

ERLIJK ETEN VEILIG ETE' GEZOND ETE'



INHOUDSOPGAVE

3	VOORWOORD
4	DEEL A – DE FOODWATCH DROOM & 2018 IN EEN NOTENDOP
7	• DE FOODWATCH DROOM – EN HOE WIJ DIE WILLEN VERWEZENLIJKE
8	• 2018 IN EEN NOTENDOP
10	DEEL B – CAMPAGNES
12	• ONZE WERKWIJZE
13	• ONZE CAMPAGNES
14	VOEDING EN GEZONDHEID
16	POLITIEKE EN WETENSCHAPPELIJKE INTEGRITEIT
18	SCHADELIJKE STOFFEN
20	FRAUDE, TOEZICHT EN INFORMATIERECHT
22	MISLEIDING
24	• RESULTATEN IN CIJFERS
28	• HIGHLIGHTS MEDIA-AANDACHT
30	DEEL C – ORGANISATIE
32	• STAKEHOLDERS
36	• INKOMSTENVERDELING 2018
37	• FONDSSENWERVING
38	• ORGANISATIE EN BESTUUR
41	• ACTIVITEITEN
42	• BLIK VOORUIT
44	DEEL D – THE ORANGE PAGES
48	• JAARREKENING 2018

VOORWOORD

Voor je ligt ons jaarverslag over 2018. Een jaar dat nieuwe uitdagingen kende maar ook ingrijpende en veelbelovende veranderingen binnen de organisatie.

De uitdaging kwam zoals ieder jaar vanuit de Europese voedingsindustrie. Als uw voedselwaakhond hebben we continu schandalige voorbeelden van misleidende etikettering en valse reclameclaims aan de kaak gesteld.

We hebben ook de regering ter verantwoording geroepen en gewezen op de tekortkomingen in het overheidstoezicht en de uitvoering van wetten. We voerden samen met tienduizenden petitieondertekenaars campagne tegen het slechte idee van de overheid om de btw op groenten en fruit te verhogen.

Hoogtepunten van het jaar voor ons waren onder meer het verbod op ongezonde energiedranken in veel ziekenhuizen, tientallen gewonnen zaken bij de Reclame Code Commissie en de succesvolle Gouden Windei verkiezing voor het meest misleidende product.

Veranderingen waren er ook. Intern hebben we in juni helaas afscheid genomen van Ilse Griek, die sinds begin 2015 onze directeur was. Tijdens onze zoektocht naar een opvolger hadden we het geluk te mogen werken met een interim-directeur, Jo Dufay. Zij is een zeer ervaren campagnestrateeg die ons hielp een brug te slaan tot onze nieuwe Executive Director, Nicole van Gemert, begin 2019 in dienst trad.

Op internationaal niveau is in maart 2018 onze internationale samenwerkingsovereenkomst in werking getreden, waarmee een nieuw en steviger niveau van samenwerking tot stand is gekomen met onze zustervestigingen in Frankrijk, Duitsland en foodwatch International. Ook hebben we een permanente vertegenwoordiging in Brussel gekregen, waardoor we slimmer in kunnen spelen op kansen die de Europese agenda ons biedt.

Tenslotte hebben we nauw samengewerkt binnen allianties op diverse onderwerpen en contact gezocht met Europese platformen die zich net als foodwatch ten doel hebben gesteld ons voedsel eerlijker en gezonder te maken. Ook politici en de media wisten foodwatch goed te vinden.

Onze oprechte dank gaat uit naar al onze supporters, donateurs en ondertekenaars van petitie - die onze campagnes mogelijk en productief maken.



NICOLE VAN GEMERT
directeur



PAUL HOHNEN
bestuursvoorzitter

COLOFON / ONTWERP: RAZA.NL / FOTOGRAFIE: SHUTTERSTOCK, THINKSTOCK



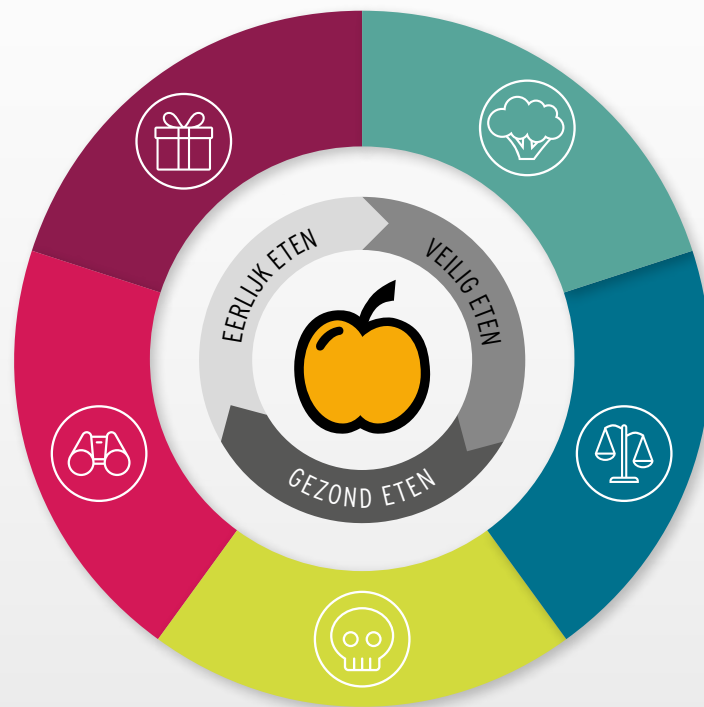
GOED DOEL

A

DE FOODWATCH DROOM

EN HOE WE DIE WILLEN VERWEZENLIJKEN

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

VISIE EN MISSIE

DE DROOM VAN FOODWATCH

Iedereen heeft recht op eerlijk, veilig en gezond eten. Integriteit en transparantie in de voedselketen is een belangrijke voorwaarde om te kunnen rekenen op eten waarmee niet geknoeid is. Als consumentenorganisatie willen we met onze campagnes toewerken naar politici, beleidsmakers en de voedingsindustrie die hun verantwoordelijkheid nemen in de borging van consumentenrechten en volksgezondheid. Adequaat voedsel is een mensenrecht!

Daarvoor vecht foodwatch. Als kritische maatschappelijke organisatie geven wij consumenten een stem. We zetten ons in voor het recht om te weten wat we eten en voor het recht op voedsel dat noch mens, noch milieu schaadt.

WAT IS ER MIS

Eten is een voorwaarde om te overleven. Maar wat we eten, bepalen we niet zelf. De almachtige voedingsindustrie dicteert de spelregels aan de beleidsmakers. De consumenten in Europa hebben het nakijken. Europese voedselveiligheidswetten die bedoeld zijn om consumenten te beschermen tegen onveilig en frauduleus voedsel, zijn een wassen neus. Lobbyisten bepalen wat er op ons bord komt – en wat we over ons voedsel mogen weten. Belangrijke

informatie wordt achtergehouden. Veel misleidende praktijken zijn zelfs volkomen legaal; mazen in de wet worden niet gedicht, ook niet na talloze schandalen, misleidingen en fraudes in de voedingsindustrie.

Tot slot, maar daarom niet minder belangrijk: Europese regels en handelspraktijken dragen bij aan honger in andere werelddelen. Maar ook in geïndustrialiseerde landen hebben veel mensen geen toegang tot een gezond en afwisselend voedingspatroon.

AANPAK

Als dé onafhankelijke voedselwaakhond stellen wij misstanden aan de kaak en leggen wij de vinger op de rotte plekken in onze voedselvoorziening. Met onderzoeken, campagnes en rechtszaken, en via brede media-aandacht en gesprekken met de overheid vormt foodwatch een belangrijke tegenkracht voor de macht van de industrie. foodwatch heeft geen winstoogmerk, is volledig onafhankelijk en accepteert geen geld van overheid of voedingsindustrie. We werken op nationaal en Europees niveau en hebben kantoren in Duitsland, Frankrijk en Nederland. Verder hebben we een internationaal kantoor en een vertegenwoordiger in Brussel.

2018 IN EEN NOTENDOP

In 2018 hebben we flink van ons laten horen in onze campagnes. We bereikten veel mensen via TV, andere media en via onze social media kanalen. Er werden massaal petitie's ondertekend die opriepen tot btw-verlaging op groente en fruit, tegen pesticiden en tegen de invloed van lobby op ons voedsel.



✓ 'BLINDE' VERLENGING OMSTREDEN PESTICIDEN

Uit onderzoek van foodwatch bleek dat veel vergunningen voor pesticiden zonder voorgeschreven veiligheidstoets worden verlengd. Tijdgebrek zorgt dat de toets voor onder meer hormoonverstorende stoffen, of stoffen die schade kunnen toebrengen aan het ongeboren kind, buiten de normale procedure worden verlengd. Het leidde tot politieke meerderheden in Den Haag en Brussel die opriepen tot een einde aan deze praktijk.

✓ GOUDEN WINDEI GEVREESD

Wederom leidde de nominatie voor het Gouden Windei bij producenten tot enige paniek. Vijf van de acht genomineerden zegden lopende de verkiezing toe hun product aan te zullen passen. Misleidende verpakkingen bestaan bij de gratie van stilte. Als de misleiding de aandacht krijgt die het verdient, gaat de producent vaak overstag. Naast het succes van de vijf aangepaste producten heeft de verkiezing vooral ook een afschrikkend effect op andere fabrikanten die minder snel voor misleiding kiezen uit vrees voor de publieke schandpaal.



✓ VEEL ANIMO VOOR GOEDKOPER GROENTE EN FRUIT

De petitie die in 2017 werd ingezet tegen de btw-verhoging op groente en fruit werd ook in 2018 nog massaal getekend. Hoewel de politiek doof was voor de protesten en de btw-verhoging heeft ingevoerd bleef foodwatch aandacht vragen voor het verschil in prijzen van gezond voedsel in tegenstelling tot ongezond voedsel.

✓ ONGEZONDE SUIKER- EN ENERGIEDRANKJES AANGEPAKT

Energiedrankjes in ziekenhuizen of voor jongeren in de supermarkt, schaamteloze sport- en jongerenmarketing van Red Bull, vruchtendrinkpakjes voor kinderen die meer suikerwater dan vruchten bevatten... Dit kon zo niet langer. Na acties van foodwatch stopten verschillende ziekenhuizen en supermarkten met de verkoop of promotie van de ongezonde drankjes. Ook pasten producenten het suikergehalte in hun drinkpakjes aan.



✓ DRUK OPGEVOERD TEGEN MISLEIDING MET PROCEDURES

In totaal spande foodwatch 13 procedures aan tegen misleidende producenten. Op deze manier brachten we, naast de specifieke producten, ook het beleid onder de aandacht en kregen we misleiding hoger op de politieke agenda. Tien klachtenprocedures werden gewonnen, onder andere tegen onwettige suikerclaims en verkeerde vermelding van het land van oorsprong op groente en fruit.

✓ FALEN CONTROLE-INSTANTIE ROND FIPRONIL

Uit een wob-verzoek van foodwatch rond het fipronil-schandaal, bleek dat in de eiersector niet alleen fipronil, maar minstens 15 andere verboden stoffen werden aangetroffen door controle-instantie Skal. De autoriteiten traden er amper tegen op. Zo toonde foodwatch het falen aan van de handhavende instanties.



✓ KINDERHELDEN OP VERPAKKINGEN: BELOFTE MAAKT SCHULD

Al in 2016 werd na onze intensieve campagnes beloofd kinderhelden op de verpakkingen van ongezonde voeding weg te halen. Kinderen verleiden tot het eten van nog meer ongezond eten is niet ethisch. De belofte werd niet waargemaakt waarna foodwatch diverse acties voerde om het onder de aandacht te krijgen. Eind 2018 werden door de industrie concrete stappen gezet kinderhelden van verpakkingen te verwijderen.

B

CAMPAGNES

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?

DETECTEREN



ANALYSEREN

INFORMEREN

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

BEWUSTZIJN CREËREN



MOBILISEREN

CONFRONTEREN

Voor het oog van het publiek confronteren we bedrijfsleven en politiek met de misstand, gaan de dialoog aan en oefenen druk uit tot verandering.

CONFRONTEREN



AANMANEN

VERANDERING

ONZE CAMPAGNES

Foodwatch vecht voor jouw recht op eerlijk, veilig en gezond eten. Om deze doelstellingen te bereiken, werken we met de vijf campagnethema's hieronder. Op de volgende pagina's vertellen we meer over onze activiteiten binnen deze thema's.



VOEDING EN GEZONDHEID

Slechte voeding veroorzaakt wereldwijd méér doden dan roken, alcohol, onveilige seks en drugs bij elkaar. Diabetes, obesitas, hoog cholesterol en hoge bloeddruk rukken in hoog tempo op: een maatschappelijk probleem dat leidt tot veel menselijk leed en torenhoge zorgkosten. Zelfregulering door de voedingsindustrie faalt en afspraken leveren amper iets op. De overheid moet haar verantwoordelijkheid nemen en de industrie krachtige maatregelen opleggen.



POLITIEKE EN WETENSCHAPPELIJKE INTEGRITEIT

De voedingsindustrie stuurt legers lobbyisten naar Den Haag en Brussel om wetgeving en handelsverdragen naar hun hand te zetten. Ook investeert ze steeds meer in universiteiten en andere onderzoeksinstituten, wat ten koste gaat van de onafhankelijkheid en betrouwbaarheid van onderzoek. Een transparante, integere en daadkrachtige overheid is nodig om consumentenbelangen weer boven zakelijke belangen te stellen.



SCHADELIJKE STOFFEN

Zonder dat we het weten, zitten er omstreden en schadelijke stoffen in ons voedsel. Normen zijn er niet, of zijn niet streng genoeg. Normen die er *wel* zijn, worden nauwelijks gecontroleerd, en als ze overschreden worden, worden consumenten daar vrijwel nooit voor gewaarschuwd. foodwatch wil geen schadelijke stoffen in ons voedsel. Het voorzorgsbeginsel dat in Europese wetgeving is verankerd, moet consequent worden toegepast: als er vermoeden of bewijs is dat een stof schadelijk is, mag deze niet in voedsel terechtkomen.



FRAUDE, TOEZICHT EN INFORMATIERECHT

Fraude met voedsel kan zeer lucratief zijn. Hiermee zijn soms grote gezondheidsrisico's gemoeid. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit is verantwoordelijk voor het toezicht in Nederland, maar loopt in deze strijd achter de feiten aan en weigert vaak om informatie openbaar te maken. NVWA moet een effectieve toezichthouder worden die transparant en onafhankelijk werkt.



MISLEIDING

Te vaak staan er gezondheids- en andere onzinnige claims op pertinent ongezonde producten en bevatten niet alle producten wat je ervan verwacht. Denk aan vitamineclaims op energie-drinkjes en volkorenproducten met amper volkorenmeel. Alleen als bedrijven eerlijke informatie verstrekken, kun je als consument écht een bewuste keuze maken.



Voeding en Gezondheid

KINDERMARKETING

HET PROBLEEM

Kinderen worden verleid ongezonde producten te eten met slimme marketingmethoden. Kinderhelden op verpakkingen maken het voor ouders moeilijk gezond op te voeden.



DIT DEED FOODWATCH

Met een emailactie en een opiniestuk in Trouw vroegen we aandacht voor kindermarketing. We voerden acties tegen kinderhelden op ongezonde producten.

RESULTAAT

- De maatschappelijke discussie rond kindermarketing is aangewakkerd en besproken in de Tweede Kamer.
- De regels van de industrie voor kindermarketing zijn aangescherpt.

UITDAGINGEN

- Het verdwijnen van de kinderhelden op verpakkingen is maar één van de maatregelen die zouden moeten worden doorgevoerd. Zelfregulering werkt niet.

VOEDING EN GEZONDHEID

FOODWATCH IN ACTIE

Er gebeurt veel rond de algemeen erkende noodzaak om gezonder eten makkelijker te maken. De politiek wil dit echter vooral via zelfregulering van de industrie oplossen en elke stap vooruit wordt bekritiseerd als zijnde betutteling. En dat terwijl er meer dan 1.000 Nederlanders per week bij komen met diabetes type 2 en de zorgkosten door ongezond voedsel in de miljarden lopen.

Dit schreeuwt om een waakzame criticaster die de vinger aan de pols houdt. Met diverse acties en campagnes hebben we in 2018 gezonder voedsel een stapje makkelijker gemaakt.

Onze campagne voor btw-vrije groente en fruit werd breed gedragen door het publiek en zorgde ervoor dat het voorstel diverse keren in de Kamer aan de orde kwam. Naast het stimuleren van gezond voedsel moeten we ook zorgen dat het fabrikanten lastiger wordt gemaakt om hun producten ongezond te maken. Met een campagne voor een suikertaks voerden we de discussie op, als alternatief voor de huidige zelfregulering. Wij bepleiten dat de opbrengst van de suikertaks gaat naar een verlaging van de zorgkosten van burgers. Toen begin 2018 kinderartsen alarm sloegen over jongeren die zich melden bij de eerste hulp na hoge consumptie van energiedranken hebben we ons met een e-mailactie gericht op de verkoop van energiedranken in ziekenhuizen. Hierna richtten we onze pijlen op supermarkten om Albert Heijn, Jumbo en Plus te stimuleren een leeftijdsgrens in te voeren. Het kabinet liet onderzoek doen naar gezondheidsproblemen rond energiedranken.

DIT HEBBEN WE BEREIKT MET ONZE ACTIES

We wierpen ons op als de vaste criticaster van de zelfregulering en toonden in het publieke debat keer op keer aan dat deze faalt. Een record aantal mensen (119.000) steunde onze btw-actie voor goedkope groente en fruit. Dit versterkte de aandacht hiervoor en het kwam diverse malen in Kamerdebatten en Kamervragen aan de orde.

De actie tegen de verkoop van energiedranken in ziekenhuizen leidde ertoe dat de brancheorganisatie van ziekenhuizen zich kritisch uitsprak over de verkoop hiervan en diverse ziekenhuizen ermee stopten. Aldi en Lidl voerden een leeftijdsgrens in en we voerden de druk op richting de achterblijvers. Onder andere supermarkt Dirk nam aanvullende maatregelen.

De gelekte kabinetsmaatregel tot het subsidiëren van (ook ongezonde) light frisdranken ging na een storm van kritiek, niet door. Ongezonde producten subsidiëren nadat je de btw op groente en fruit hebt verhoogd, bekritiseerden wij als de omgekeerde wereld.

DIT HEBBEN WE NOG NIET BEREIKT

Foodwatch ziet de falende zelfregulering graag plaatsmaken voor een vooruitstrevend, gezond en bindend overheidsbeleid. Met bijvoorbeeld een verbod op kindermarketing, 0% btw op groente en fruit, en een einde aan junkfood op scholen en in ziekenhuizen. Het kabinet kwam echter met een 'preventieakkoord' waar de breed gesteunde kritiek op volgde dat de maatregelen lang niet ver genoeg gaan.

POLITIEKE EN WETENSCHAPPELIJKE INTEGRITEIT

FOODWATCH IN ACTIE

Het grote succes van de TTIP-campagne moet, na het stopzetten van de onderhandelingen over dit handelsverdrag, natuurlijk levend worden gehouden.

We voerden ook campagne tegen een ander handelsverdrag; Mercosur. Dit handelsverdrag met onder andere Brazilië, heeft grote consequenties op het gebied van voedselveiligheid. We toonden aan dat het handelsverdrag vooral een uitruil leek tussen meer auto-export vanuit Europa en makkelijke vleesimport vanuit Latijns Amerika. Dit geeft een groot risico voor de volksgezondheid. Dat toonden we aan met onderzoek naar de huidige grootschalige problemen rond voedselveiligheid van vlees uit Brazilië. Middels publicatie van het rapport 'Trade at any cost', gingen we dieper in op de consequenties van de huidige handelsverdragen op voedselveiligheid en consumentenrechten. Ook een update van ons rapport 'Lost in the supermarket' versterkte en legitimeerde onze campagnes gericht op een beter Europees voedselbeleid.

Binnen de coalitie van Lobbywatch volgden en becommentarieerden we de ontwikkelingen. Er is meer aandacht voor het onderwerp, dat mondjesmaat leidt tot betere regels.

DIT HEBBEN WE BEREIKT MET ONZE ACTIES

De toenemende aandacht voor de negatieve gevolgen van lobby vanuit de industrie is positief. Onze nieuwe ervaring en mens-

kracht in Brussel en de media-aandacht die we hebben gekregen, bijvoorbeeld op RTL nieuws, werpen hun vruchten af, al zijn die vaak niet direct zichtbaar.

DIT HEBBEN WE NOG NIET BEREIKT

Nadat het niet-democratische TTIP in de ijskast werd gezet, leek Europa vooral te willen laten zien dat ze in de wereldhandel belangrijk bleef door het opstarten van nieuwe handelsverdragen. foodwatch is niet tegen handelsverdragen. Maar dan wel op een eerlijke manier.



Politieke en Wetenschappelijke Integriteit

ALGEMENE LEVENSMIDDELENWETGEVING

HET PROBLEEM

Door sterke lobby vanuit de voedingsindustrie biedt de algemene levensmiddelenverordening geen goede bescherming van consumenten en is slecht uitgewerkt. Hierdoor lopen consumenten onnodig risico, zoals bij de vele voedselschandalen.



DIT DEED FOODWATCH

Met de publicatie van twee rapporten, een actie in Brussel en met het organiseren een discussie in het hart van de Brusselse politiek, lieten we de problemen zien.

RESULTAAT

- Extra aandacht voor voedselwetgevingsproblematiek.
- Goede contactlegging met de politiek en Brusselse media.
- Keuze voor meer transparantie rond wetgeving van pesticiden

UITDAGINGEN

- We beseffen dat beïnvloeding van de Europese politiek een lange adem vereist. De lange politieke processen die vaak ondoorzichtig zijn, maken direct succes moeilijk en ook lang niet altijd zichtbaar.



Schadelijke stoffen

VERGUNNINGEN OMSTREDEN PESTICIDEN

HET PROBLEEM

Instanties verlengen de vergunning voor pesticiden vaak zonder veiligheidstoets. Hieronder bevinden zich stoffen die als verstorend of schadelijk voor het ongeboren kind geclassificeerd zijn.



DIT DEED FOODWATCH

Met diepgravend onderzoek toonde foodwatch aan dat omstreden pesticiden zonder toets verlengd worden. Een grote campagne volgde die door verschillende maatschappelijke organisaties en politici werd opgepakt.

RESULTAAT

- Het onderzoek leidde tot kamervragen en een aangenomen motie in de Tweede Kamer.
- In het Europees parlement werd een resolutie aangenomen en door Nederland een tegenstem uitgebracht tegen verlenging.

UITDAGINGEN

- De praktijk van de 'blinde' verlengingen blijft doorgaan. Ondanks de tegenstem van Nederland en de aangenomen motie en resolutie.

SCHADELIJKE STOFFEN

FOODWATCH IN ACTIE

Naast ons onderzoek naar de schadelijke praktijk van de verlengingen van pesticiden, zijn we een campagne gestart richting supermarkten. Voor de productie van veel geïmporteerd groenten en fruit in supermarkten worden immers bestrijdingsmiddelen gebruikt die in Europa al lang verboden zijn vanwege de schadelijkheid. Dat is kwalijk voor de boeren aldaar, die met de middelen moeten werken. Het is slecht voor het milieu én brengt daarnaast een risico met zich mee voor de volksgezondheid door de residuen van bestrijdingsmiddelen. Daarom zijn we een campagne gestart richting Nederlandse supermarkten met als eis om pesticiden die in de EU verboden zijn, ook voor de productie in andere landen te weren. Dit kan via de inkoopbeis die supermarkten aan hun leveranciers stellen.

Daarnaast hebben we aandacht gevraagd voor de cumulatieve effecten van bestrijdingsmiddelen. Van deze stoffen is het effect onderzocht maar niet wat de combinatie van stoffen voor effecten heeft. Daarom kan een cocktail aan stoffen, waarvan de individuele stoffen onder de norm blijven, toch een gevaar voor de volksgezondheid zijn.

DIT HEBBEN WE BEREIKT MET ONZE ACTIES

De actie richting supermarkten kreeg grote steun. Meer dan 20.000 mensen eisten maatregelen van de supermarkten. De campagne trok media-aandacht: bijvoorbeeld tv-programma Eenvandaag besteedde er een reportage aan. De cumulatieve

effecten van bestrijdingsmiddelen is op de politieke agenda gezet. Onderzoek van het RIVM wordt in 2019 verwacht.

DIT HEBBEN WE NOG NIET BEREIKT

De supermarkten hebben hun beleid nog niet aangepast, hoewel bestrijdingsmiddelen wel op hun agenda zijn gezet. Ook voor de cumulatieve effecten moet gewacht worden op nader onderzoek.

FRAUDE, TOEZICHT EN INFORMATIERECHT

FOODWATCH IN ACTIE

Met een beroep op de WOB bleek dat geïmporteerde gojibessen ernstig vervuild zijn met pesticiden en dat de controle faalt. Zo bleek uit de in 2018 openbaar gemaakte controlegegevens dat bij meer dan de helft van de door de NVWA onderzochte gojibessen sprake was van een acuut gezondheidsrisico door zware vervuiling met pesticiden. De NVWA geeft toe dat deze bij de consument terecht gekomen kunnen zijn, maar heeft nagelaten om consumenten daarvoor te waarschuwen. foodwatch eiste maatregelen, zoals een importverbod van uit China en andere landen. foodwatch leverde middels een gesprek input op het rapport Sorgdrager over de fipronilcrisis. Dit rapport was vernietigend en leidde tot veel debat in de politiek. foodwatch becommentarieerde de uitkomsten en eiste maatregelen.

DIT HEBBEN WE BEREIKT MET ONZE ACTIES

Ook in 2018 slaagden we er regelmatig in de falende voedselcontroles onder de aandacht te brengen. Meer nog dan het directe resultaat bij de specifieke onderwerpen, zoals rond fipronil en bestrijdingsmiddelen op gojibessen, voelen instanties zich door onze acties gedwongen tot verantwoording over hun werkwijze en laten zij de teugels minder snel vieren. Dat gevaar is namelijk reëel omdat de controle-instanties ook rekening willen houden met het economisch belang van de agri- en voedingsindustrie, die grote exportbelangen hebben.

DIT HEBBEN WE NOG NIET BEREIKT

Te vaak lijkt bij schandalen iedereen van mening dat de controle echt anders moet en verbeterd, waarna men na een tijdje over gaat tot de orde van de dag. Alle aandacht voor voedselschandalen en de bijkomende beloften ten spijt: we hebben geenszins de hoop dat voedselschandalen niet meer voorkomen door te slappe regels en falende controle.

Fraude, Toezicht en Informatierecht

HET FIPRONILSCHANDAAL

HET PROBLEEM

Door langdurig en massaal gebruik van fipronil in de kippensector werden miljoenen eieren besmet met dit verboden middel.



DIT DEED FOODWATCH

Uit verschillende WOB verzoeken bleek dat al langdurig gebruik werd gemaakt van illegale middelen. Minstens 15 niet toegestane middelen werden gebruikt. We toonden het falen van de controles aan.

RESULTAAT

- De publicatie van foodwatch leidde tot veel reacties vanuit de politiek en sector. RTL nieuws besteedde er ruim aandacht aan. We legden het falende controlesysteem bloot.

UITDAGINGEN

- De zelfcontrole is ter discussie gesteld. Helaas lijkt de politiek de lessen alweer bijna vergeten en lijkt het meeste bij het oude te blijven.



Misleiding

MISLEIDING MET SUIKERCLAIMS

HET PROBLEEM

'Zonder toegevoegde suiker' is een opkomende en veel gebruikte claim op producten. Vaak blijken aan deze producten wel degelijk suikers te zijn toegevoegd.



DIT DEED FOODWATCH

foodwatch startte negen klachtenprocedures tegen deze onwettige claims. In zes gevallen werd foodwatch in het gelijk gesteld: de claim dat geen suiker was toegevoegd, klopte niet.

RESULTAAT

- Fabrikanten moesten producten aanpassen en de onwettige claims weghalen. Daarnaast werd door de klachtenprocedures duidelijker hoe de regels moeten worden geïnterpreteerd.

UITDAGINGEN

- De regels rond misleiding bij voeding blijven slecht gecontroleerd. De NVWA heeft er geen tijd voor en zelfregulering is niet bindend en gaat niet ver genoeg.

MISLEIDING

FOODWATCH IN ACTIE

Midden in een heel droge komkommertijd bleek een Nederlandse boer zijn pruimen van prima kwaliteit niet kwijt te kunnen omdat ze klein waren. De supermarkten verkochten liever Chileense pruimen. foodwatch ging op onderzoek uit en zag dat pruimen, evenals ander groente en fruit, vaak verkeerd worden gelabeld. Zo waren de Chileense pruimen bijvoorbeeld gelabeld als Nederlands of andersom. Zo krijg je als consument niet waar je recht op hebt: eerlijke voedselinformatie. foodwatch diende klachten in tegen Albert Heijn en Jumbo.

Grote voedselbedrijven als Unilever en Coca-Cola willen een voedselkeuzelogo doordrukken waar ze zelf als gezond in naar voren komen. Dit door henzelf bedachte logo maakt dat zelfs Nutella, een potje vol suiker en vet, niet ongezond oogt. foodwatch kreeg veel aandacht bij de ontmaskering van misleidende logo's. Daarnaast stuurden we een open brief aan Paul Polman, topman van Unilever, om zich terug te trekken uit deze lobby voor het misleidende logo. We deden tenslotte een oproep aan het kabinet om voor een onafhankelijk logo te kiezen.

Rond misleidende producten spannen we een klachtenprocedure aan tegen Friesland Campina om haar Optimel vanillevla zonder vanille. Mars werd gedaagd voor de Reclame Code Commissie in verband met het ontbreken van informatie over de hoeveelheid hazelnoten in M&M's.

De jaarlijkse Gouden Windeï verkiezing werd voor de negende keer gehouden waarbij acht producten waren genomineerd. Uiteindelijk won Coca-Cola met haar Smartwater; dure pr in een plastic flesje. Onderzoek naar vruchtendrinkpakjes liet zien dat er vaak amper vruchten in zitten. Natuurlijk willen we structureel iets veranderen: er zijn regels tegen misleiding maar de NVWA heeft geen tijd voor handhaving. Dit maakt dat fabrikanten zich ongecontroleerd voelen en de wet vaak wordt overtreden. Met een e-mailactie willen we de politiek tot maatregelen aanzetten.

DIT HEBBEN WE BEREIKT MET ONZE ACTIES

foodwatch won de procedures rond de 'land van oorsprong' vermelding van Albert Heijn en Jumbo. Ook de klacht tegen Mars werd gewonnen en de klachten over toegevoegde suiker. Het leidde steeds tot veel media-aandacht. Dit schrikt fabrikanten af om op of over het randje te gaan. De jaarlijkse Gouden Windeï verkiezing leidde wederom tot aanpassing van de meeste genomineerde producten: vijf van de acht producten werden plotsklaps aangepast na nominatie.

DIT HEBBEN WE NOG NIET BEREIKT

Continu spreekt foodwatch bedrijven en politiek aan op valse claims en misleidende marketing. En met succes, ook preventief, omdat bedrijven bang zijn om negatief in de schijnwerpers te staan. Toch is er nog geen strengere wetgeving die misleidende etiketten verbiedt en ontbreekt adequate handhaving van bestaande wetgeving.

ONZE GROEIENDE ACHTERBAN



8.257
structurele
donateurs
↑ **17%**
groei
t.o.v. 2017

1.195
eenmalige
donateurs
↑ **14%**
groei
t.o.v. 2017

873.495
totaal aantal website bezoekers

616.405
unieke website bezoekers

102.141
Facebook-
volgers
↑ **2%**
groei
t.o.v. 2017

25.618
Twitter-
volgers
↑ **4%**
groei
t.o.v. 2017

134.058
nieuwsbrief-
abonnees
↑ **6%**
groei
t.o.v. 2017

129.402
ondertekende
petities
↓ **7%**
daling
t.o.v. 2017

DIT HEBBEN WE GEDAAN

38 persberichten
verstuurd

47 nieuwsbrieven
verstuurd

3 marktonderzoeken
uitgevoerd

7 inhoudelijke onderzoeken
uitgevoerd

76 nieuwsitems op onze
website gepubliceerd

2 aan 2 coalities
deelgenomen

1 labtest laten uitvoeren

13 klachten ingediend bij de
Reclame Code Commissie

EFFECT: GROOT BEREIK!

- ✓ Samen met onze achterban hebben we 129.402 e-mails van Nederlandse consumenten verstuurd aan politici, ministeries en bedrijven
- ✓ 12.000 mensen brachten hun stem uit in de Gouden Windei-verkiezing
- ✓ 12 miljoen tv-kijkers bereikt
- ✓ We zijn 1.084 keer genoemd in online en print/kranten (gemiddeld 3 keer per dag)
- ✓ 41.709 berichten van en over foodwatch zijn gedeeld op sociale media.
- ✓ Ongeveer 20 miljoen mensen zijn bereikt via Facebook

'VIJF VAN DE ACHT GOUDEN WINDEI KANDIDATEN ZEGDEN TOE HUN PRODUCT MINDER MISLEIDEND TE MAKEN.'

DIT LEVERDE HET OP



- ✓ Kinderhelden mogen geen ongezonde producten meer aanprijzen op verpakkingen.
- ✓ Energiedranken verdwenen na onze actie uit diverse ziekenhuizen.
- ✓ Een motie en resolutie tegen omstreden vergunningen voor pesticiden kregen een meerderheid in het Nederlandse en Europese parlement.
- ✓ Zes klachten werden gegrond verklaard tegen onwettige suikerclaims van o.a. Albert Heijn Kellogg's en Starbucks.
- ✓ Mars verloor een klachtenprocedure tegen foodwatch vanwege het gebrek aan verplichte informatie over de hoeveelheid hazelnoten in hun M&M's.
- ✓ foodwatch won twee procedures tegen Albert Heijn en Jumbo over foutieve of ontbrekende informatie over het land van oorsprong van groente en fruit.
- ✓ Vijf van de acht Gouden Windei-kandidaten zegden toe hun product minder misleidend te maken, lopende de verkiezing.
- ✓ Grote voedingsfabrikanten als Unilever en Coca-Cola stopten het pleidooi voor hun bekritiseerde eigen voedselkeuzelogo.

HIGHLIGHTS MEDIA-AANDACHT 2018

rtlz

Nog steeds veel besmet kippenvlees uit Brazilië in ons eten



RTL Z / 27-03-2018 / Campagne: Informatierecht

TV EenVandaag

"Supermarkten moeten strengere eisen stellen aan geïmporteerd groente en fruit"



EenVandaag / 05-04-2018 / Campagne: Pesticiden

rtlnieuws

Besmettingen met listeriabacterie nemen flink toe, soms met ernstige gevolgen



RTL / 02-08-2018 / Campagne: Voedselveiligheid



Radar checkt: vanillevla zonder vanille



Radar / 01-10-2018 / Campagne: Misleiding

NOS

In pakjes met fruitsap zit soms maar 1% fruit



NOS / 23-10-2018 / Campagne: Suiker, Vet & Co

Max Vandaag

Campagne Gouden Windei



Max Vandaag / 05-12-2018 / Campagne: Gouden Windei

A large, white, stylized capital letter 'C' is centered on a solid orange background. The letter has a thick, rounded stroke.

ORGANISATIE



WIE HIELPEN ONS DEZE RESULTATEN TE BEHALEN?

Als enige organisatie in Nederland die puur en alleen opkomt voor het recht van consumenten op eerlijk, veilig en gezond eten, staan wij voor een grote uitdaging. De tegenmacht van de industrie is enorm – met miljardenbudgetten en duizenden lobbyisten in Brussel en Den Haag probeert zij de verbeteringen te voorkomen waar wij voor pleiten. Toch is foodwatch, ondanks haar kleine omvang en budget, in staat om grote veranderingen teweeg te brengen. Met versterking van onze zusterorganisaties foodwatch Duitsland en foodwatch Frankrijk, ons internationale kantoor, onze partners, experts, juristen en het allerbelangrijkst – onze achterban van tienduizenden consumenten – vergroten wij onze stem en zorgen wij voor een krachtig tegengeluid.

Daarnaast gaan we regelmatig met stakeholders in gesprek en wordt foodwatch vaak uitgenodigd om lezingen te geven. Hieronder volgt meer uitleg over onze stakeholders, en de manier waarop wij samenwerken.



CONSUMENTEN

Of je nou vegetariër of vleeseter bent, liever biologisch of gangbaar eet, broodliefhebber bent of eerder van de gluten-

vrije kost – foodwatch is er voor jou. Want elke consument heeft het recht om te weten wat hij eet, en op een eerlijke keuze. foodwatch wil ervoor zorgen dat elke consument die keus kan maken – met of zonder onze hulp. Via ons Meldpunt Misleiding, per mail en per sociale media kunnen consumenten misstanden rechtstreeks bij ons melden.



ACHTERBAN

De achterban van foodwatch bestaat uit donateurs en sympathisanten. Donateurs ondersteunen ons werk

financieel en zijn, omdat wij vanwege onze onafhankelijkheid zoveel bronnen van financiering uitsluiten, broodnodig. Onze donateurs steunen ons niet alleen financieel maar ook door onze acties te ondertekenen: zij zijn onze meest actieve achterban. Sympathisanten volgen foodwatch via onze nieuwsbrief, sociale media of de website, en doen mee met onze acties. Iedereen kan de acties van foodwatch versterken door:

- foodwatch financieel te steunen
- onze e-mailacties te tekenen
- onze sociale media berichten te liken en te delen
- volksvertegenwoordigers en politieke partijen aan te spreken
- de problemen rondom voedsel te bespreken met mensen in je netwerk
- voorbeelden van misleiding te melden bij ons Meldpunt Misleiding
- kritische vragen te stellen aan supermarkten en fabrikanten

Wij houden onze achterban op de hoogte via nieuwsbrieven en sociale media, en updaten regelmatig onze website met belangrijk nieuws over de voortgang van onze campagnes.



MAATSCHAPPELIJKE ORGANISATIES (NGO'S)

Om onze doelen te behalen en onze maatschappelijke impact te versterken, werkt foodwatch strategisch samen met andere organisaties en experts, zowel in ad-hoc samenwerkingsverbanden als in coalities. Het uitgangspunt hierbij is altijd dat deelname de collectieve impact moet vergroten. Omdat het merendeel van voedselgerelateerde wetgeving op EU-niveau wordt bepaald, werkt foodwatch Nederland nauw samen met onze zuster-organisaties, foodwatch internationaal, foodwatch Duitsland en foodwatch Frankrijk en hebben we iemand in Brussel. Zo creëren we een brede Europese beweging aan consumenten. foodwatch nam in 2018 deel aan de volgende coalities:

- Lobbywatch Nederland met Transparency International, SOMO, Milieudefensie en TNI.
- We publiceerden samen met Powershift een rapport over handelsverdragen.

Wij spreken op inhoudelijk en strategisch niveau regelmatig met partners in coalities, zowel via coalitiebijeenkomsten als ad-hoc.



EXPERTS

Specialistische kennis is onmisbaar voor ons werk. Daarom doet foodwatch vaak beroep op wetenschappelijke en beroepsmatige experts – bijvoorbeeld op het gebied van toxicologie, voeding en gezondheid en verschillende gebieden van wetgeving. Om onze campagnes ijzersterk wetenschappelijk te onderbouwen, toetsen wij onze ideeën en plannen vaak van tevoren bij experts. Met juridische specialisten onderhouden wij nauw contact. Specialistische onderzoeken, zoals labonderzoeken of bevolkingspeilingen, besteden wij uit. Voor zowel onze nationale als internationale campagnes winnen we ook regelmatig expertise in uit andere (Europese) landen.



VOEDINGSINDUSTRIE

De voedingsindustrie, waaronder wij zowel voedselabrikanten als retailers verstaan, is een belangrijke stakeholder voor foodwatch. Om aan te tonen waar het misgaat, pakt foodwatch bedrijven soms hard aan. Maar naast het aan de kaak stellen van misstanden, voeren wij ook gesprekken met bedrijven over verbetering. Koplopers kunnen een belangrijke rol spelen in de publieke en politieke discussie. En sommige bedrijven willen het wel beter doen, maar wachten op een gelijk speelveld zodat alle voedselproducenten zich aan dezelfde regels moeten houden.



OVERHEID

Omdat foodwatch consumentenrechten blijvend wil borgen, is de overheid één van onze belangrijkste stakeholders. De overheid is verantwoordelijk voor de bescherming van de volksgezondheid en onze rechten als consument. En alléén de overheid kan het gelijke speelveld bieden dat uiteindelijk alle bedrijven in beweging krijgt. Grootschalige en blijvende veranderingen vergen aanpassing van bestaande wetgeving of zelfs hele nieuwe wetten; zowel in Nederland als op Europees niveau, waar het leeuwendeel van wetgeving op voedsel wordt vastgesteld. foodwatch is dan ook continu in discussie met de overheid: via onze campagnes, via de media en via persoonlijke en schriftelijke contacten.



TOEZICHTHOUDERS

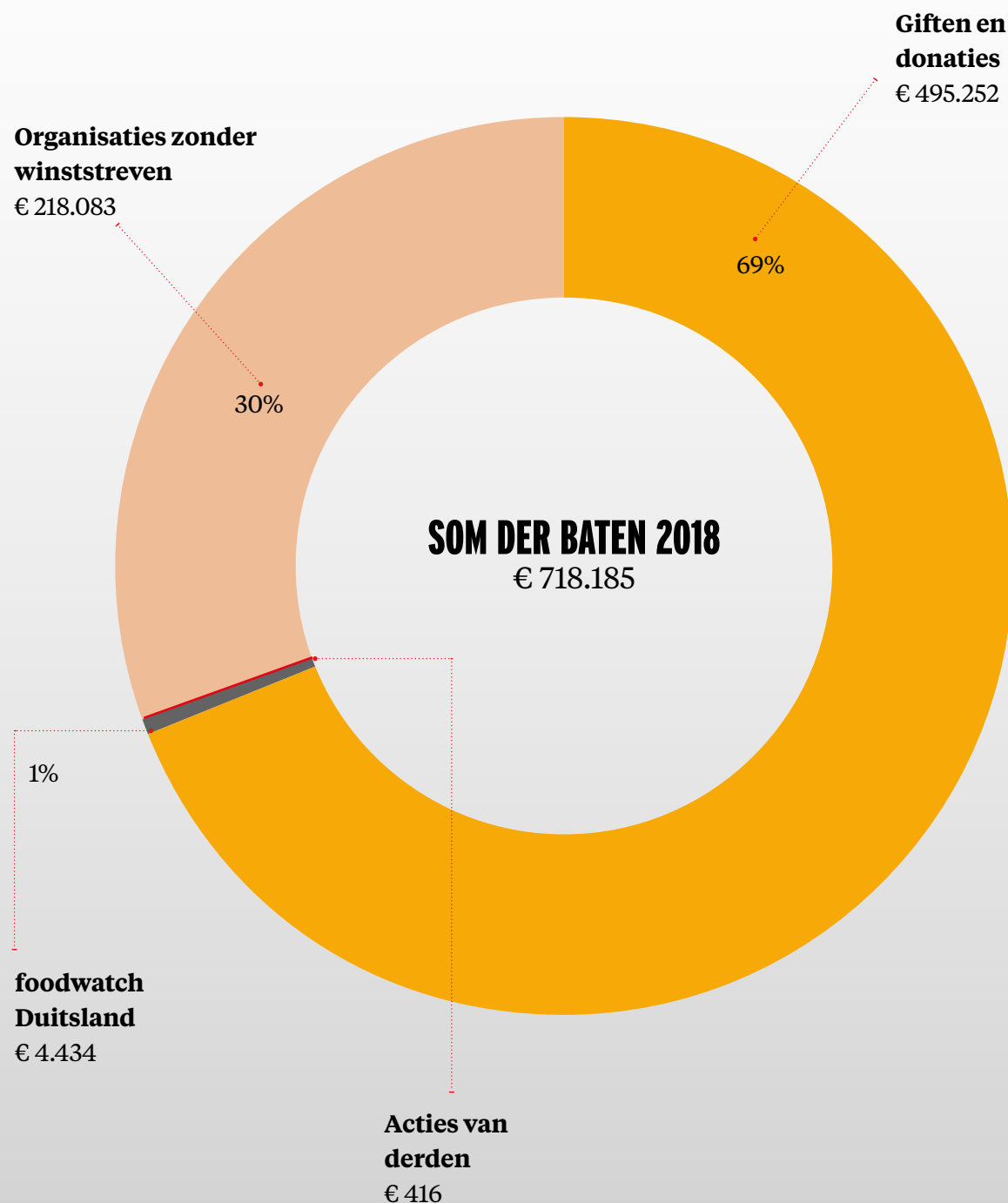
Naast wetgeving is toezicht noodzakelijk om ervoor te zorgen dat deze wetten ook worden nageleefd. Toezichthouders zoals de Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit (NVWA), European Food Safety Authority (EFSA), maar ook bijvoorbeeld Europol, zijn daarom belangrijke spelers voor foodwatch. Bijvoorbeeld op het gebied van handhaving en controle van voedselgerelateerde wetgeving, fraudepreventie en het beschermen van informatie-recht van consumenten.



MEDIA

De media en pers spelen in ons werk een sleutelrol. Via de media – zowel traditionele (TV, kranten, radio) als nieuwe media (online, social) – kan foodwatch haar boodschap naar buiten brengen en een zo groot mogelijke doelgroep bereiken. Met deze stakeholders communiceren wij voornamelijk via persberichten, diverse overleggen met programmamakers en journalisten, en via persoonlijke contacten. Ook publiceren wij op onze website regelmatig nieuwsitems, die veelal worden overgenomen door pers en vakpers.

INKOMSTENVERDELING 2018



FONDSENWERVING

Onafhankelijkheid is een essentiële voorwaarde voor ons werk – alleen zo kunnen we, in het ingewikkelde voedsellandschap, écht opkomen voor de belangen van de consument. Omdat foodwatch deze onafhankelijkheid koestert, accepteren wij geen geld van de overheid of voedingsindustrie. Donateurs zijn dus onmisbaar voor ons werk. Het werven en behouden van donateurs is daarom dé focus van onze fondsenwervingsstrategie. Werving doen wij via onze website, onze nieuwsbrieven, en in samenwerking met een telemarketingbureau. Het aantal structurele donateurs van foodwatch steeg van 7.088 eind 2017 naar 8.257 eind 2018. Dit is minder dan we hoopten, maar toch een mooie groei van 17 procent. Ook werden we in 2018 gesteund door 1.195 donateurs die een eenmalige gift deden. Dit zijn er 14% meer dan in 2017.

Daarnaast zijn wij dankbaar voor de steun van ideële fondsen en organisaties zonder winstoogmerk. Wij zijn ontzettend blij dat wij in 2018 weer financiële bijdragen mochten ontvangen. Wij ontvingen in 2018 €200.000 van de Adessium Foundation, €10.000 van Stichting Oude Rande, €5.000 van Stichting A&A en €3.083 van Stichting Somo.

Verder ondersteunt Google ons werk met een royale regeling: we mogen deelnemen aan het Google Ad Grants Pro programma. Hiermee verkregen we in 2018 gratis advertentieruimte (Google Ads) binnen de Google zoekmachine, ter waarde van € 201.256. De komende jaren zullen wij investeren in het verder diversifiëren van onze inkomsten.



Wil je doneren aan foodwatch? Kijk dan op pagina 43 of op foodwatch.nl/doneren

ORGANISATIE EN BESTUUR

BESTUUR

Stichting foodwatch Nederland is een ANBI-instelling met een toezichhoudend bestuur van deskundigen. Dit bestuur is eindverantwoordelijk voor foodwatch Nederland en adviseert op strategisch niveau. De samenstelling was in 2018 als volgt:

- **Paul Hohnen**, voorzitter sinds 2009. Oprichter van Sustainability Strategies Amsterdam en Associate Fellow aan het Royal Institute for International Affairs (Chatham House) in Londen.
- **Mariëlle Wisker**, penningmeester sinds 2014. Hoofd Unit Financiën bij het Wereld Natuur Fonds.
- **Anne van Schaik**, algemeen bestuurslid sinds 2014. Sustainable Finance Campaigner bij Friends of the Earth Europe. Anne is in December 2018 afgetreden.
- **Annemiek van Bentem**, algemeen bestuurslid sinds 2017. Communicatiemanager met expertise in maatschappelijke thema's.

Het bestuur stelt het beleid vast, houdt toezicht, legt verantwoording af en geeft op hoofdlijnen leiding aan de directeur. De directeur werkt regelmatig de financiële overzichten en rapportages op meetbare doelstellingen bij. Deze worden gedeeld met het bestuur en behandeld tijdens de bestuursvergaderingen. Het bestuur vergaderde in 2018 drie keer, en behandelde daarbij onder meer de volgende onderwerpen:

- Goedkeuring jaarverslag en jaarrekening over 2017
- Vaststellen doelstellingen en budget
- Voortgang van campagnes
- Fondsenwervingsstrategieën en input voor projectvoorstellen
- Personeelwisselingen, aanstellen (interim) directeur en salarisontwikkelingen
- Uitbreiding van het bestuur
- Naleving van statuten en wet- en regelgeving
- Representatie in internationale vergaderingen van foodwatch

Het bestuur is onbezoldigd en ontvangt alleen een onkostenvergoeding voor de reële kosten die zij maken voor hun bestuurswerk. In 2018 kostte dit in totaal € 536,-.

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 medewerkers. Zij handelt autonoom 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. In juni nam foodwatch afscheid van haar directeur, Ilse Griek. Zij werd opgevolgd door een interim directeur, Jo Dufay. Een sollicitatieprocedure heeft vervolgens geleid tot een geschikte kandidaat die foodwatch in 2019 zal gaan leiden.

PERSONEEL

Op 31 december 2018 had foodwatch Nederland 6 medewerkers in dienst (4,9 fte). In de

eerste maand van 2018 werkte er 1 campagne-stagiaire bij foodwatch. Het team werd in 2018 niet ondersteund door vrijwilligers.



ACTIVITEITEN

BELONING

foodwatch is niet aangesloten bij een collectieve arbeidsovereenkomst (CAO). foodwatch biedt haar werknemers een marktconform salaris binnen de NGO-sector.

Het bestuur van stichting foodwatch Nederland heeft het bezoldigingsbeleid, de hoogte van de directiebeloning en de hoogte van andere bezoldigingscomponenten vastgesteld. Het beleid wordt periodiek geactualiseerd. De eerstvolgende evaluatie zal eind mei 2019 plaatsvinden.

Bij de bepaling van het bezoldigingsbeleid en de vaststelling van de beloning volgt stichting foodwatch Nederland de Regeling beloning directeuren van goede doelen organisaties.

De regeling geeft aan de hand van zwaarte-criteria een maximumnorm voor het jaarinkomen. De weging van de situatie bij stichting foodwatch Nederland vond plaats door het bestuur. Dit leidde tot een zogenaamde BSD-score van 300 punten met een maximaal jaarinkomen van € 74.045 (1 fte/12 maanden)

Het voor de toetsing relevante werkelijke jaarinkomen van de directeur bedroeg voor de directeur (1 fte/ 6 maanden) € 37.491. Deze beloning lag 1% boven het geldende maximum. Dit is veroorzaakt door een vergoeding van de vakantiedagen bij haar uit dienst treden op 30 juni 2018. Het jaarinkomen, de belaste vergoedingen/bijtellings, de werkgeversbijdrage pensioen en de pensioencompensatie bleven voor de directeur, met een bedrag van € 38.858, binnen het in de regeling opgenomen maximum bedrag van € 187.000 per jaar.

De belaste vergoedingen/bijtellings, de werkgeversbijdrage pensioen en de overige beloningen op termijn waren laag in verhouding tot het jaarinkomen.

In juni 2018 werd een interim directeur ingezet (0,56 fte, 7 maanden). De totale betaalde vergoeding van € 51.833 incl. BTW is marktconform voor interim directieleden. De brutosalarissen van alle werknemers samen (gemiddeld 4,63 fte) bedroegen in 2018 € 245.111, inclusief vakantiegeld en een bescheiden bijdrage voor de ouderdomsvoorziening. Reiskosten van werknemers die buiten Amsterdam wonen, worden vergoed. foodwatch hecht zeer aan een goede balans tussen privé en werkleven en hanteert daarom flexibele werktijden en faciliteert thuis werken. Medewerkers kunnen aanspraak maken op een educatiebudget van € 750 per jaar. In 2018 hebben zes medewerkers hier gebruik van gemaakt.

FOODWATCH INTERNATIONAL

Ook op internationaal niveau is er hard gewerkt. Samen met de foodwatch kantoren in Duitsland en Frankrijk en met het nieuwe internationale kantoor voerden we campagnes. Expertise en mankracht werden gedeeld bij bijvoorbeeld fondsenwerving en kennisuitwisseling. In Brussel werd iemand aangesteld om de politieke agenda in de gaten te houden en nieuwe kansen te signaleren. We voerden gezamenlijk campagnes voor een lobbyvrij voedsellogo, tegen het gebruik van minerale oliën in verpakkingen en voor verbetering van de Europese voedselrichtlijn.

PROFESSIONALISERING EN UITBREIDING

In 2018 heeft foodwatch Nederland verder gewerkt aan de professionalisering van de organisatie. Na een toetsing van het Centraal Bureau Fondsenwerving ontvingen wij per 1 mei 2018 deze erkenning en werden wij opgenomen in het Register Goede doelen. We investeren in kennisopbouw binnen de organisatie. In 2018 organiseerden we interne trainingen op het gebied van privacywetgeving, websitebeheer, media en WOB. Het campagneteam investeert regelmatig in kennisuitwisseling met collega's van foodwatch Duitsland, Frankrijk en Internationaal.

MVO-BELEID

Maatschappelijk verantwoord ondernemen gaat wat foodwatch betreft om het vinden van een balans tussen de sociale (people), ecologische (planet) en economische (profit) dimensies van bedrijfsvoering. Sociaal ondernemen zit verweven in onze campagnes en doelstellingen, en ook in de wijze van waardering en aansturing van onze medewerkers. Het kantoor van foodwatch maakt gebruik van groene stroom. We scheiden plastic, papier en glas. Al onze medewerkers reizen per fiets of openbaar vervoer en onnodig vliegen wordt vermeden. Waar dat van toepassing is, zijn onze campagnematerialen, kantoorbenodigdheden, drukwerk, etc. gifvrij en voldoen zo veel mogelijk aan de keurmerken Forest Stewardship Council (FSC), EKO en Fairtrade. Tegelijkertijd wordt ook altijd de afweging gemaakt of we onze uitgaven kunnen verantwoorden aan de particulieren, stichtingen en fondsen die ons financieel steunen.

RISICOBEEHER

Op basis van een regelmatige risicoanalyse houden de directeur en het bestuur zicht op de belangrijkste risico's voor de organisatie. Voor foodwatch specifiek zijn er risico's voornamelijk op het gebied van inkomsten, juridische aansprakelijkheid, personele capaciteit en kennis (een beperkt aantal werknemers, met een groot aantal taken), imago en bedrijfsvoering. Ons verzekeringspakket dekt een deel van deze risico's. Om overige risico's af te dekken hanteren we een vierogen-principe voor zowel campagne-uitingen als financiële uitgaven, en rapporteren we maandelijks over onze financiën aan het bestuur. Daarnaast huren we regelmatig juridische expertise in, en laten we ons periodiek adviseren op het gebied van het voldoen aan wet- en regelgeving.

Omdat wij met veel persoonsgegevens (o.a. van donateurs) werken staat bij ons bescherming van deze gegevens hoog in het vaandel. Door het ingaan van de nieuwe privacywetgeving in mei 2018, hebben we hier extra aandacht aan gegeven. We sloten verwerkersovereenkomsten met onze verwerkers, brachten onze datastromen in kaart, werkten ons privacybeleid verder uit en voerden bewaartermijnen in. In mei 2018 lieten we een audit uitvoeren door compliance auditor DMCC. Daar kwam een audit-score uit van 77,99% compliant (gemiddelde branchescore 55,91%). In de tweede helft van 2018 voerden we de laatste aanbevelingen uit, die uit deze audit naar voren waren gekomen.

BLIK VOORUIT

Er is veel gebeurd in 2018. Niet alleen hebben we succesvolle campagnes gevoerd, maar we hebben ook geïnvesteerd in de interne organisatie op nationaal en internationaal gebied. In 2019 zetten we dit professionaliseringsproces verder in met een stabiel en deskundig team.

CAMPAGNES

We zetten onze campagnes onverminderd voort voor het recht op gezond, veilig en eerlijk eten. Met online acties maar ook op straat gaan we een groot publiek bereiken en informeren. Eind 2019 willen we een flinke stap verder zijn naar een meer transparante en integere voedingsindustrie. Hiervoor gaan we ook onze social media kanalen uitbreiden voor een groter bereik.

FINANCIËN

Wij werken toe naar financiële zelfredzaamheid op basis van donateursinkomsten. Daarbij gaan we nieuwe methoden onderzoeken voor een groter bereik en om de drempel tot doneren te verlagen. Ook gaan we proberen fondsen binnen te halen voor geoormerkte projecten. Het doel voor 2019 is een verbetering van de reserve en een gezonde financiële positie van foodwatch.

INTERNATIONAAL

Met onze permanente vertegenwoordiging in Brussel en de aandacht voor de Europese parlementsverkiezingen hopen we onze positie bij beleidmakers te versterken. Samen met onze collega's van de andere foodwatch kantoren gaan we internationale campagnes voeren.



WEET WAT JE EET!

DONEER NU

Omdat foodwatch geen geld aanneemt van de voedingsindustrie en geen overheidssubsidie ontvangt, zijn wij aangewezen op donaties.

Elke bijdrage helpt, ook met eenmalige donaties zijn we heel blij. Maar wil je onze lange adem mogelijk maken? Word dan donateur. Daarmee kan foodwatch jouw recht op eerlijk, veilig en gezond voedsel ook in de toekomst veiligstellen: weet wat je eet!

Ga snel naar foodwatch.nl/doneren. Je kunt uiteraard ook zelf geld overmaken naar NL43 TRIO 0390 3757 64 t.n.v. Stichting foodwatch Nederland te Amsterdam. Alvast bedankt!



D

THE ORANGE PAGES

SAMENVATTING FINANCIËLE RESULTATEN 2018

Foodwatch is onafhankelijk en ontvangt geen subsidie van overheden, de Europese Unie, of bijdragen uit de voedsel-industrie. Dankzij onze donateurs kunnen wij onze campagnes blijven voeren. In 2018 ontving foodwatch €495.252 aan particuliere donaties, €218.083 van ideële fondsen en €416 uit acties van derden.

Tevens heeft foodwatch Duitsland giften beschikbaar gesteld, bestemd voor samenwerking op het gebied van internationale campagnes, fondsenwerving & bedrijfsvoering. Deze giften bedroegen in totaal €4.434.

2018 is afgesloten met een positief resultaat van €51.015. De bijdrage van St. Adessium in 2018 was, naast de particuliere donaties, ruimschoots voldoende om de kosten te dekken; een nieuwe lening van foodwatch Duitsland is niet nodig geweest.

VERMOGENSBEHEER EN BESTEDINGSBELEID
foodwatch Nederland verkeert nog in de opbouwfase naar financiële zelfstandigheid, hierdoor is het eigen vermogen vooralsnog negatief. foodwatch Nederland heeft in 2018 voldoende eigen middelen, waardoor een dotatie van het resultaat van € 51.015 aan de continuïteitsreserve heeft kunnen plaatsvinden. Het streven is naar een juiste balans in inkomsten en kosten. Waarbij de inkomsten zoveel mogelijk uit eigen fondsenwerving komen.

We streven naar een continuïteitsreserve ter hoogte van maximaal anderhalf maal de jaarlijkse kosten van de werkorganisatie. Hiermee zou foodwatch aan de richtlijn ‘Financieel Beheer Goede Doelen’ voldoen. Onze inkomsten besteden we zoveel mogelijk in hetzelfde boekjaar aan de doelstelling. Middelen die niet direct worden besteed worden op een spaarrekening gezet.

foodwatch belegt niet met middelen die haar ter beschikking worden gesteld. Onze bestedingsratio, besteding aan de doelstelling ten opzichte van de totale baten, is in 2018 46%. In 2018 heeft foodwatch Nederland extra ingezet op werving van (inkomsten van) structurele donateurs: om het aandeel eigen fondsenwerving en de zelfredzaamheid te vergroten.

Ons kostenpercentage eigen fondsenwerving, de wervingskosten ten opzichte van de totale baten, is 22%. Dit heeft ook mede te maken met de extra inzet van middelen op fondsenwerving. Foodwatch Nederland streeft ernaar om dit percentage onder de 25% te houden.

BEKNOPT FINANCIËEL OVERZICHT 2018 (IN EURO'S)

	Realisatie 2018	Budget 2018	Realisatie 2017	Budget 2019
BATEN				
Baten van particulieren	495.252	525.549	422.437	581.743
Baten van verbonden organisaties zonder w.str.	4.434	53.000	117.187	97.000
Baten van andere organisaties zonder winststr.	218.083	210.000	196.900	6.625
Baten van loterijorganisaties	416	0	996	0
Som van de geworven baten	718.185	788.549	737.520	685.368
Overige baten	0	0	168	0
Som der baten	718.185	788.549	737.688	685.368
LASTEN				
Besteed aan doelstelling(en)				
Onderzoek	66.148	87.447	83.005	62.419
Informatie	165.371	218.618	207.512	156.049
Beleidsbeïnvloeding	99.223	131.171	124.507	93.629
	330.742	437.237	415.024	312.097
Wervingskosten	156.261	168.518	137.023	172.946
Beheer en administratie	180.167	170.670	151.191	180.346
Som der lasten	667.170	776.426	703.238	665.390
Resultaat	51.015	12.123	34.450	19.978
Bestedingspercentage	46%	55%	56%	46%
Wervingspercentage	22%	21%	19%	25%

BALANS PER 31 DECEMBER 2018 (NA RESULTAATBESTEMMING IN EURO'S)

ACTIVA	31-dec-18	31-dec-17
VASTE ACTIVA		
Immateriële vaste activa		
Software	4.615	8.197
	4.615	8.197
Materiële vaste activa		
Verbouwingen	3.108	4.173
Inventaris	7.370	9.854
	10.478	14.027
VLOTTENDE ACTIVA		
Vorderingen	15.234	10.359
	15.234	10.359
Liquide middelen	137.663	75.089
	137.663	75.089
TOTAAL	167.990	107.672
PASSIVA		
RESERVES EN FONDSEN		
Continuïteitsreserve	-479.735	-532.751
Bestemmingsfonds	6.000	8.000
	-473.735	-524.751
LANGLOPENDE SCHULDEN		
Lening foodwatch Duitsland	575.000	575.000
	575.000	575.000
KORTLOPENDE SCHULDEN		
Crediteuren	33.034	16.463
Belastingen en sociale verzekeringen	8.477	11.765
Overige schulden	25.214	29.195
	66.725	57.423
TOTAAL	167.990	107.672

STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2018 (IN EURO'S)

	Realisatie 2018	Budget 2018	Realisatie 2017
BATEN			
Baten van particulieren	495.252	525.549	422.437
Baten van verbonden organisaties zonder w.str.	4.434	53.000	117.187
Baten van loterijorganisaties	416	0	996
Baten van andere organisaties zonder winststr.	218.083	210.000	196.900
Som van de geworven baten	718.185	788.549	737.520
Overige baten	0	0	168
Som der baten	718.185	788.549	737.688
LASTEN			
Besteed aan doelstelling(en)			
Onderzoek	66.148	87.447	83.005
Informatie	165.371	218.618	207.512
Beleidsbeïnvloeding	99.223	131.171	124.507
	330.742	437.236	415.023
Wervingskosten	156.261	168.518	137.023
Beheer en administratie	180.167	170.670	151.191
Som der lasten	667.170	776.426	703.238
RESULTAAT			
	51.015	12.123	34.450
Toevoeging /onttrekking aan Continuïteitsreserve	51.015	12.123	34.450

BEZOLDIGING DIRECTIE 2018

DIRECTIE 2018

Naam
Functie
Dienstverband
Aard (looptijd)
Uren
Parttime percentage

I. Griek	J. Dufay
Directeur	Interim directeur
Onbepaald	Contract
40	23
100	56
1/1- 30/6	18/6 - 31/12

BEZOLDIGING (EUR)

JAARINKOMEN
Bruto loon/salaris
Vakantiegeld
Vaste eindejaarsuitkering
Jubileumuitkering / uitbetaling niet opgenomen vakantiedagen

34.165	51.833
2.341	-
-	-
986	-

TOTAAL

Belaste vergoedingen/bijtellings
Pensioenlasten (wg deel)
Pensioencompensatie
Overige beloningen op termijn
Uitkering beëindiging diensverband

37491	51.833
-	-
-	-
1.367	-
-	-
-	-

TOTAAL 2018

38.858	51.833
--------	--------

WAARDERINGSGRONDSLAGEN

Algemeen

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de Richtlijn Verslaggeving voor de Fondsenwervende Organisaties (RJ 650) van de Raad voor de Jaarverslaggeving. Doel van de richtlijn is inzicht te geven in de kosten van de organisatie en besteding van de gelden in relatie tot het doel van de organisatie.

• Verslaggevingsperiode

De jaarrekening is opgesteld uitgaande van de continuïteitsveronderstelling en een verslagperiode van een jaar. Het boekjaar valt samen met het kalenderjaar.

• Vergelijkende cijfers

De grondslagen van waardering van activa en passiva en resultaatbepaling zijn ten opzichte van voorgaand jaar ongewijzigd gebleven. In de toelichting op het vergelijkend cijfer kunnen wijzigingen voorkomen in de presentatie en rubricering. Dit is uitsluitend gebeurd ter verbetering van het inzicht.

• Doelstelling

Foodwatch is een consumentenrechtenorganisatie met als doel het aan de kaak stellen van misstanden in de voedingsindustrie, en het opkomen van de rechten van consumenten op gezond, eerlijk en veilig voedsel en om te weten wat je eet.

• Vestigingsplaats Amsterdam

• Continuïteit

De stichting heeft een positief resultaat gerealiseerd van €51.015. De langlopende en kortlopende schulden van de stichting overstijgen de totale activa met €473.735. Dit uit zich in een negatieve continuïteitsreserve. Door toevoeging van het resultaat van 2018 aan de continuïteitsreserve en dotatie vanuit het bestemmingsfonds; is deze gestegen van € -532.751 in 2017 naar € -479.735 in 2018.

De negatieve continuïteitsreserve is ontstaan doordat in de afgelopen jaren fors is geïnvesteerd in de naamsbekendheid en het creëren van een sterke foodwatch organisatie in Nederland. Deze aanloopkosten zijn gefinancierd door foodwatch Duitsland. foodwatch Duitsland heeft aangegeven de verstrekke, achtergestelde, financiering niet op korte termijn te zullen opeisen. Met foodwatch Duitsland is afgesproken dat groei en professionalisering prioriteit hebben. foodwatch Nederland is derhalve voornemens de lening in 10-15 jaar af te lossen. De totale lening bedraag per 31-12-2018 € 575.000

foodwatch Nederland heeft voor 2017 – 2019 van de Adessium Foundation een bijdrage van in totaal €450.000 ontvangen, waarmee geïnvesteerd kan worden in verdere zelfredzaamheid. De jaarrekening is derhalve opgesteld

WAARDERINGSGRONDSLAGEN

uitgaande van de continuïteitsveronder-
stelling van de stichting.

• **Grondslagen voor de waardering van activa en passiva en resultaatbepaling**

De grondslagen die worden toegepast voor de waardering van activa en passiva en de resultaatbepaling zijn gebaseerd op historische kosten. De activa en passiva worden opgenomen tegen nominale waarde. Een actief wordt in de balans opgenomen wanneer het waarschijnlijk is dat de toekomstige economische voordelen ervan naar de organisatie zullen toevloeien en de waarde daarvan betrouwbaar kan worden vastgesteld. Een verplichting wordt in de balans opgenomen wanneer het waarschijnlijk is dat de afwikkeling daarvan gepaard zal gaan met een uitstroom van middelen die economische voordelen in zich bergen en de omvang van het bedrag daarvan betrouwbaar kan worden vastgesteld.

Baten worden in de staat van baten en lasten opgenomen wanneer een vermeerdering van het economisch potentieel, samenhangend met een vermeerdering van een actief of een vermindering van een verplichting, heeft plaatsgevonden, waarvan de omvang betrouwbaar kan worden vastgesteld. Lasten worden verwerkt wanneer een vermindering van het economisch potentieel, samenhangend met een vermindering van een actief of een vermeerdering van een verplichting,

heeft plaatsgevonden, waarvan de omvang betrouwbaar kan worden vastgesteld. De baten en lasten worden toegekend aan de periode waarop zij betrekking hebben. De jaarrekening wordt gepresenteerd in euro's.

• **Materiële en immateriële vaste activa**

De immateriële en materiële activa worden gewaardeerd tegen de kostprijs, verminderd met de cumulatieve afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen. Afschrijvingen worden berekend als een percentage over de aanschafprijs volgens de lineaire methode op basis van de economische levensduur.

- Inventaris 20% op jaarbasis
- Verbouwingen 20% op jaarbasis
- Informatie technologie 20% op jaarbasis

• **Vorderingen en overlopende activa**

Vorderingen worden gewaardeerd tegen geamortiseerde kostprijs op basis van de effectieve-rentemethode, onder aftrek van een voorziening voor mogelijke oninbaarheid. De voorzieningen worden bepaald door beoordeling van individuele vorderingen.

• **Liquide middelen**

De liquide middelen staan, voor zover niet anders vermeld, ter vrije beschikking van de stichting.

• **Reserves**

De jaarrekening is opgesteld op basis van een continuïteitsveronderstelling. Een continuïteitsreserve wordt gevormd voor de dekking van risico's op korte termijn en om zeker te stellen dat de fondsenwervende instelling ook in de toekomst aan haar verplichtingen kan voldoen.

• **Langlopende en kortlopende schulden**

Langlopende en kortlopende schulden en overige financiële verplichtingen worden na eerste opname gewaardeerd tegen geamortiseerde kostprijs op basis van de effectieve-rentemethode. Aflossingsverplichtingen voor de komende jaren op de langlopende schulden zijn niet aan de orde.

• **Baten eigen fondsenwerving, donaties en giften**

Deze opbrengsten worden verantwoord in het jaar van ontvangst.

• **Baten van loterijorganisaties**

De bijdragen van loterijorganisaties worden verantwoord in en toegekend aan het boekjaar waarin ze zijn toegezegd.

• **Besteed aan doelstelling**

Bestedingen worden als last opgenomen in het jaar waarin de prestatie is geleverd.

• **Wervingskosten**

In de wervingskosten zijn inbegrepen alle kosten die gemaakt zijn om de totale baten uit eigen fondsenwerving te realiseren, te weten de directe verwervingskosten en de met de fondsenwerving verband houdende uitvoeringskosten van de organisatie.

• **Resultaten**

Resultaten worden bepaald door het verschil tussen baten en alle corresponderende kosten, die aan dat jaar kunnen worden toegewezen. De kosten worden bepaald middels de aan het jaar toegewezen activiteiten.

TOELICHTING OP DE BALANS PER 31 DECEMBER 2018 (IN EURO'S)

	Software		
VASTE ACTIVA			
IMMATERIËLE VASTE ACTIVA			
BOEKWAARDE PER 1 JANUARI 2018			
Aanschafwaarde	17.909		
Gecumuleerde afschrijvingen	-9.712		
Boekwaarde	8.197		
VERANDERINGEN IN HET LOPENDE JAAR			
Investeringsen	0		
Afschrijvingen	-3.582		
	-3.582		
BOEKWAARDE PER 31 DECEMBER 2018			
Aanschafwaarde	17.909		
Gecumuleerde afschrijvingen	-13.294		
Boekwaarde	4.615		
MATERIËLE VASTE ACTIVA			
BOEKWAARDE PER 1 JANUARI 2018			
Aanschafwaarde	5.326	27.091	32.417
Gecumuleerde afschrijvingen	-1.153	-17.237	-18.390
Boekwaarde	4.173	9.854	14.027
VERANDERINGEN IN HET LOPENDE JAAR			
Investeringsen	0	0	0
Desinvestering	0	0	0
Afschrijvingen	-1.065	-2.484	-3.549
Desinvestering afschrijvingen	0	0	0
	-1.065	-2.484	-3.549
BOEKWAARDE PER 31 DECEMBER 2018			
Aanschafwaarde	5.326	27.091	32.417
Gecumuleerde afschrijvingen	-2.218	-19.721	-21.939
Boekwaarde	3.108	7.370	10.478

De afschrijvingspercentages zijn:
software: 20% op jaarbasis, inventaris: 20% op jaarbasis, verbouwingen: 20% op jaarbasis

	31-dec-18	31-dec-17		
VLOTTENDE ACTIVA				
VORDERINGEN EN OVERLOPENDE ACTIVA				
Vooruitbetaalde kosten	14.230	10.359		
Overige vorderingen	1.004	0		
	15.234	10.359		
LIQUIDE MIDDELEN				
Triodosbank, spaarrekening	115.000	50.000		
Triodosbank, lopende rekening	10.772	9.433		
Triodosbank, donateursrekening	11.829	15.488		
Kas	62	168		
	137.663	75.089		
EIGEN VERMOGEN				
CONTINUÏTEITSRESERVE				
Positie per 1 januari	-532.751	-569.201	Het bestemmingsfonds betreft een geoormerkte donatie die betrekking heeft op meerdere jaren; 2017-2021.	
Overschot/tekort in het jaar	51.016	34.450		
Dotatie vanuit bestemmingsreserve	2.000	2.000		
Positie per 31 december	-479.735	-532.751	De rente op de langlopende lening ad 575K van foodwatch Duitsland betreft 0%.	
BESTEMMINGSFONDS				
Positie per 1 januari	8.000	10.000	Er zijn geen terugbetalingen gedaan en geen aflossingsverplichtingen van toepassing.	
Onttrekking t.g.v. de continuïteitsreserve	-2.000	-2.000		
Positie per 31 december	6.000	8.000	In 2018 is er verder geen lening van foodwatch Duitsland ontvangen en de verwachting is dat dit voor 2019 ook niet het geval zal zijn.	
LANGLOPENDE SCHULDEN				
Lening foodwatch Duitsland	31 dec 18	31 dec 17		
	575.000	575.000		
	575.000	575.000		
KORTLOPENDE SCHULDEN				
CREDITEUREN				
Crediteuren	33.034	16.463	Niet uit de balans blijken de verplichting:	
	33.034	16.463		
BELASTINGEN EN PREMIES SOCIALE VERZEKERINGEN				
Belastingen en premies sociale verzekeringen	8.477	11.765	Het huurcontract wordt jaarlijks stilzwijgend verlengd met een opzegtermijn van 2 maanden. De huurverplichting voor 2019 bedraagt € 2.070 per maand inclusief service kosten en een schoonmaakvergoeding.	
	8.477	11.765		
OVERIGE SCHULDEN				
Overige schulden	8.400	8.541		
Reservering vakantiegeld en dagen	16.814	15.654		
Vooruit ontvangen bedragen	0	5.000		
	25.214	29.195		

TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2018

	Realisatie 2018	Budget 2018	Realisatie 2017
INKOMSTEN UIT EIGEN FONDSENWERVING			
Baten van particulieren	495.252	525.549	422.437
Baten van verbonden org. zonder w.str.	4.434	53.000	117.187
Baten van loterijorganisatie	416	0	996
	500.102	578.549	540.620

De baten van particulieren zijn met 17% gestegen, een absolute stijging van €72.815. foodwatch Duitsland heeft de organisatie gesteund met €4.434.

BATEN VAN ANDERE ORGANISATIES ZONDER WINSTSTREVEN

Adessium	200.000	200.000	153.000
Fred Foundation	0	0	21.400
St. Oude Rande Fundatie	10.000	10.000	10.000
Stichting A & A	5.000	0	12.500
St. Somo	3.083	0	0
	218.083	210.000	196.900

foodwatch Nederland heeft een meerjarenbijdrage toegezegd gekregen van St. Adessium voor de periode 2017-2019 van in totaal €450.000. In 2018 is €200.000 ontvangen. Per eind 2018 is inmiddels €353.000 ontvangen. De bijdrage voor 2019 bedraagt €97.000. Ook heeft foodwatch Nederland een drietal bijdragen van andere stichtingen mogen ontvangen.

Som van de geworven baten	718.185	788.549	737.520
---------------------------	---------	---------	---------

DIVERSEN BATEN			
Overige baten	0	0	168
	0	0	168

KOSTEN FONDSENWERVING			
Telemarketing en online werving	102.191	94.500	76.114
Administratie van donateurs	20.611	25.336	21.656
	122.803	119.836	97.770

foodwatch Nederland heeft extra ingezet op werving van (inkomsten van) structurele donateurs; om het aandeel eigen fondsenwerving en de zelfredzaamheid te vergroten.

MEDIA EN CAMPAGNES			
Campagnes	56.727	87.020	116.216
Media	21.638	40.966	23.347
	78.365	127.986	139.563

In 2018 werkte foodwatch het grootste deel van het jaar met een kleiner campagne team dan in 2017; dit heeft ertoe geleid dat er minder kosten zijn gemaakt. In de begroting was rekening gehouden met een 3 campaigners in 2018; van september t/m december bestond het team uit 3 personen, de rest van het jaar uit 2 personen.

	Realisatie 2018	Budget 2018	Realisatie 2017
PERSONEELSKOSTEN			
Bruto salaris	317.164	320.470	305.866
Sociale verzekeringen	43.341	51.092	50.426
Pensioenen	2.105		
Overige personeelskosten	19.959	22.978	19.941
	382.570	394.540	376.233

Op 31 december 2018 waren er 6 medewerkers in dienst bij foodwatch, gemiddeld waren er 4,9 fte in dienst in 2018. Per 31-12-2018 was de positie van directeur vacant. Sinds 2019 is het team op volle sterkte; inclusief per 18 maart 2019 een nieuwe directeur, het campagne team bestaat in 2019 uit 2 campaigners. Het personeel krijgt 4% van brutoloon als bijdrage voor een oudedagsvoorziening en de mogelijkheid gebruik te maken van een pensioenaanbieder tegen vergoeding van de kosten van de pensioenaanbieder. Het bestuur is onbezoldigd en ontvangt alleen een onkostenvergoeding voor de reële kosten die zij maken voor hun bestuurswerk.

HUISVESTINGSKOSTEN			
Huur	20.140	20.754	19.523
Schoonmaak	4.593	4.626	4.593
Overige huisvestingskosten	396	159	475
	25.128	25.539	24.591

KANTOOR- EN ALGEMENE KOSTEN			
Reiskosten	6.301	14.000	15.151
Representatie	383	479	345
Bestuurskosten	536	520	531
Contributies en abonnementen	1.006	4.144	1.478
Telefoon	951	945	1.377
Administratie	3.811	3.954	5.220
Automatiseringskosten	16.144	17.820	16.836
Accountantskosten	8.043	6.000	5.108
Bankkosten	369	364	211
Overige kosten	13.631	53.649	11.839
	51.174	101.875	58.096

Ook op de kantoor - en algemene kosten is de invloed te zien van een kleiner campagne team. Een voor evaluatie geormerkt bedrag uit de Adessium bijdrage, €25k in budget ‘overige kosten’, mag vrij worden besteed. Dit bedrag is via de resultaatverdeling toegeval len aan de continuïteitsreserve eind 2018.

AFSCHRIJVINGSKOSTEN			
Software	1.065	994	1.065
Verbouwingen	2.484	2.316	2.338
Inventaris	3.582	3.340	3.582
	7.131	6.650	6.985

Verder ondersteunt Google ons werk met een regeling; we mogen deelnemen aan het Google Ad Grants Pro programma. Hiermee verkregen we in 2018 gratis advertentieruimte (Google Ads) binnen de Google zoekmachine, ter waarde van € 201.256.

TOELICHTING LASTENVERDELING

	Besteed aan doelstellingen			Wervingskosten	Beheer & administratie
	Onderzoek	Informatie	Beleids-beïnvloeding		
Media en campagnes	15.673	39.182	23.509	0	0
Wervingskosten	0	0	0	122.803	0
Personeelskosten	42.570	106.425	63.855	28.218	141.501
Huisvestingskosten	2.796	6.990	4.194	1.853	9.294
Kantoor- en algemene kosten	4.316	10.789	6.474	2.861	26.735
Afschrijvingen	794	1.984	1.190	526	2.638
	66.148	165.371	99.223	156.261	180.167

	Realisatie 2018	Budget 2018	Realisatie 2017	Budget 2019
Media en campagnes	78.365	145.806	156.399	88.825
Wervingskosten	122.803	119.836	97.770	132.917
Personeelskosten	382.570	394.540	376.233	344.226
Huisvestingskosten	25.128	26.628	25.680	25.480
Kantoor- en algemene kosten	51.174	82.966	40.171	65.920
Afschrijvingen	7.131	6.650	6.985	8.022
	667.170	776.426	703.238	665.390

TOELICHTING
De administratieve grondslagen komen overeen met de voorgaande jaren.
De verdeling van de kosten over de doelstellingen ‘Onderzoek’, ‘Informatie’ en ‘Beleidsbeïnvloeding’ is op basis van de volgende criteria vastgesteld:

- * direct toerekenbare kosten worden direct toegerekend;
- * niet direct toerekenbare kosten worden toegerekend aan de hand van een berekening van de brutoloonkosten. Deze zijn gewogen aan de hand van de activiteiten door medewerkers besteed.

Wervingskosten’ en ‘Beheer en administratie’ zijn op overeenkomstig wijze toegerekend.

Het doel van foodwatch is om volledige transparantie binnen de voedselketen te realiseren en consumenten te beschermen tegen gezondheidsrisico’s en fraude. Alle inspanningen en kosten om financiële steun voor de organisatie te realiseren zijn samengebracht onder wervingskosten. In 2018 investeerden we in het verkrijgen van baten middels werving van donateurs en het indienen van projectvoorstellen bij vermogensfondsen. Onder beheer en administratie staan de doorberekende kosten benodigd voor management, planning & control, en administratie. Hoewel essentieel, dragen deze kosten noch bij aan de doelstellingen, noch aan de fondsenwerving.

Verdeling directe kosten ad doelstelling obv % jaarrekening 2017

Onderzoek	20%
Informatie	50%
Beleidsbeïnvloeding	30%

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur van Stichting foodwatch Nederland

A. VERKLARING OVER DE IN HET JAARVERSLAG OPGENOMEN JAARREKENING 2018

Ons oordeel

Wij hebben de in het jaarverslag op pagina 48 tot en met 58 opgenomen jaarrekening 2018 van Stichting foodwatch Nederland gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in deze jaarverantwoording opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting foodwatch Nederland per 31 december 2018 en van het saldo van baten en lasten over 2018 in overeenstemming de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2018;
2. de staat van baten en lasten over 2018; en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

De basis voor ons oordeel

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie ‘Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening’.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting foodwatch Nederland zoals vereist in de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags- en beroepsregels accountants (VGBA).

Wij vinden dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

B. VERKLARING OVER DE IN HET JAARVERSLAG OPGENOMEN ANDERE INFORMATIE

Naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij, omvat het jaarverantwoording andere informatie, die bestaat uit:

- het jaarverslag;
- de overige toelichtingen (bijlagen).

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie:

- met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat;
- alle informatie bevat die op grond van de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650 vereist is.

Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de jaarrekeningcontrole of anderszins, overwogen of de andere informatie materiële afwijkingen bevat. Met onze werkzaamheden hebben wij voldaan aan de vereisten in de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650 en de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening. De directeur-bestuurder is verantwoordelijk voor het opstellen van het jaarverslag in overeenstemming met de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650 en RJ 400.

C. BESCHRIJVING VAN VERANTWOORDELIJKHEDEN MET BETREKKING TOT DE JAARREKENING

Verantwoordelijkheden van het bestuur voor de jaarrekening

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met de in Nederland geldende Richtlijn voor de Jaarverslaggeving 650: Fondsenwervende Organisaties. In dit kader is het bestuur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel.

Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate maar geen absolute mate van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten en fraude ontdekken.

Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Wij hebben deze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controlestandaarden, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel

- belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing;
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit;
 - het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door de beheerder en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan;
 - het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat de stichting haar continuïteit niet langer kan handhaven;
 - het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen;
 - het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

Wij communiceren met de directie onder andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante bevindingen die uit onze controle naar voren zijn gekomen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing.

Uitgeest, 19 juni 2019

Maatschap WEA Noord-Holland
Molenwerf 48
1911 DB Uitgeest

O. Zijp RA



**FOODWATCH NEDERLAND
DE WITTENSTRAAT 25
1052 AK AMSTERDAM
NEDERLAND**

**020 774 1079
FOODWATCH.NL
CONTACT@FOODWATCH.NL**

 **FACEBOOK.COM/FOODWATCHNL**

 **@FOODWATCH_NL**