

2018  
2020



# INHOUDSOPGAVE

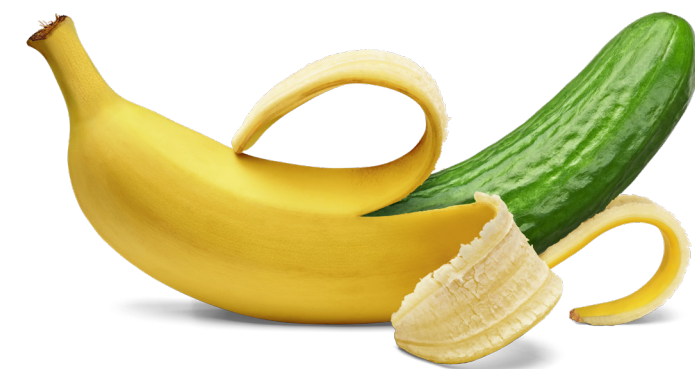
- 3 FOODWATCH IN EEN NOTENDOP**
- 4 ONZE CAMPAGNES**
- 6 ONZE WERKWIJZE**
- 8 UITGANGSPUNTEN**
- 11 ORGANISATIE EN STRUCTUUR**
- 12 FINANCIERING EN  
SCHENKINGSBUDGET**
- 15 AMBITIES 2018-2020**

# FOODWATCH IN EEN NOTENDOP

**F**oodwatch is een kritische maatschappelijke organisatie zonder winstoogmerk, die vecht voor het recht op eerlijk, veilig en gezond eten. Wij geven consumenten een stem en zetten ons in voor transparantie en voor het recht op voedsel dat noch mens, noch milieu schaadt. Als dé onafhankelijke voedselwaakhond, stelt foodwatch misstanden aan de kaak en leggen wij de vinger op de zere plekken van onze voedselvoorziening. Ons einddoel is ervoor te zorgen dat de politiek haar verantwoordelijkheid neemt in de borging van consumentenrechten, de volksgezondheid, en het mensenrecht op adequaat voedsel. Met onze onderzoeken, campagnes en rechtszaken, en via brede media-aandacht en gesprekken met de overheid is foodwatch een belangrijke tegenkracht voor de macht van de industrie. Onze campagnes

leiden tot bewustwording van de misstanden in de voedingsindustrie en hebben significante veranderingen teweeggebracht; zowel bij de industrie, als bij de overheid.

foodwatch is een consumentenrechtenorganisatie, en is er vóór en dankzij consumenten. Iedereen kan ons werk steunen door donateur of sympathisant te worden. foodwatch is volledig onafhankelijk en accepteert geen geld van de overheid of de voedingsindustrie. foodwatch werkt op nationaal en Europees niveau: met onze kantoren in Duitsland, Frankrijk en Nederland werken we samen onder de paraplu van foodwatch international. Wij delen een politieke agenda en stemmen onze campagnes met elkaar af om transparantie in de voedselketen hoger op de EU-agenda te krijgen.



# ONZE CAMPAGNES

## CAMPAGNETHEMA'S

Foodwatch vecht voor het recht van de consument op eerlijk, veilig en gezond eten. In al onze campagnes staan de noodzaak van transparantie en bescherming van consumenten tegen fraude en gezondheidsrisico's centraal. Om onze doelstellingen te bereiken, voeren we acties uit aan de hand van vijf campagnethema's:

- Voeding en Gezondheid
- Politieke en Wetenschappelijke Integriteit
- Schadelijke Stoffen
- Fraude, Toezicht en Informatierecht
- Misleiding

Op deze thema's zetten wij de komende jaren onverminderd in. Onder één campagne-thema kunnen meerdere activiteiten worden geschaard. Met verschillende activiteiten en (publieks)acties werken wij hard aan verandering en concrete verbeteringen voor consumenten op het gebied van voedsel. We onderzoeken misstanden in de voedingsindustrie zorgvuldig en delen de uitkomsten met consumenten, stemgerechtigden, politici en bedrijven. Zo dragen we actief bij aan het publieke debat en zorgen we dat de stem van de consument wordt meegenomen in het besluitvormingsproces.



Voeding en  
Gezondheid



Politieke en  
Wetenschappelijke  
Integriteit



Schadelijke  
Stoffen



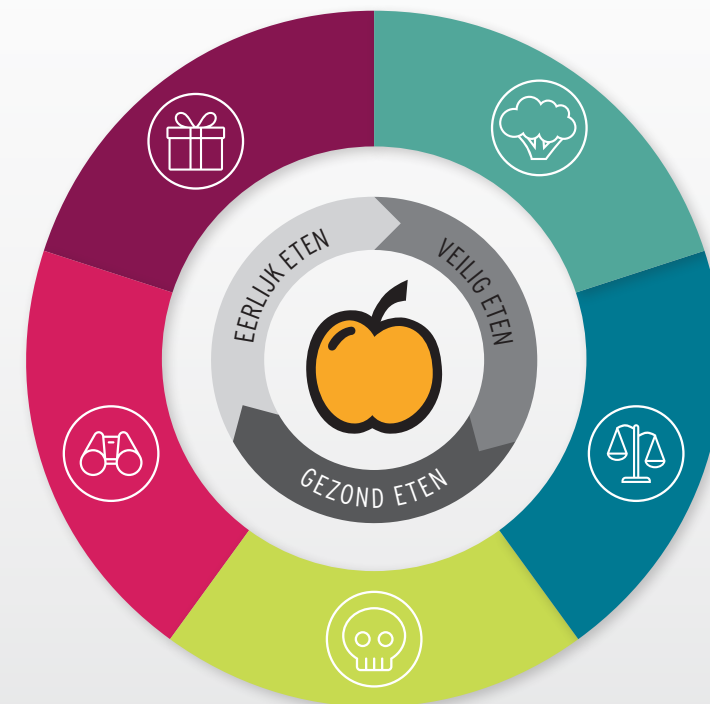
Fraude,  
Toezicht en  
Informatierecht



Misleiding



# FOODWATCH



## 3 DOELSTELLINGEN

EERLIJK ETEN

VEILIG ETEN

GEZOND ETEN

## 5 CAMPAGNETHEMA'S



Voeding en  
Gezondheid



Politieke en  
Wetenschappelijke  
Integriteit



Schadelijke  
Stoffen



Fraude,  
Toezicht en  
Informatierecht



Misleiding

# ONZE WERKWIJZE

## DETECTEREN

We signaleren een voedselprobleem door eigen of bestaand onderzoek, en door tips van consumenten. Is eerlijk eten, veilig eten of gezond eten in het geding? Bij welk campagnethema past het?

DETECTEREN



ANALYSEREN

## INFORMEREN

We informeren burgers en consumenten en creëren via eigen kanalen en via de pers. Vervolgens mobiliseren we de achterban en roepen we op tot gezamenlijke (e-mail)acties.

BEWUSTZIJN CREËREN



MOBILISEREN

## CONFRONTEREN

Voor het oog van publiek confronteren we bedrijfsleven en politiek met misstanden, en oefenen we actiedruk op ze uit om tot verandering over te gaan.

CONFRONTEREN



AANMANEN

VERANDERING

# ONZE AANPAK

Om onze doelen te bereiken, maakt foodwatch duidelijk wat er schort aan onze huidige voedselvoorziening. Als onafhankelijke organisatie, gesteund door vele consumenten, leggen wij de vinger op de zere plek en zetten wij onze unieke kracht in om voor maatschappelijke verandering te zorgen: niet alleen in Nederland, maar ook, in samenwerking met foodwatch international en onze zusterkantoren in Duitsland en Frankrijk, op Europees niveau.

Zodra wij een voedselprobleem hebben ontdekt, bijvoorbeeld naar aanleiding van onderzoek of door een tip van een consument, wijzen we dat toe aan één van de campagnethema's. Vervolgens analyseren we het probleem, en ontleden we hoe de rechten van de consument worden gefrustreerd. We onthullen hoe onze keuzemogelijkhe-

den voor gezond, eerlijk en veilig voedsel worden ingeperkt, bedenken oplossingen en gaan over tot actie om verandering te bewerkstelligen. We richten ons daarbij niet alleen op verbetering vanuit de voedingsindustrie, maar ook naar wetgeving op zowel Nederlands als Europees niveau. Daarvoor raadplegen we experts, doen we onderzoek, laten we producten testen in externe laboratoria, onderhouden wij contacten met politici en voeren wij rechtszaken. Onze informatie delen we met consumenten en de media. We bieden consumenten een platform waarmee ze samen met foodwatch in actie kunnen komen en zwingelen zowel het maatschappelijke als het politieke debat aan over ons voedsel, met als doel een proactief en gezond voedselbeleid, betere wetgeving die consumenten beschermt, en toezicht die deze wetgeving borgt.



# UITGANGSPUNTEN

De volgende uitgangspunten staan centraal bij ons werk:

- foodwatch is onafhankelijk
- Respect voor mensenrechten en het milieu
- Respect voor de wet
- Transparantie over het gevoerde beleid en de financiën
- Internationale samenwerking om onze impact te vergroten
- Externe onafhankelijke controle en toezicht op ons werk

## FOODWATCH IS ONAFHANKELIJK

Te allen tijde waarborgen wij onze onafhankelijkheid. In het complexe voedsel-landschap is dit een essentiële voorwaarde voor ons werk; alleen zo kunnen we écht opkomen voor de belangen van consumenten. Wij accepteren dan ook geen geld van de overheid, Europese Unie, of voedingsindustrie. We gaan geen samenwerkingen aan met voedingsbedrijven of politieke partijen, en lenen onze website en communicatiekanalen niet voor de promotie van producten of diensten van derden.

## RESPECT VOOR MENS(ENRECHTEN) EN HET MILIEU

Respect voor mens en milieu is verweven in onze campagnes en doelstellingen,

en in de wijze van waardering en aansturing van onze medewerkers. Onze eigen activiteiten voeren wij zo maatschappelijk verantwoord (MVO) mogelijk uit. Tegelijkertijd maken we daarbij de afweging of we onze uitgaven kunnen verantwoorden aan de particulieren, stichtingen en fondsen die ons financieel steunen.

foodwatch respecteert mensenrechten en wijst elke vorm van geweld en discriminatie af. Dit is expliciet opgenomen in ons interne beleid en ook in ons socialmediabeleid. foodwatch gebruikt groene stroom en doet aan afvalscheiding. foodwatch stimuleert reizen met openbaar vervoer of fiets. Waar mogelijk zijn onze campagnematerialen, kantoorbenodigdheden, drukwerk en koffie, thee en maaltijden vegetarisch en gifvrij. En indien van toepassing voldoen zij aan de keurmerken van het Forest Stewardship Council (FSC), biologisch en/of fairtrade.

## RESPECT VOOR DE WET

foodwatch houdt zich in haar bedrijfsvoering en campagnes aan de wet en uitspraken van de rechter. Beweringen en feiten rondom onze campagnes worden uitgebreid op hun juistheid gecontroleerd. Conform ons socialmediabeleid, verwijderen wij onwettige, obscene, lasterlijke, bedreigende of

haatzaaiende uitingen van onze socialmediakanalen. We hechten veel waarde aan de privacy van haar achterban, medewerkers en donateurs en laten ons beleid en onze procedures regelmatig toetsen aan de geldende wetgeving op gebied van privacy en de bescherming van persoonsgegevens.

## TRANSPARANTIE OVER HET GEVOERDE BELEID EN DE FINANCIËN

Via onze website en nieuwsbrief bieden we informatie over onze campagnes en overige activiteiten. In persberichten en de achtergrondrapporten lichten wij onze onderzoeksmethodologie toe. Ook publiceren we onze beleids- en lobbybrieven en onderzoeken, inclusief achtergrondrapporten op de website. In het jaarverslag blikken we terug op ons werk en schetsen we een compleet beeld van de resultaten en financiën. Het verslag is beschikbaar op onze website en telefonisch of per e-mail kan een papieren versie worden opgevraagd.

## INTERNATIONALE SAMENWERKING OM ONZE IMPACT TE VERGROTEN

Omdat het merendeel van de voedselwetgeving niet in Nederland maar in Europa wordt bepaald, is het cruciaal dat foodwatch effectief samenwerkt met haar

zusterorganisaties in Duitsland en Frankrijk. Zo kunnen we vanuit meerdere landen tegelijk het Europese beleid beïnvloeden. Alle nationale foodwatch-kantoren delen één missie en visie. Onze internationale activiteiten worden gecoördineerd door foodwatch international in nauwe afstemming met de nationale kantoren.

## CONTROLE EN TOEZICHT DOOR ONAFHANKELIJKE DERDEN

foodwatch laat al haar inhoudelijke en financiële jaarverslagen controleren door een onafhankelijke externe accountant. Ook dienden wij eind 2017 een erkenningsaanvraag in bij het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF), om als erkend goed doel in het Register Goede Doelen opgenomen te worden. Het CBF toetst daarvoor of ons beleid, ons werk en onze transparantie voldoen aan haar strenge kwaliteitseisen. Deze erkenning is toegekend op 19 april 2018.



# ORGANISATIE EN STRUCTUUR

## INTERNATIONALE ORGANISATIE

Stichting foodwatch Nederland is een ANBI-instelling die in Nederland actief is sinds 2010. Sinds 2018 zijn wij onderdeel van foodwatch international. Samen met onze zusterorganisaties richten wij op gecoördineerde wijze onze pijlen op de voedselwetgeving, die voornamelijk in Brussel wordt vastgesteld. Wij zijn nu aanwezig in drie landen – Nederland, Duitsland en Frankrijk – maar streven naar een brede vertegenwoordiging in Europa om het Europese beleid zo krachtig mogelijk te kunnen beïnvloeden. De komende jaren werken wij hard aan het verder versterken van onze organisatie en zullen wij onze activiteiten en werkzaamheden nóg beter coördineren om Nederlandse én Europese consumenten zo goed mogelijk te beschermen.

## BESTUUR

Stichting foodwatch Nederland is een onafhankelijke stichting met een toezichhoudend bestuur van deskundigen. De statuten van foodwatch Nederland, compositie van het bestuur en nevenactiviteiten van bestuursleden publiceren wij op onze website. Het bestuur is eindverantwoordelijk voor foodwatch Nederland en adviseert op strategisch niveau. Het bestuur stelt het beleid vast, houdt toezicht, legt verantwoording af en geeft op hoofdlijnen leiding aan de directeur. Financiële overzichten en rapportages op meetbare doelstellingen worden regelmatig bijgewerkt en door de directeur met het bestuur gedeeld. Deze worden ook

behandeld tijdens bestuursvergaderingen, die enkele malen per jaar plaatsvinden. Daarnaast heeft de voorzitter van het bestuur regelmatig één op één contact met de directeur.

## DIRECTIE

De directeur is in dienst van Stichting foodwatch Nederland en is verantwoordelijk voor het dagelijks leiden van de organisatie en voor het aansturen van de medewerkers. De directeur stelt het concept jaarplan op en het bijbehorend budget (en periodiek, het meerjarenbeleidsplan), en legt deze ter goedkeuring voor aan het bestuur. Bij de uitvoering handelt de directeur autonoom, zo lang initiatieven vallen binnen de parameters van het beleidsplan en budget. Doelstellingen worden aan het begin van het jaar besproken en vastgesteld. Tijdens teammeetings en evaluatiesessies wordt teruggeblikt op acties en werkzaamheden en worden de belangrijkste activiteiten geëvalueerd.

# FINANCIERING EN SCHENKINGSBUDGET

## FINANCIËN EN FONDSWerving

foodwatch is financieel onafhankelijk en neemt geen geld aan van voedselbedrijven en de overheid. Donaties zijn dan ook cruciaal voor ons werk en voor onze stabiele financiële positie op langere termijn. Bovendien kan foodwatch met een grotere achterban meer invloed uitoefenen op overheden en producenten. foodwatch bouwt die financiële stabiliteit op via effectieve campagnes die veel consumenten mobiliseren. Ook werven we actief fondsen via telemarketing, de maandelijkse nieuwsbrief en de website. Bovendien vragen – en ontvangen – we van enkele ideële fondsen financiering voor concrete projecten.

Het succes van de fondsenwervingsstrategie is medebepalend voor de activiteiten die foodwatch Nederland in de komende jaren kan uitvoeren. Ons aantal donateurs stijgt gestaag. Samen met de giften van major donors zijn onze inkomsten naar

verwachting vanaf 2018 voldoende voor de (volledige) eigen bekostiging van onze activiteiten. In eerdere jaren ontvingen wij nog ondersteuning in de vorm van een startlening van foodwatch Duitsland. Financiële zelfstandigheid is niet alleen belangrijk voor foodwatch Nederland, maar ook voor het realiseren van een sterke en effectieve internationale foodwatch-organisatie, die van belang is om op Europees niveau invloed te kunnen uitoefenen. foodwatch Nederland draagt actief bij aan de uitrol van deze internationale strategie.

## VERMOGENSBEHEER EN BESTEDINGSBELEID

foodwatch Nederland verkeert nog in de opbouwfase naar financiële zelfstandigheid, waardoor het eigen vermogen voornamelijk negatief is. foodwatch Nederland zal naar verwachting vanaf 2018 voldoende eigen middelen geworven hebben,

waardoor een negatief resultaat niet meer aangevuld hoeft te worden met een lening van foodwatch Duitsland. Zodra de mogelijkheid zich voordoet, bouwen we een continuïteitsreserve op ter hoogte van een half jaar de kosten van de werkorganisatie. Hiermee voldoet foodwatch dan aan de richtlijn 'Financieel Beheer Goede Doelen'. Onze inkomsten besteden we zoveel mogelijk in hetzelfde boekjaar aan de doelstelling. Soms krijgt foodwatch een geormerkt bedrag vooruitbetaald (van een fonds); dit geld zetten we op een spaarrekening. foodwatch belegt niet met middelen die haar ter beschikking worden gesteld.

foodwatch houdt de overheadkosten zo laag mogelijk. Dat vinden wij belangrijk: wij streven ernaar zo veel mogelijk van ons budget te besteden aan onze campagnes. In onze jaarverslagen en op de website publiceren we waaraan wij het ontvangen donateursgeld hebben besteed.

## BELONINGSBELEID

foodwatch is niet aangesloten bij een collectieve arbeidsovereenkomst (cao). Het bestuur is onbezoldigd, en ontvangt geen salaris of vacatiegeld. Vanzelfsprekend vergoeden we wel de reële kosten die zij maken voor hun bestuurswerk. foodwatch biedt haar directeur en werknemers een net salaris dat marktconform is binnen de NGO-sector, en voldoet ruim aan de geldende beloningsregeling voor directeuren van de brancheorganisatie Goede Doelen Nederland. De directeur ontving in 2017 een salaris van EUR 5.610 per maand, exclusief vakantiegeld. Daarnaast heeft foodwatch een bescheiden pensioenregeling, en worden reiskosten vergoed van werknemers die buiten Amsterdam wonen. Medewerkers kunnen aanspraak maken op een educatiebudget van EUR 750 per jaar.





# AMBITIES 2018 - 2020

## CAMPAGNES

De campagnes van foodwatch leiden tot een actievere overheid die ingrijpt bij ongewenste ontwikkelingen in de voedingsindustrie, zoals kindermarketing, de obesogene omgeving en blootstelling van consumenten aan schadelijke stoffen. We vormen een tegenwicht tegen de lobby van de voedingsindustrie, en houden de overheid aan haar taak om te waken over de volksgezondheid.

Massamedia zijn voor foodwatch een belangrijk kanaal om misstanden aan de kaak te stellen. Om die reden investeert foodwatch in een goede relatie met de media.

foodwatch wil komende jaren haar achterban van kritische consumenten nog sterker mobiliseren om maximale druk uit te oefenen om ongewenste ontwikkelingen te keren.

## FINANCIËN

Wij werken toe naar financiële zelfredzaamheid op basis van donateursinkomsten en de opbouw van financiële reserves.

## FONDSENWERVING

We blijven onze fondsenwervingsstrategie verder verstevigen en diversifiëren, altijd met oog voor het behoud van onze onafhankelijkheid.

## INTERNATIONALE SAMENWERKING

foodwatch Nederland is een actieve en constructieve speler in de samenwerking met foodwatch international en voert effectieve campagnes op Europees niveau om verbeteringen teweeg te brengen – niet alleen voor Nederlandse consumenten, maar voor 500 miljoen consumenten in Europa.

## TRANSPARANTIE

We communiceren en rapporteren nóg duidelijker over onze werkzaamheden, resultaten en impact. Mede daarom lanceren we in 2019 een nieuwe website. Organisatieontwikkeling  
We scherpen ons beleid en processen aan en professionaliseren onze bedrijfsvoering verder conform de richtlijnen van de Erkenningregeling Goede Doelen.



**FOODWATCH NEDERLAND / DE WITTENSTRAAT 25 / 1052 AK AMSTERDAM / NEDERLAND  
020 774 1079 / [FOODWATCH.ORG/NL](http://FOODWATCH.ORG/NL) / [CONTACT@FOODWATCH.NL](mailto:CONTACT@FOODWATCH.NL)**