaken van financiële middelen behoort eveneens tot het takenpakket.





Werkwijze

Algemeen

De supermarkt is twee dagen per week open. Op woensdagen en donderdagen van 10:00-15:00 uur. Amsterdammers met een Stadspas of Voedselbankpas mogen hier gebruik van maken. Zij mogen wekelijks zes producten meenemen: van houdbare voeding tot verzorgingsmiddelen en speelgoed. Alle producten worden gedoneerd door buurtbewoners, bedrijven, kantoren en groothandels. De winkel wordt gecoördineerd door de winkelmanager/directie Robin Hoffmans of een vaste vrijwilliger, dagelijks zijn er ook tussen de 2 - 6 vrijwilligers aanwezig om te ondersteunen.

Klanten

Bij de Omgekeerde Supermarkt wordt er gewerkt vanuit het principe van laagdrempeligheid: er worden geen vragen gesteld die niet nodig zijn. Iedereen met een Stadspas of Voedselbankpas is welkom en wordt met respect ontvangen. Deze passen vormen voor De Omgekeerde Supermarkt een duidelijke indicatie dat een andere instantie het inkomen al heeft getoetst, waardoor dat niet nogmaals nodig is. De criteria van de Voedselbank zijn vrij streng, waardoor een grote groep met een laag inkomen of schulden buiten de boot valt. Een Stadspas is wat eerder aan te vragen en ook voor deze groep biedt De Omgekeerde Supermarkt een belangrijke aanvulling.

Er wordt enkel naar een pas gevraagd en de naam wordt aan de hand van een identiteitsbewijs gecontroleerd, zonder ingewikkelde administratie. Vanaf 2025 registreert De Omgekeerde Supermarkt de volgende gegevens:

- postcode: om inzicht te krijgen in het bereik en herkomst van klanten
- verjaardag: zodat we klanten op hun speciale dag een extraatje kunnen aanbieden.

Het contact met de klanten wordt door De Omgekeerde Supermarkt als warm en waardevol ervaren. Bezoekers uiten dankbaarheid voor de extra hulp en de laagdrempeligheid waarmee die geboden wordt. Het is voor de stichting bijzonder om te zien dat klanten en vrijwilligers elkaar steeds beter leren kennen, elkaar vertrouwen en – wanneer daar ruimte voor is – hun verhalen met elkaar delen.



Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn de motor van de Omgekeerde Supermarkt. In 2025 hebben circa 150 vrijwilligers zich ingezet voor de stichting. Zij zorgen niet alleen voor een goed verloop van de dagelijkse activiteiten, maar ook voor de warme en gastvrije sfeer die onze klanten ervaren.

Elke dag staan er gemiddeld 2–6 vrijwilligers in de winkel. Zij helpen bij de registratie van klanten, het natellen en aanvullen van producten, het sorteren van donaties, het maken van praatjes met klanten en diverse extra taken die per week kunnen variëren.

De werving van vrijwilligers verloopt via verschillende kanalen. Individuen bereiken we onder andere via Serve the City, bedrijven via VCA Business Involved of door direct contact met de stichting.

De Omgekeerde Supermarkt krijgt veel positieve feedback van vrijwilligers, en dat wordt erg gewaardeerd. Vrijwilligers blijven essentieel voor de uitvoering van de dagelijkse werkzaamheden en voor de warme en betrokken sfeer.

Producten

Alle producten in De Omgekeerde Supermarkt worden volledig gedoneerd door buurtbewoners, bedrijven, kantoren en groothandels. Het assortiment bestaat voornamelijk uit:

- houdbare voedselproducten: zoals pasta, rijst, conserven en ontbijtgranen
- verzorgingsproducten: zoals zeep, shampoo, tandpasta en luiers
- speelgoed: om ook gezinnen met kinderen te ondersteunen.

Door uitsluitend gebruik te maken van gedoneerde producten, kan De Omgekeerde Supermarkt de klanten gratis en laagdrempelig voorzien van basisproducten die anders wellicht niet beschikbaar zouden zijn.

Het is een grote uitdaging om de schappen structureel goed gevuld te houden. De stichting is sterk afhankelijk van donaties, zowel van grote bijdragen van bedrijven als van kleinere bijdragen van buurtbewoners. Ook spelen seizoensinvloeden een rol: sommige producten zijn tijdelijk of seizoensgebonden beschikbaar. De producten komen via verschillende kanalen binnen:

- Individuen: veel buurtbewoners doneren af en toe een tasje producten.
- Bedrijven: via georganiseerde inzamelacties.
- Producten: die overtollige producten of producten die wegens technische fouten niet verkocht kunnen worden maar wel goed bruikbaar zijn.
- Acties en evenementen: zoals inzamelacties in supermarkten of scholen.

Deze variatie in aanvoer maakt de logistiek uitdagend, maar dankzij de inzet van vrijwilligers en partners lukt het toch om wekelijks een gevarieerd aanbod aan de klanten te bieden.





Voedselverspilling tegengaan

Bij de Omgekeerde Supermarkt ligt een belangrijke focus op het verminderen van voedselverspilling. Veel van de producten die we ontvangen zouden anders worden weggegooid, bijvoorbeeld door kleine technische fouten in etiketten, overproductie of omdat ze nét de houdbaarheidsdatum naderen. Door deze producten een tweede leven te geven, zorgen we ervoor dat voedsel nog steeds nuttig gebruikt wordt en niet onnodig verloren gaat.

Daarnaast creëren we bewustwording over zowel armoede als voedselverspilling: donateurs realiseren zich dat hun overtollige producten een groot verschil kunnen maken voor anderen.

Inzamelacties

Het merendeel van de producten in de winkel komt binnen via inzamelacties. Hierbij richt de stichting zich vooral op bedrijven en kantoren in Amsterdam, die zo hun maatschappelijke betrokkenheid tonen. Vaak worden deze inzamelacties gecombineerd met vrijwilligerswerk, waardoor medewerkers niet alleen inzamelen maar ook actief meewerken in de winkel.

Hoewel inzamelacties veel opleveren, kost het organiseren ervan veel tijd en is de opbrengst wisselend. Idealiter is er altijd een kantoor dat een inzameling voor De Omgekeerde Supermarkt organiseert, maar in de praktijk is de stichting sterk afhankelijk van de bereidwilligheid van partijen.

Naast kantoren werkt De Omgekeerde Supermarkt ook samen met scholen, supermarkten en buurtinitiatieven. Zo organiseert De Omgekeerde Supermarkt regelmatig acties in supermarkten en flyert de stichting om ouders en kinderen bij inzamelingen te betrekken. Ook ontvangt De Omgekeerde Supermarkt incidentele donaties van bedrijven die producten afstaan die niet in de reguliere verkoop kunnen (zoals samples, producten met kleine verpakking fouten of overproductie). Verspreid over het jaar werden meerdere inzamelacties georganiseerd in samenwerking met bedrijven. Deze partnerschappen vergroten niet alleen de toevoer van producten, maar versterken ook de zichtbaarheid van De Omgekeerde Supermarkt in de stad.

Samenwerkingen

De Omgekeerde Supermarkt werkt nauw samen met een verscheidenheid aan partners, waaronder bedrijven, maatschappelijke organisaties, scholen en lokale overheden. Veel bedrijven komen regelmatig terug en tonen betrokkenheid, en ook andere initiatieven en de gemeente dragen de stichting een warm hart toe. Deze samenwerkingen vinden zowel op structurele basis plaats als incidenteel, bijvoorbeeld bij gezamenlijke inzamelacties of evenementen.

Vaste partners van De Omgekeerde Supermarkt.

Crowe Foederer – al enkele jaren een belangrijke partner. is een Nederlands accountants- en advieskantoor dat ondernemers ondersteunt met audit, belastingadvies en financieel en strategisch advies. Vanuit hun maatschappelijke betrokkenheid zetten zij zich actief in voor goede doelen, onder andere via de Crowe Foundation. Zij dragen structureel bij aan de continuïteit van de winkel door jaarlijkse giften en het organiseren van activiteiten. Hun betrokkenheid versterkt zowel onze zichtbaarheid als de impact van De Omgekeerde Supermarkt.

DITT – is een Nederlandse leverancier van kantoorartikelen en facilitaire producten voor organisaties. Vanuit hun duurzame en maatschappelijke visie organiseren zij jaarlijks meerdere inzamelacties en steunen zij De Omgekeerde Supermarkt op structurele basis. Ten tijde van de eerste winkel hebben zij bovendien geholpen met het interieurontwerp van de supermarkt. biedt jaarlijks meerdere inzamelacties en steunt De Omgekeerde Supermarkt op structurele basis. Hun betrokkenheid helpt om onze doelgroepen beter te bereiken en voedselverspilling tegen te gaan.



Foto: bakfiets inladen met donatie

Today – is een innovatief mobiliteitsbedrijf dat zich richt op duurzame stadslogistiek. Vanuit hun maatschappelijke betrokkenheid hebben zij De Omgekeerde Supermarkt voorzien van een bakfiets (cargo bike) en verzorgen zij onze servicebeurten, waardoor wij mobiel door de stad kunnen zijn om donaties in heel Amsterdam op te halen. Hun structurele bijdrage vergroot onze bereikbaarheid en operationele capaciteit en versterkt zo direct de impact van De Omgekeerde Supermarkt.

Gemeente Amsterdam – helpt De Omgekeerde Supermarkt de juiste weg te vinden in regelgeving en beleid, en draagt via het Centrubudget bij aan een groot deel van de continuïteit van de winkel in 2025. Daarnaast ontvangen wij steun via onder andere het Funding Plus-programma van de Gemeente Amsterdam. In dit kader nemen wij deel aan de pilot Amsterdam Funding Plus Circulair, gericht op organisatieversterking van De Omgekeerde Supermarkt, die loopt van november 2025 tot en met december 2025.



Foto: de bakfiets die De Omgekeerde Supermarkt gebruikt om donaties door heel Amsterdam op te halen.



Communicatie en PR

De stichting communiceert voornamelijk via Instagram en LinkedIn, waar donateurs, vrijwilligers en klanten betrokken blijven bij de activiteiten. Via het contactformulier op de website en per e-mail kunnen geïnteresseerden (zoals klanten, buurtbewoners, bedrijven en nieuwe vrijwilligers) eenvoudig contact opnemen met de organisatie. Instagram bereikt De Omgekeerde Supermarkt vooral veel Amsterdammers en buurtbewoners, terwijl LinkedIn juist een belangrijk kanaal is om bedrijven, samenwerkingspartners en fondsen te bereiken. Deze combinatie zorgt ervoor dat zowel de maatschappelijke als de zakelijke kant van de stichting zichtbaar is en nieuwe verbindingen ontstaan. We werken nog aan onze zichtbaarheid, maar verschenen het afgelopen jaar al in meerdere nieuwspublicaties. Deze zijn terug te zien onder '*Terugblik: activiteiten en resultaten*' op pagina 7-8. Dit zorgde voor veel positieve publiciteit en aandacht voor De Omgekeerde Supermarkt.

Fondsenwerving en financiën

Het afgelopen jaar was op financieel gebied uitdagend, maar met trots kan worden gemeld dat De Omgekeerde Supermarkt opnieuw een jaar open kon blijven. Dankzij de inzet van vrijwilligers, partners en donateurs kon de winkel haar maatschappelijke doel voortzetten.

Fondsenwerving vormt de financiële basis van de stichting en draait ook om vertrouwen en duurzame relaties. In 2025 zijn verschillende vormen van financiering ingezet: fondsen, aanvragen, subsidies, crowdfunding en samenwerkingen met bedrijven. Daarbij is veel geleerd over het versterken van partnerschappen en het efficiënt omgaan met beperkte middelen.

Het verjaagde budget dekte voornamelijk de vaste lasten, zoals huur en de inzet van een manager. Die keuze bleek cruciaal: dankzij professionele coördinatie konden de dagelijkse werkzaamheden beter worden georganiseerd en de fondsenwerving structureel worden opgepakt. De waarde daarvan is zichtbaar: voor het komende jaar is meer financiering veiliggesteld dan het minimale streefbedrag.

Voor een volledig overzicht van de inkomsten, uitgaven en de financiële positie van de stichting wordt verwezen naar de jaarrekening die op verzoek beschikbaar wordt gesteld.

Vooruitblik

In 2026 ligt de focus op het versterken van de organisatie en het uitbreiden van de impact van De Omgekeerde Supermarkt. Prioriteiten zijn het werven van een actief bestuur, structurele ondersteuning voor de directie en het verder ontwikkelen van vrijwilligersbeleid en samenwerking met partners, zodat de werkzaamheden betrouwbaar en efficiënt verlopen.

Sinds de aanstelling van manager Robin eind 2024 lag het eerste doel bij het openhouden van de winkel en het waarborgen van voldoende financiële middelen. Met de financiële zekerheid die sinds september 2025 is bereikt, kan de stichting nu werken aan organisatie, structuur en het opbouwen van een structurele voorraad, zodat klanten altijd de producten krijgen die ze nodig hebben.



Foto: donaties bij De Omgekeerde Supermarkt

Dankwoord

Met trots en dankbaarheid kijken we terug op het afgelopen jaar. Het was een jaar waarin we erg gegroeid zijn, en er waren veel veranderingen waardoor we met goede moed het komende jaar ingaan.

Allereerst bedanken we onze vrijwilligers. Hun inzet, energie en hart voor de zaak vormen het kloppend hart van De Omgekeerde Supermarkt. Onze dank gaat ook uit naar onze partners en fondsen – waaronder Crowe Foederer, DITT, Today, Stichting RCOAK, Haella Stichting, Social Handprint by MAEX, Boost je Buurt, Centrum Begroot en het Funding Plus-programma van de Gemeente Amsterdam, die ons financieel en inhoudelijk hebben gesteund. Dankzij jullie vertrouwen konden we onze deuren openhouden en een vaste basis leggen voor de toekomst.

We zijn dankbaar voor al onze sponsors en donateurs, zowel groot als klein. Iedere bijdrage, van een financiële donatie tot gedoneerde producten. Tot slot bedanken we onze klanten van de winkel. Hun verhalen, betrokkenheid en feedback inspireren ons dagelijks om door te gaan en samen te werken. Dankzij jullie allemaal blijft De Omgekeerde Supermarkt een plek waar mensen elkaar ontmoeten, geholpen worden en samenwerken aan een stad waarin iedereen toegang heeft tot boodschappen.



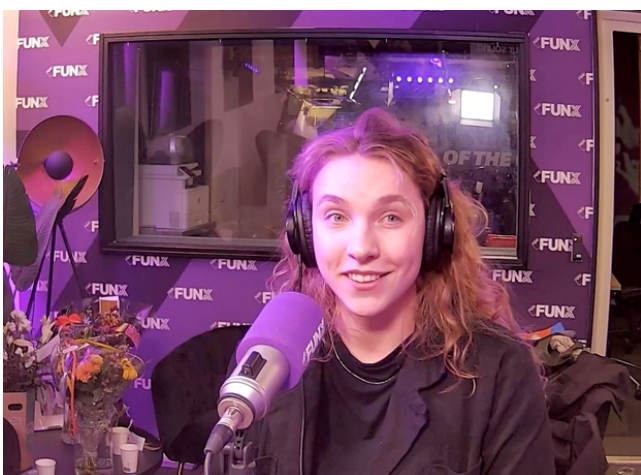
Foto: vrijwilligers bij De Omgekeerde Supermarkt

Bijlage

De Omgekeerde Supermarkt op NAP nieuws



De Omgekeerde Supermarkt op FunX



Founder Friday interview I amsterdam



#FoundersFridays: in gesprek met Robin Hoffmans van TKRAMREPUS

Wist je dat de snelst groeiende bank in Nederland de voedselbank is? De armoede in ons land neemt toe, en nergens in Nederland is deze zo groot als in Amsterdam. De TKRAMREPUS wordt bekend als de Omgekeerde Supermarkt, hier is een



Samenwerkingen 2025

ABN AMRO - Accenture - Aegon - AHAM Vastgoed - Alan Turingschool - Amsterdam Impact HUB - Banijay Benelux - BMC - Boost je Buurt - BUX abn amro - Camping Zeeburg - Centrum Begroot - Concentrix - Crowe Foederer - Ditt Offices - DOCKR - Donation Room - Donnie - Droppie - EPSA Netherlands - Euroclear - EY - Gemeente Amsterdam - Greenhub - Health Festival - Hogeschool Utrecht - I am college - I amsterdam - Kalverstraat & Heiligeweg - Kaasbar Amsterdam - Kraft Heinz - La Place - Mother Earth - NAP nieuws - NatWest Markets NV - Neighborhood feminists - NOISE - OE Samenwerking - Ouder- en Kindteams Amsterdam - Over de Brug - Passenger Terminal - Reddit - Red Light Jazz Radio - RNHB - Rotaract - Sawadee - Scheepvaartmuseum - Serve The City - Sint Nicolaas Lyceum - Social Handprint - Spinoza20First - Starbucks Manufacturing EMEA B.V - Stadsbakkerij van As - Stichting Curinesa - The American Women's Club of Amsterdam - TOMS - Van Dadel - VCA - VCA business involved - VML - Witte Boei - Zij aan Zij - Zuivere Koffie.