

FOODWATCH NEDERLAND



ALGMEEN BELEIDSPLAN

2023 – 2025

Algemeen Beleidsplan 2023 – 2025

Vastgesteld maart 2023.

Inhoud

Foodwatch in een notendop	3
Onze campagnes.....	3
Campagnethema's	3
Onze aanpak	4
Uitgangspunten.....	6
Foodwatch is onafhankelijk	6
Respect voor mens(enrechten) en het milieu	6
Respect voor de wet.....	6
Transparantie over het gevoerde beleid en de financiën	7
Internationale samenwerking om onze impact te vergroten	7
Controle en toezicht door onafhankelijke derden.....	7
Organisatie en structuur	7
Internationale organisatie	7
Bestuur	7
Directie	8
Financiering en schenkingsbudget.....	8
Financiën en fondsenwerving.....	8
Vermogensbeheer en bestedingsbeleid	8
Beloningsbeleid.....	9
Ambities 2023-2025.....	9
Campagnes.....	9
Fondsenwerving	9
Internationale samenwerking.....	9
Organisatieontwikkeling	9

FOODWATCH IN EEN NOTENDOP

Foodwatch is een kritische maatschappelijke organisatie zonder winstoogmerk, die vecht voor jouw 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 om 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 jou. Iedereen kan ons werk steunen, en Foodwatch donateur of sympathisant 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, Oostenrijk en Nederland werken we samen onder de paraplu van Foodwatch International. We hebben ook een vertegenwoordiger in Brussel. Wij delen een politieke agenda en werken samen om transparantie in de voedselketen hoger op de EU-agenda te krijgen.

ONZE CAMPAGNES

Campagnethema's

Foodwatch vecht voor jouw recht 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 zullen wij de komende jaren onverminderd inzetten. Onder één campagnethema kunnen meerdere activiteiten worden geschaard. Met verschillende activiteiten en (publiek)acties werken wij de komende jaren hard aan verandering en concrete verbeteringen voor consumenten op het gebied van voedsel.

FOODWATCH IN BEELD



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, 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 keuzemogelijkheden voor gezond, eerlijk en veilig

voedsel worden ingeperkt, bedenken oplossingen en gaan over tot actie om verandering te bewerkstelligen. Daarvoor raadplegen we experts en delen we onze informatie 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 het oog op betere wetgeving.

WERKMETHODE

DETECTEREN

Het detecteren en analyseren van een maatschappelijk probleem: is het in strijd met de doelstellingen eerlijk eten, veilig eten of gezond eten? En onder welke pijler valt het probleem?

DETECTEREN



ANALYSEREN

INFORMEREN

Het informeren van burgers en consumenten. Doel: het creëren van bewustzijn en het mobiliseren en oproepen tot gezamenlijke (email)acties.

BEWUSTZIJN CREËREN



MOBILISEREN

CONFRONTEREN

Het confronteren van bedrijfsleven en politiek en het aanmanen tot verandering aan de hand van de acties.

CONFRONTEREN



AANMANEN

VERANDERING

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 vergroten
- 🍌 Externe onafhankelijke controle en toezicht op ons werk

Foodwatch is onafhankelijk

Te allen tijde waarborgen wij onze onafhankelijkheid. In het complexe voedsellandschap is dit een essentiële randvoorwaarde 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

Sociaal ondernemen met 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 de mens en de mensenrechten, en wijst elke vorm van geweld en discriminatie af. Dit is expliciet opgenomen in ons interne beleid en ook in ons social mediabeleid. Foodwatch hecht zeer aan een goede balans tussen privé en werkleven voor haar werknemers en hanteert daarom flexibele werktijden en faciliteert thuiswerken. Ook investeren wij in kennisopbouw en training voor het team. Het welzijn van het personeel wordt regelmatig getoetst in halfjaarlijkse functioneringsgesprekken en jaarlijkse beoordelingsgesprekken.

Foodwatch maakt gebruik van groene stroom, doet aan afvalscheiding en recycling van plastic, papier en glas. Foodwatch stimuleert reizen met openbaar vervoer of fiets, wat de meest gebruikte vervoersmiddelen zijn. Waar mogelijk zijn onze campagnematerialen, kantoorbenodigdheden, drukwerk en koffie en thee gifvrij en voldoen zij aan de keurmerken van het Forest Stewardship Council (FSC), en zijn biologisch en 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 social mediabeleid, verwijderen wij onwettige, obscene, lasterlijke, bedreigende of haat zaaiende uitingen van onze sociale mediakanalen. Foodwatch hecht veel

waarde aan de privacy van haar achterban, medewerkers en donateurs en laat haar beleid en procedures op dit gebied regelmatig toetsen aan de wetgeving.

Transparantie over het gevoerde beleid en de financiën

Via onze website en onze nieuwsbrief bieden we informatie over onze campagnes en overige activiteiten. In onze persberichten en de achtergrondrapporten lichten wij onze onderzoeksmethodologie toe. Ook publiceren we onze beleids- en lobbybrieven en onderzoeken, inclusief achtergrondrapporten op onze website. In ons jaarverslag blikken we terug op ons werk en schetsen we een compleet beeld van onze resultaten en onze financiën. Het verslag is op onze website te vinden en ook telefonisch op te vragen in een papieren versie.

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. 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.

Controle en toezicht door onafhankelijke derden

Foodwatch laat al haar inhoudelijke en financiële jaarverslagen controleren door een onafhankelijke externe accountant. Ook staan wij in het register van Erkende Goede Doelen. Het CBF toetst daarvoor of ons beleid, ons werk en onze transparantie voldoen aan hun strenge kwaliteitseisen.

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 nog aanwezig in vier landen – Nederland, Duitsland, Oostenrijk 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 ANBI-instelling met een toezichhoudend bestuur van deskundigen. 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. Daarnaast heeft de voorzitter van het bestuur regelmatig 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 de begroting. 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 fondsenwerving

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 meer invloed uitoefenen op overheden en producenten naarmate de achterban groter is. 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 krijgen – we financiering voor concrete projecten van enkele ideële fondsen.

Het succes van deze strategie is medebepalend voor de activiteiten die Foodwatch Nederland in de komende jaren kan uitvoeren. Ons aantal donateurs stijgt gestaag. De inkomsten zijn voldoende voor de (volledige) eigen bekostiging van onze activiteiten. 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 is inmiddels financieel zelfredzaam. Met de inkomsten van onze donateurs en fondsen hebben wij voldoende middelen om onze kosten te kunnen financieren.

Daarnaast hebben wij sinds 2020 een continuïteitsreserve gevormd en bestaat ons vermogen eind 2022 voor 78% uit eigen vermogen en nog voor slechts 22% uit vreemd vermogen. Om wijs met de ons toevertrouwde gelden om te gaan heeft Foodwatch zich voorgenomen de inkomsten niet op te potten in de vorm van vermogen, maar op zinnige en effectieve wijze aan de doelstelling van Foodwatch te besteden. Foodwatch belegt haar reserves niet.

Onze inkomsten besteden we zoveel mogelijk in hetzelfde boekjaar aan de doelstelling. Soms krijgt Foodwatch een 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 de ons ter beschikking staande middelen 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. Vanzelfsprekend vergoeden we wel de reële kosten die zij maken voor hun bestuurswerk. Foodwatch biedt haar directeur en werknemers een salaris dat marktconform is binnen de NGO-sector, en die voldoet aan de geldende beloningsregeling voor directeuren van de brancheorganisatie Goede Doelen Nederland. De directeur ontving in 2022 een salaris van EUR 6.088,- per maand, exclusief vakantiegeld. Daarnaast heeft Foodwatch een bescheiden pensioenregeling, en worden reiskosten vergoed van werknemers die buiten Amsterdam wonen. Medewerkers hebben aanspraak op een educatiebudget van EUR 1000 per jaar.

AMBITIES 2023-2025

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. Bij de overheid vormen wij het tegenwicht van de voedingsindustrie, en houden de overheid aan haar taak om te waken over de volksgezondheid.

Media zijn voor Foodwatch een belangrijk kanaal om misstanden aan de kaak te stellen. Om die reden zal Foodwatch investeren in een goede relatie met de media.

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

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.

Organisatieontwikkeling

We scherpen ons beleid en processen aan en professionaliseren onze bedrijfsvoering verder conform de richtlijnen van de Erkenningsregeling Goede Doelen.