



**foodwatch** 

**Jaarverslag 2025**

## INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	02
ONZE MISSIE EN VISIE	04
ONZE CAMPAGNES IN 2025	05
MONITORING EN EVALUATIE	09
ONZE GROTE ACHTERBAN	10
ONS BEREIK	10
HIGHLIGHTS FOODWACHT IN DE MEDIA 2025	11
DE ORGANISATIE EN FINANCIËN	13
FONDSENWERVING	14
ORGANISATIE	15
FINANCIEEL OVERZICHT	17

## VOORWOORD

Iedereen heeft recht op eerlijk, veilig en gezond voedsel. Toch staat dat recht nog altijd onder grote druk. Terwijl gezonde boodschappen voor veel mensen nauwelijks betaalbaar zijn geworden, blijven grote spelers in de voedselketen hoge winsten boeken. Tegelijkertijd worden consumenten nog steeds misleid met mooie verpakkingen, loze gezondheidsclaims en marketing die vooral de verkoop dient en niet onze gezondheid.

Ook in 2025 zagen we hoe economische belangen te vaak zwaarder wegen dan het publieke belang. Kinderen worden nog altijd onvoldoende beschermd tegen de marketing van ongezonde producten. Schadelijke stoffen en risicovolle productiemethoden blijven een bedreiging voor mens, dier en milieu. Telkens opnieuw blijkt dat transparantie, toezicht en handhaving in het voedselsysteem geen vanzelfsprekendheid zijn, maar iets waarvoor blijvend gevochten moet worden.

Voor Foodwatch was 2025 daarom een jaar van actie op meerdere fronten. We kwamen in onze verkiezingscampagne op voor consumenten die steeds meer betalen voor hun boodschappen, terwijl bedrijven recordwinsten maken. We bleven misleiding op voedselverpakkingen en in reclame blootleggen. We voerden druk op politiek en bedrijfsleven op om kinderen beter te beschermen tegen agressieve voedselmarketing. En we bleven waarschuwen voor de risico's van pesticiden en een voedselsysteem waarin gezondheid en duurzaamheid te vaak ondergeschikt zijn aan winst.

Adequaat voedsel is een mensenrecht. Daarvoor vecht foodwatch. Als kritische maatschappelijke organisatie geven wij consumenten een stem. Wij zetten ons in voor het recht om te weten wat we eten, voor eerlijke informatie en voor voedsel dat mens, dier en milieu niet schaadt.

In dit jaarverslag leest u meer over onze campagnes, resultaten en de donaties die dit werk mogelijk maken. Dankzij de steun van onze achterban konden wij ook dit jaar druk blijven uitoefenen waar dat het hardst nodig was.

Wij wensen u veel leesplezier.

Nicole van Gemert, directeur

Sofie van der Meulen, voorzitter

# FOODWATCH



## 3 DOELSTELLINGEN

EERLIJK ETEN

VEILIG ETEN

GEZOND ETEN

## 5 CAMPAGNETHEMA'S



Voeding en  
Gezondheid



Misleiding  
en Fraude



Schadelijke  
Stoffen



Politieke en  
Wetenschappelijke  
Integriteit



Mens, Dier  
en Milieu

## ONZE MISSIE EN VISIE

### DE DROOM VAN FOODWATCH

Iedereen heeft recht op eerlijk, veilig en gezond eten. Integriteit en transparantie in de voedselketen zijn belangrijke voorwaarden om te kunnen rekenen op eten waarmee niet geknoeid is. Als consumenten organisatie willen we dat de consumentenrechten en volksgezondheid gewaarborgd worden. We willen dat de industrie en overheid hiervoor hun verantwoordelijkheid nemen, in plaats van enkel te wijzen naar de consument. 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

Helaas moet het consumentenbelang vaak het onderspit delven voor dat van bedrijven: zo veel mogelijk winst maken staat centraal. De politiek beschermt de consument veel te weinig. Via winstgevend maar ongezond junkfood, (misleidende) marketing, frauduleuze praktijken en het gebruik van schadelijke stoffen overtreden bedrijven keer op keer onze consumentenrechten. En ze komen hier – door hun enorme lobby en invloed op het voedselbeleid – maar al te vaak mee weg. Sterkere wet- en regelgeving is noodzakelijk om de rechten van de consument te waarborgen: de politiek moet haar verantwoordelijkheid nemen.

### AANPAK

Individuele consumenten zijn niet opgewassen tegen de machtige voedselindustrie en het gebrek aan wet- en regelgeving. Daarom is foodwatch er. Wij mobiliseren consumenten. Samen strijden we voor betere regulering, handhaving, naleving en controle. Samen verdedigen we ons recht op veilig, gezond en eerlijk eten. 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 juridische stappen, 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, Nederland en Oostenrijk. Verder hebben we een internationaal kantoor en vertegenwoordigers in Brussel.

## ONZE CAMPAGNES IN 2025

### **NAAR BRUSSEL MET 200.000 HANDTEKENINGEN TEGEN MINERALE OLIE**

Na jarenlange inzet om kankerverwekkende minerale olie uit voedsel te weren, kwam er in 2025 eindelijk beweging: een Europees verbod werd serieus besproken. Juist omdat de uiteindelijke wettekst nog niet vastlag en de industrie probeerde de regels af te zwakken, hebben we in januari een krachtig signaal afgegeven in Brussel. We overhandigden onze online petitie aan de Europese Commissie, gesteund door meer dan 200.000 consumenten uit Nederland, Duitsland, Frankrijk en Oostenrijk. Daarmee maakten we zichtbaar dat dit geen technisch dossier is voor lobbyisten achter gesloten deuren, maar een kwestie van volksgezondheid die burgers in meerdere landen raakt. Het resultaat is dat het onderwerp met extra politieke urgentie op tafel bleef in de fase waarin details nog te beïnvloeden zijn, precies het moment waarop publieke druk het verschil kan maken.

### **OFFICIEEL 1 JAAR NUTRI-SCORE IN NEDERLAND**

In januari 2025 markeerde Nutri-Score zijn eerste verjaardag als officieel voedselkeuzelogo in Nederland. Dat is een belangrijke mijlpaal, omdat consumenten daarmee een herkenbaar, wetenschappelijk onderbouwd en onafhankelijk systeem hebben om producten binnen een categorie beter te vergelijken. Foodwatch heeft Nutri-Score jarenlang verdedigd tegen verwatering en tegen pogingen van de industrie om verwarring te zaaien. Dat Nutri-Score nu officieel is, betekent niet dat we klaar zijn: het blijft in Nederland vrijwillig, terwijl juist verplichting nodig is om écht effect te bereiken. De winst van 2025 is dat het logo verder is genormaliseerd in het schap en dat het debat verschuift naar de logische volgende stap: wettelijke verplichting, in Nederland én uiteindelijk in de hele EU.

### **SUCCESS TEGEN ‘OPLICHTER-EI’**

Misleidende eierdoosjes waren ook in 2025 een concreet voorbeeld van hoe marketing consumenten een rooskleurig beeld kan geven dat niet klopt met de werkelijkheid. Door vogelgriep worden kippen steeds vaker en langer op-gehokt, soms maanden achtereen. Toch bleven verpakkingen de indruk wekken dat kippen “vrij buiten” scharrelden, ook wanneer dat niet mogelijk was. Na ruim een jaar klachten indienen boekten we resultaat: Jumbo en Albert Heijn pasten hun verpakkingen aan en stopten met deze misleiding. Dat is belangrijk, omdat het direct het dagelijkse aankoopmoment raakt. De impact is tastbaar: miljoenen consumenten krijgen eerlijkere informatie, en de aanpassing door grote marktspelers zet een norm waar andere retailers moeilijk omheen kunnen.

### **IEDERE DAG MINSTENS ÉÉN MELDING TEGEN MISLEIDING**

In 2025 groeide onze misleidings-app uit tot een structureel instrument om misleiding, kindermarketing en andere misstanden sneller te signaleren. We lanceerden de applicatie eerder, maar in 2025 zagen we het effect in de praktijk: we ontvingen dagelijks minimaal één nieuwe melding. Dat betekent dat honderden consumenten ons weten te vinden. Voor foodwatch levert dit een continue stroom aan signalen op die we kunnen analyseren, bundelen en omzetten in dossiers en acties. De impact gaat dus verder dan individuele klachten: de meldingen versterken onze bewijspositie en maken het mogelijk sneller te reageren op nieuwe marketingtrucs.

## **MEER DAN 350.000 EUROPESE BURGERS EISEN VERBOD OP ASPARTAAM**

Aspartaam is een zoetstof die weinig aantoonbaar voordeel biedt, terwijl er steeds meer zorgen zijn over mogelijke gezondheidseffecten. Daarom zetten we in 2025 stevig in op een EU-breed verbod op basis van het voorzorgprincipe. In februari lanceerden we samen met partners een petitie, en in oktober overhandigden we 350.000 handtekeningen aan de Europese Commissie, samen met onder andere de Franse Kankerstichting (Ligue contre le cancer) en Yuka. Hiermee maakten we duidelijk dat dit geen nichekwestie is, maar een breed gedeelde Europese zorg. De opbrengst van 2025 is tweeledig: het onderwerp kreeg grotere politieke zichtbaarheid én de internationale coalitie rond dit dossier werd sterker, waardoor druk op EU-beleid toeneemt.

## **IN ACTIE OP DE PESTICIDEN VRIJ-DAG**

Pesticiden blijven een probleem waar de menselijke en ecologische schade steeds zichtbaarder wordt. In april sloten we ons aan bij de grote landelijke manifestatie Pesticiden Vrij-dag in Den Haag, geïnitieerd door de Parkinson Vereniging. Samen met organisaties als Natuur & Milieu, Pesticide Action Network, Urgenda, de FNV en anderen lieten we zien dat de roep om verandering breed gedragen is. Foodwatch bracht in dit protest de link tussen landbouwgif en voedsel expliciet onder de aandacht: wat op het land wordt gespoten, eindigt uiteindelijk op ons bord. De impact van deze actie zit in de versterking van het maatschappelijke front en in het vergroten van politieke druk: hoe groter en zichtbaarder het bondgenootschap, hoe lastiger het wordt voor beleidsmakers om te blijven uitstellen. We hebben heel goede terugkoppeling gehad van onze achterban en nieuwe sympathisanten geworven die dag.

## **LOZE BELOFTEN KUN JE NIET ETEN!**

In 2025 werd de betaalbaarheid van boodschappen voor steeds meer mensen een dagelijkse zorg, terwijl supermarkten recordwinsten boekten en fabrikanten prijzen verder opdreven. Foodwatch maakte duidelijk dat 'toekijken' geen optie is: uit onze opiniepeiling uitgevoerd door Motivaction bleek dat 77% van de Nederlanders vindt dat de regering te weinig doet tegen hoge boodschappenprijzen. Rond de verkiezingen van 29 oktober legden we daarom zeven concrete eisen op tafel om politiek ingrijpen af te dwingen. Ook na de verkiezingen bleef dit actueel, juist omdat de formatie doorliep en belangrijke keuzes nog gemaakt moesten worden. De impact van deze campagne is dat er een helder, publiek meetbaar eisenpakket ligt waarmee kiezers, media en Kamerleden het kabinet kunnen aanspreken op daden in plaats van woorden. Er zijn uiteindelijk 13.000 protestemails verstuurd en de petitie is nu gesloten omdat het kabinet is gevormd.

## **OVERWINNING: ACM KOMT IN ACTIE TEGEN DURE BOODSCHAPPEN**

Na maanden druk kwam er in 2025 eindelijk beweging: de Autoriteit Consument & Markt (ACM) kondigde aan te gaan onderzoeken waarom boodschappen in Nederland duurder zijn dan in buurlanden. Dit gebeurde niet vanzelf, maar door een combinatie van politieke druk, een Tweede Kamermotie en consumenten die niet accepteerden dat eten een luxeproduct wordt. Voor foodwatch is dit een belangrijk resultaat, omdat onderzoek door de toezichthouder een noodzakelijke stap is richting mogelijke handhaving en structurele maatregelen. Tegelijkertijd benadrukken we dat dit pas het begin is: het onderzoek moet leiden tot conclusies en concrete acties die consumenten écht helpen.

## **PAKHUIS DE ZWIJGER X FOODWATCH: “EERLIJK VOEDSEL, OF DURE LEUGENS?”**

Op 20 oktober 2025 brachten we in Pakhuis de Zwijger in Amsterdam politiek, publiek en foodwatch-thema's samen in één goedbezochte avond: een live verkiezingsdebat én pub quiz. We kozen bewust

voor een mix van inhoud en interactie: samen met politici en het publiek ontrafelden we claims op etiketten, testten we kennis en bespraken we hoe marketing consumenten beïnvloedt. De impact van deze avond zit in betrokkenheid: mensen krijgen niet alleen informatie, maar ervaren ook hoe misleiding werkt. Dat versterkt het kritische consumentenbewustzijn én vergroot de achterban die meehelpt om druk op politiek en bedrijven op te bouwen.

## **ONLINE DOSSIER: ULTRA-BEWERKTE VOEDINGSMIDDELEN**

De zomer van 2025 bracht veel media-aandacht voor ultra-bewerkte voedingsmiddelen (UPF), en Foodwatch speelde daarop in door een uitgebreide artikelreeks te publiceren. Daarmee gaven we duiding aan een onderwerp dat veel mensen herkennen, maar dat zonder uitleg al snel abstract blijft. We lieten zien hoe groot het aandeel UPF in het Nederlandse eetpatroon is en waarom dat problematisch is: deze producten bevatten vaak veel suiker, zout en vet, plus toevoegingen, terwijl ze weinig echte voedingswaarde bieden. Tegelijkertijd worden ze agressief gepromoot, zelfs richting kinderen, terwijl fabrikanten niet hoeven te melden of iets ultra-bewerkt is. De impact van dit dossier is dat het een toegankelijke basis vormt voor publiek debat en voor vervolgcampagnes over transparantie, marketing en productnormen.

## **VERKENNING: STOP DE UITVERKOOP VAN WETENSCHAP**

In 2025 publiceerden we een nieuwe verkenning binnen het dossier ‘Stop de uitverkoop van de wetenschap. Aanleiding waren meerdere recente voorbeelden waarin de voedselindustrie wetenschap probeert te beïnvloeden, van het inkopen van onderzoek om Europese groene doelen te ondermijnen tot persoonlijke aanvallen op wetenschappers die betrokken zijn bij Nutri-Score. Door deze voorbeelden te bundelen, maken we het patroon zichtbaar: het gaat niet om incidenten, maar om structurele strategieën om beleid te sturen via ‘wetenschappelijke’ schijnzekerheid. De impact van deze verkenning is dat media, beleidsmakers en partners concreet materiaal hebben om belangenverstrengeling te herkennen en te benoemen - een noodzakelijke basis voor strengere transparantieregels en voor bescherming van onafhankelijke wetenschap. Ons manifest voor een onafhankelijke wetenschap is inmiddels bijna 15.000 maal ondertekend.

## **ZOUTMAXDAG: INSTANT NOEDELS LEKKER MAKKELIJK, MAAR VAAK TE ZOUT**

Ons marktonderzoek naar instant noedels liet in 2025 zien hoe extreem ongezond “gemaks-eten” soms kan zijn. In de producten die we onderzochten, kwamen zoutgehaltes voor die ver boven gezonde grenzen liggen. De top-5 met het hoogste zoutgehalte bevatte gemiddeld 7,5 gram zout: ongeveer 150% van de maximale dagelijks aanbevolen hoeveelheid volgens de WHO. Dat betekent dat één portie je in één klap over je dag limiet kan duwen, en bij de meest zoute varianten zelfs richting twee dagen. Met Zoutmaxdag maken we dat zichtbaar en begrijpelijk, zodat consumenten én beleidsmakers de ernst niet kunnen wegpoetsen. De impact zit in de druk op producenten en retailers om recepten aan te passen, en in de onderbouwing voor stevigere afspraken of normen over zoutreductie.

## **VERBOD OP TERMEN ALS ‘VEGAWORST’ IN STRIJD MET EU-RECHT**

In Brussel leefde in 2025 opnieuw het plan om termen als ‘worst’, ‘burger’ of ‘schnitzel’ te verbieden op plantaardige producten. Foodwatch ziet dit als symboolpolitiek die de agro-industrie helpt en consumenten juist niet beter informeert. Daarom lieten we een juridisch advies opstellen waaruit blijkt dat zo’n verbod in strijd is met het Europees recht. Toen het onderwerp op 10 december opnieuw op de agenda stond, hebben we dat advies ingezet om beleidsmakers te confronteren met de juridische realiteit: de EU moet haar eigen regels volgen en niet optreden als taalpolitie. De impact is dat we het

debat terugbrengen naar de kern, transparante informatie voor consumenten, en dat we tegenwicht bieden aan lobby die de plantaardige transitie probeert te remmen.

## **VERBODEN DIERENDAG: DIEREN VERSTOPT IN INGREDIËNTEN**

Rond Dierendag (4 oktober) lieten we in 2025 zien hoe vaak dierlijke ingrediënten onzichtbaar verdwijnen in alledaagse producten. Niet alleen in vleeswaren, maar ook in snacks, toetjes en sauzen. Met voorbeelden als gelatine of vage aanduidingen in ingrediëntenlijsten maakten we duidelijk dat consumenten regelmatig niet weten welke dieren er precies in hun eten zitten, en dat producenten niet altijd hoeven te specificeren om welke diersoort het gaat. De impact van deze actie is bewustwording, maar ook iets groters: het legt een concreet probleem bloot in de etiketteringsregels. Voor mensen die om ethische, religieuze of andere redenen willen kiezen, is helderheid geen luxe maar een basisrecht.

## **STOP DE GROTE GIFROUTE**

Terwijl de Europese pesticiden industrie bloeit, lijden wereldwijd elk jaar miljoenen mensen aan acute vergiftigingsverschijnselen of chronische ziekten die worden veroorzaakt door pesticiden. Drie van de grootste pesticiden producenten ter wereld, BASF, Bayer AG en Syngenta, blijven pesticiden die in de EU verboden zijn produceren en exporteren naar landen waar de nationale wetgeving mens en milieu nog minder goed beschermt dan in Europa. Residuen van deze pesticiden komen via de import van voedsel in de EU terecht. Met als gevolg schadelijke en verboden pesticiden op je bord. Zolang deze bedrijven verboden pesticiden blijven produceren, zullen mens en milieu hier wereldwijd onder blijven lijden. Foodwatch wil dat deze productie en handel stopt en voert samen met haar coalitiepartners een intensieve campagne op dit onderwerp.

## **SUIKERMAXDAG: KINDEREN TE VROEG AAN HUN JAARLIMIET**

Op vrijdag 26 september 2025 organiseerden we de eerste Suikermaxdag van het jaar: het moment waarop kinderen van 4 tot 11 jaar hun jaarlijkse aanbevolen hoeveelheid vrije suikers al hebben binnengekregen, met nog een kwart jaar te gaan. Daarmee maakten we in één datum zichtbaar wat anders statistiek blijft. We lieten bovendien zien hoe snel het gaat door ‘combi-deals’ en bewerkte snacks en dranken: één aanbieding kan al (bijna) over de grens van de aanbevolen hoeveelheid vrije suikers duwen, voor zowel kinderen als volwassenen. De impact is dat suiker niet langer alleen een ‘individuele keuze’ lijkt, maar zichtbaar wordt als een systeemprobleem van aanbod, promotie en kindermarketing. Dit geeft extra druk voor maatregelen die verder gaan dan vrijblijvende afspraken.

## **BESCHERM KINDEREN TEGEN ENERGIEDRANK**

In november 2025 lanceerden we ons rapport *Opgepept en uitgeput*, waarin we laten zien hoe energiedrankjes niet alleen lichamelijke, maar ook mentale schade kunnen veroorzaken bij kinderen en jongeren. Tegelijkertijd tonen we hoe marketing op sociale media, in sport en in games, energie drank positioneert als stoer en prestatie bevorderend. Foodwatch pleit al jaren, samen met artsen, scholen en maatschappelijke organisaties, voor een verkoopverbod aan minderjarigen. In december brachten we onze expertise naar het Europees Parlement tijdens een hoorzitting. Op uitnodiging van het Parlement gaven we een presentatie over de schadelijke gevolgen van energiedrankmarketing voor kinderen en jongeren en gingen we in gesprek met Europarlementariërs. Dit is essentieel omdat veel marketing grensoverschrijdend is en zich vooral online afspeelt; nationale regels schieten daar vaak tekort. De impact van onze bijdrage is dat energiedrankmarketing nadrukkelijker wordt gezien als Europees consumenten- en gezondheidsvraagstuk, en dat de roep om EU-brede maatregelen sterker wordt.

## **BLIK VOORUIT 2026**

In 2026 bouwen we voort op de resultaten van 2025, maar met dezelfde urgentie als altijd: eerlijk, veilig en gezond voedsel is geen luxe, het is een basisvoorwaarde. De druk op consumenten neemt toe door hoge prijzen, agressieve marketing en een overvloed aan ultra bewerkte producten. Tegelijkertijd zien we dat maatschappelijke steun groeit en dat politiek en toezichthouders in beweging kunnen komen als wij blijven duwen. Daarom blijven we in 2026 strijdbaar en vasthoudend: met onderzoek, campagnes, juridische stappen waar nodig en een steeds sterkere community die misleiding zichtbaar maakt.

Op Europees niveau zetten we door op dossiers waar de uitkomst nog niet vastligt. Bij minerale olie in voedsel blijven we de besluitvorming scherp volgen en voeren we druk op om een verbod niet te laten verwateren door uitzonderingen of lange overgangstermijnen. Ook rond aspartaam blijven we het voorzorgprincipe verdedigen en bouwen we verder aan de Europese coalitie die dit onderwerp op de agenda houdt. En wanneer de EU opnieuw afgeleid dreigt te raken door symboolpolitiek, zoals het beperken van termen voor plantaardige producten, blijven we klaarstaan met juridische argumenten en publieke mobilisatie om consumentenbelang en rechtszekerheid te verdedigen.

In Nederland zetten we in op meer structurele bescherming van consumenten. We blijven werken aan een verplicht en effectief voedselkeuzelogo (Nutri-Score) en aan heldere etikettering die misleiding en verborgen ingrediënten tegengaat. Daarnaast scherpen we in 2026 onze inzet aan op kindermarketing: energiedrank is daarbij een speerpunt, met als doel echte bescherming via een leeftijdsgrens én stevige beperkingen op marketing die kinderen bereikt via social media, sport en games. Ook rond suiker en zout blijven we producenten, supermarkten en politiek aanspreken op hun verantwoordelijkheid: gezonde keuzes worden pas realistisch als het aanbod en de prikkels in het winkelschap veranderen.

De betaalbaarheid van boodschappen blijft in 2026 een centraal thema. We volgen het ACM-onderzoek op de voet en zetten druk om te zorgen dat het niet blijft bij een analyse, maar leidt tot concrete conclusies en interventies die consumenten helpen. Daarbij blijven onze eisen aan politiek en marktpartijen leidend: transparantie over prijsopbouw, aanpak van excessieve marges en het stoppen van mechanismen die mensen met een kleine portemonnee het hardst raken.

Want of het nu gaat om misleidende verpakkingen, verborgen dierlijke ingrediënten, landbouwgif of de marketing van ongezonde producten: samen maken we zichtbaar wat er misgaat en dwingen we af dat het anders moet.

## **MONITORING EN EVALUATIE**

Wij besteden uitgebreid aandacht aan het monitoren en evalueren van ons beleid en activiteiten om verbeteringen te kunnen doorvoeren en behaalde resultaten in kaart te kunnen brengen. Regelmatig bekijken we of we de door ons ontvangen middelen wel optimaal inzetten en hoe we dit op een objectieve, transparante en meetbare manier kunnen vaststellen. Alleen zo kunnen we continu verbeteren.

Wij hechten hieraan extra belang, omdat wij werken met geld van donateurs. We zien het als onze plicht om zo goed mogelijk inzichtelijk te maken hoe wij hun giften hebben ingezet en wat we hebben bereikt. Om onze voortgang te monitoren hebben we intern het zogenaamde FOMO document ontwikkeld (foodwatch Movement), waarin de kritieke prestatie-indicatoren (KPI's) zijn opgenomen en

de voortgang per campagne wordt besproken. Het FOMO document staat driemaal per jaar op de agenda bij de bestuursvergadering en dient als ondersteuning voor het meerjarenbeleidsplan.

## ONZE GROTE ACHTERBAN

De achterban van Foodwatch bestaat uit donateurs, petitietekenaars, nieuwsbrieflezers en volgers van onze website en sociale media. Dankzij onze groei in de afgelopen 16 jaar is het belang van de achterban toegenomen en kunnen we meer en meer druk zetten op het bedrijfsleven en de politiek.

In totaal steunden **12.709** mensen ons met een financiële bijdrage afgelopen jaar.

- ✓ Verder hebben we ruim **100.000** nieuwsbriefabonnees.
- ✓ Bezochten in 2025 ruim **400.000** mensen onze website
- ✓ Volgen **3.500** mensen ons op LinkedIn en **97.000** op Facebook.
- ✓ Hebben we **73.000** volgers op Instagram

In 2025 waren we actief op Facebook, Instagram, Threads, YouTube, Bluesky en Tiktok. We blijven op zoek naar goede platformen om onze achterban te bereiken.

## ONS BEREIK

Naast de omvang van de achterban is ook de activiteit van onze volgers, en ook van stakeholders als pers en politici, van belang. Hoe meer er wordt verspreid, gedeeld en gepubliceerd, hoe groter het bereik.

- ✓ **44.056** ondertekeningen van onze petitie in 2025
- ✓ **1 miljoen** televisiekijkers bereikt met items over Foodwatch
- ✓ **723** keer genoemd in nieuwsmedia (online & kranten/magazines & blogs)
- ✓ **67** nieuwsbrieven naar onze achterban
- ✓ **12** persberichten naar media en journalisten die op onze perslijst staan

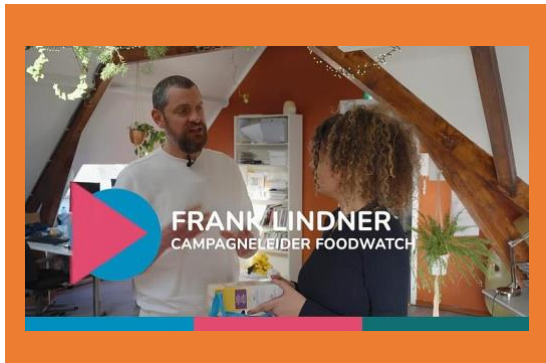
## HELP ONS MET EEN DONATIE

Wij koesteren onze onafhankelijkheid en nemen dan ook geen geld aan van de overheid of de voedingsindustrie. Dat betekent dat we afhankelijk zijn van particulieren en fondsen. 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 naar [www.foodwatch.org/nl/doneren/word-donateur/doneer-nu](http://www.foodwatch.org/nl/doneren/word-donateur/doneer-nu)

Zelf een donatie overmaken kan natuurlijk ook. Doe dit naar NL43 TRIO 0390 3757 64 t.n.v. Stichting Foodwatch Nederland te Amsterdam.

## HIGHLIGHTS FOODWATCH IN DE MEDIA 2025

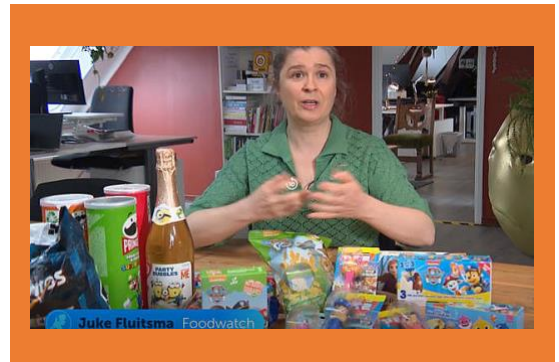


**“WORD JIJ OOK MISLEID IN DE SUPERMARKT?”**

*AVROTROS Radar - 17-02-2025*

**“KABOUTER PLOP OP KOEKJES? ONDANKS  
VERBOD ZIE JE DIT NOG VAAK”**

*SBS6 Hart van Nederland - 24-04-2025*



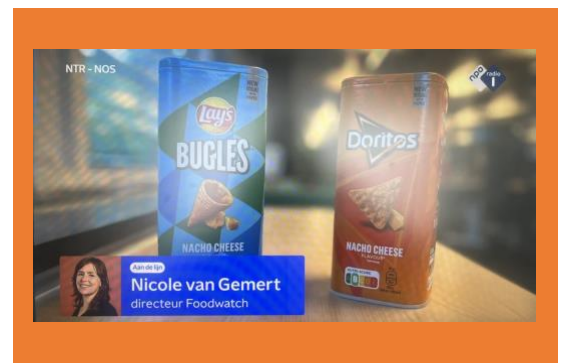
**“KERSENTELERS ZIJN BANG VOOR MINDER  
OOGST DOOR SUZUKI-FRUITVLIEG: 'HET IS  
2 VOOR 12'”**

*1Vandaag - 06-05-2025*



**“VOEDSELWAAKHOND FOODWATCH OVER  
NIEUWE VERPAKKING LAYS: 'DIT IS PURE  
MISLEIDING’”**

*NPO radio1 – 29-05-25*



## DE ORGANISATIE EN FINANCIËN



Foodwatch heeft zich ten doel gesteld om het grootste deel van de baten te besteden aan de doelstelling. Ons campagneteam houdt zich 100% bezig met het voeren van campagnes. Ons streven is en blijft, rekening houdend met het aantal medewerkers en de uit te voeren werkzaamheden, om het grootste deel van onze opbrengsten, in ieder geval 70% en waar mogelijk meer, te besteden aan onze doelstelling, door het voeren van campagnes samen met onze donateurs.

In het financieel overzicht is te lezen dat 73% van onze baten in 2025 wordt besteed aan onze doelstelling. De campaigners van foodwatch kunnen en doen heel veel zelf en hebben veel werk verzet. De campaigners houden zich bezig met het uitvoeren van onderzoek, opzetten en uitvoeren van nationale en internationale campagnes, schrijven van artikelen en teksten en het plaatsen ervan op social media. De kosten van campagnes zijn relatief laag en er wordt met een klein team veel bereikt. 16 % van de baten wordt besteed aan fondsenwerving.

Naast de 70% besteding van onze kosten aan de doelstelling, is 15% besteed aan de noodzakelijke fondsenwerving en 15% aan de kosten van beheer en administratie. De fondsenwervingskosten bestaan met name uit het inzetten van een telemarketingbureau. Daarnaast hebben we ook de kosten van ons CRM-systeem en de bankkosten.

## RESERVES EN FONDSSEN

Om verantwoord 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 zinnvolle en effectieve wijze aan de doelstelling van foodwatch te besteden. Foodwatch belegt haar reserves niet.

## FONDSSENWERVING

Onafhankelijkheid is een essentiële voorwaarde voor ons werk – alleen zo kunnen we, in ons 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. Donateurs werven wij via onze website, onze nieuwsbrieven en in samenwerking met een telemarketingbureau.

Ons inkomen uit donaties groeide in 2025 met 7% ten opzichte van het jaar daarvoor.

Over heel 2025 kregen we er 1.288 donateurs bij. Helaas zeiden ook donateurs op, waarmee onze netto groei uitkwam op 415 donateurs. Daarmee zijn we gegroeid naar 9.695 structurele donateurs. Deze donateurs kwamen met name binnen via onze nieuwsbrief en via het tekenen van petities. We kregen 4.289 eenmalige giften binnen met een totaal van 126.000 euro. Het aantal eenmalige giften steeg met 29%, waarmee de trend dat mensen vaker en liever eenmalig doneren wordt voortgezet.

Naast de steun die wij vanuit particuliere donaties mogen ontvangen, zijn wij dankbaar voor de steun van ideële fondsen en organisaties zonder winstoogmerk. Wij zijn ontzettend blij dat wij in 2025 een gulle gift mochten ontvangen van de Noaber Foundation en stichting Snout.

Google ondersteunt ons werk met een regeling: we mogen deelnemen aan het Google Ad Grants Pro programma. Hiermee verkregen we in 2025 gratis advertentieruimte (Google Ads) binnen de Google zoekmachine. De komende jaren zullen wij blijven investeren in het verder diversifiëren van onze inkomsten en verschuiven we de focus van stabilisatie naar groei. We gaan verkennen hoe we onze afhankelijkheid van telemarketing kunnen afbouwen. Ook gaan we opnieuw grotere fondsen aanschrijven voor steun.

## ORGANISATIE

### BESTUUR

Stichting Foodwatch Nederland is een ANBI-instelling met CBF keurmerk en heeft een toezichthoudend bestuur van deskundigen. Dit bestuur is eindverantwoordelijk voor Foodwatch Nederland en adviseert op strategisch niveau. De samenstelling was in 2025 als volgt:

- Sofie van der Meulen is onze voorzitter. Zij is jurist in het privacy en gezondheidsrecht.
- Lian Smeets trad in mei aan als onze penningmeester en verving daarmee Bart Aupers. Lian was wetenschappelijk medewerker bij het Trimbos en werkt momenteel als projectmanager bij de gemeente Zeist.
- Vanessa Tol is secretaris van foodwatch en in het dagelijks leven strategisch adviseur bij ABN AMRO.
- Michiel de Vries trad in mei aan als algemeen bestuurslid en verving daarmee Liselotte Schellekens. Michiel is projectmanager bij TwoPurpose.
- Talje Dijkhuis trad in mei aan als algemeen bestuurslid en werkt als marketing en communicatie manager bij het kenniscentrum Sport en Bewegen.

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 2025 drie keer en doet dat onbezoldigd. Naast de formele vergaderingen is het bestuur samen met de directeur een traject gestart om de governance structuur te preciseren en de meerjarenstrategie vast te stellen. Voor dit traject werd gebruik gemaakt van de mensen van de Sesam Academie. Naar verwachting wordt dit project in 2026 afgerond. De bestuursleden ontvangen een onkostenvergoeding voor de reële kosten die zij maken voor hun bestuurswerk. De voorzitter van de stichting nam deel aan de internationale ledenvergadering van foodwatch. Tevens heeft zij zitting in het internationale foodwatch bestuur. In 2025 waren de kosten voor het bestuur foodwatch in totaal 4.664 euro. Dit kwam voornamelijk door het traject met de Sesam Academie en juridisch advies.

### DIRECTIE

De directeur, Nicole van Gemert, is in dienst van Stichting Foodwatch Nederland en is verantwoordelijk voor het dagelijks leiden van de organisatie en voor het aansturen van de medewerkers. Zij handelt autonoom binnen de parameters van het beleidsplan en budget. Naast de dagelijkse leiding van het Nederlandse team neemt Nicole van Gemert actief deel in verschillende overleggen en samenwerkingsverbanden met de andere foodwatch-kantoren in Duitsland, Oostenrijk en Frankrijk.

Nicole van Gemert heeft diverse onbezoldigde nevenfuncties. Zij is algemeen bestuurslid van STIL Utrecht, een stichting voor mensen zonder verblijfsvergunning en is penningmeester van stichting Animal Rights.

### PERSONEEL

In 2025 is het team uitgebreid met een online marketeer, wat het totale aantal medewerkers op 10 bracht. Dit zijn:

Nicole van Gemert	Directeur
Emiel van Keken	Office Manager en Cybersecurity Coordinator

Frank Lindner	Campagneleider
Liz Kunst	Campaigner
Anke Bakker	Campaigner (tijdelijk vervangen door Tahnee Didderen)
Juke Fluitsma	Campaigner
Anne Kuijpers	Fondsenwerver
Victoria Bensoussan	Online mobilisatie
Xiang van der weyden	Online marketeer
Natasja Hekman	Controller

## **BELONING**

Foodwatch is niet aangesloten bij een collectieve arbeidsovereenkomst (CAO). Foodwatch biedt haar werknemers een salaris in lijn met het advies van Goede Doelen Nederland. Het bestuur van foodwatch heeft het bezoldigingsbeleid, de hoogte van de directiebeloning en de hoogte van andere bezoldigingscomponenten vastgesteld. Het beleid wordt jaarlijks geactualiseerd.

Bij de bepaling van het bezoldigingsbeleid van de directeur volgt foodwatch de Regeling beloning directeuren van Goede Doelen. De regeling geeft aan de hand van zwaarte-criteria een maximumnorm voor het jaarinkomen. De weging van de situatie vindt plaats door het bestuur. Dit leidt tot een zogenaamde BSD-score van 320 punten in de categorie type E met een maximaal jaarinkomen (bruto salaris en vakantiegeld) van €102.546 (1 fte/12 maanden) omgerekend naar 0,9 fte 12 maanden €92.291. Inclusief belaste vergoedingen/bijtellings is de norm bij 0,9 fte €119.978.

Het werkelijk jaarinkomen voor 2025 van de directeur voor 0,9 fte bedraagt €85.280 (brutosalaris en vakantiegeld). Inclusief de belaste vergoedingen/bijtellings en de werkgeversbijdrage pensioen €94.406. De bezoldiging van de directeur valt daarmee binnen de norm.

De brutosalariissen van alle werknemers samen (gemiddeld 7,1 fte) bedroegen in 2025 €504.807 inclusief vakantiegeld en pensioen. Reiskosten van werknemers die buiten Amsterdam wonen, worden vergoed. Foodwatch hecht zeer aan een goede balans tussen privé en werk-leven en hanteert daarom flexibele werktijden en faciliteert thuis werken. Medewerkers kunnen aanspraak maken op een persoonlijk ontwikkelbudget.

## **MVO-BELEID**

Maatschappelijk verantwoord ondernemen voeren we door in zoveel mogelijk dimensies van de bedrijfsvoering. Al onze medewerkers reizen per fiets of openbaar vervoer en vliegen wordt vermeden. Waar dat van toepassing is, zijn onze campagnematerialen, kantoorbenodigdheden, drukwerk, etc. gifvrij en voldoen aan de geldende keurmerken. 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 vier-ogen-principe voor zowel campagne-uitingen als financiële uitgaven, en rapporteren we driemaandelijks 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.

## **KLACHTEN**

Foodwatch heeft een klachtenprocedure voor klachten over ons werk en communicatie. In eerste instantie kan men een klacht richten tot de betrokken medewerker. Indien men de klacht liever meldt aan onze klachtenfunctionaris, kan dit via [dienstverlening@foodwatch.nl](mailto:dienstverlening@foodwatch.nl). Deze functionaris gaat zo snel mogelijk met de klacht aan het werk. In het jaar 2025 kwamen er geen formele klachten binnen bij Foodwatch.

## **GEDRAGS- EN INTEGRITEITSCODE**

Werken bij Foodwatch is werken met een uitdaging. Het leveren van de hoogst mogelijke kwaliteit is van groot belang, maar ook integriteit, een goede bedrijfsvoering, interne controle, een goede werksfeer en plezier in het werk heeft prioriteit. Daarom heeft Foodwatch een integriteits- en gedragscode opgesteld, waaraan alle medewerkers zich moeten houden.

Zijn er intern of extern klachten over integriteitskwesties, misstanden of grensoverschrijdend gedrag, dan kan dit gemeld worden bij de vertrouwenspersoon via [vertrouwenspersoon@foodwatch.nl](mailto:vertrouwenspersoon@foodwatch.nl). De vertrouwenspersoon adviseert over verder te nemen stappen en zorgt voor de benodigde begeleiding. De vertrouwenspersoon voor foodwatch is een externe vertrouwenspersoon van de VertrouwensUnie.

In 2025 zijn er geen signalen of klachten gemeld met betrekking tot integriteit of gedrag.

## **FINANCIIEEL OVERZICHT**



# JAAARREKENING 2025

## **Samenvatting financiële resultaten 2025**

Foodwatch is onafhankelijk en ontvangt geen subsidie van overheden, de Europese Unie, of bijdragen uit de voedselindustrie.

Dankzij onze donateurs kunnen wij onze campagnes blijven voeren. In 2025 ontving Foodwatch €816.532 aan particuliere donaties, €12.500 van ideële fondsen en €531 uit loterijen.

Foodwatch ontving dit jaar €17.755 aan rente op onze reguliere en eenjarige deposito spaarrekening; €10.266 heeft betrekking op 2024 en €7.488 op 2025. Met ingang van 2025 worden de renteopbrengsten geregistreerd als opbrengsten in plaats van (negatieve) kosten. En worden daarmee onderdeel van de baten.

Vanaf 2026 worden de rente opbrengsten geboekt in het jaar waar ze betrekking op hebben. We verwachten in 2026 ook weer rente opbrengsten van onze reguliere en eenjarige spaar deposito.

Verder heeft Foodwatch Duitsland middelen beschikbaar gesteld, bestemd voor samenwerking op het gebied van fondsenwerving & bedrijfsvoering. Deze middelen bedroegen in totaal €8.472. Na verrekening van de internationale campagne kosten naar rato van het aandeel in het internationale campagnebudget, ontving foodwatch Nederland €4.831 (vorig jaar €1.830) terug van Foodwatch Duitsland, Foodwatch Oostenrijk en Foodwatch Frankrijk. Foodwatch International heeft €3.642 van de kosten vergoed.

Foodwatch houdt haar kosten zo laag mogelijk. Ondanks de effecten van de toegenomen inflatie hebben wij volop giften mogen ontvangen van onze donateurs en hebben vele betrokkenen de campagnes en email-acties ondersteund.

### **VERMOGENSBEHEER EN BESTEDINGSBELEID**

In 2025 is er een negatief resultaat behaald van €42.535. Begroot was een verlies van €130.169

Er is, per saldo, een dotatie geweest vanuit het resultaat aan de bestemmingsreserve opleidingen van €4.067; de totale reserve bedraagt nu €18.121.

Er is een voorziening onterechte meta facturen ad €1.131 vrijgevallen ten gunste van het resultaat en de continuïteitsreserve. De continuïteitsreserve is daarmee eind 2025 €412.168 en is 45.470 lager dan begin 2025.

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.

In 2025 heeft Foodwatch een deel van het spaargeld op een deposito spaarrekening gezet.

Met een looptijd van 1 jaar. Voor een bedrag van €250.000.

De liquiditeitspositie is eind 2025 €473.245 en is €32.745 lager dan begin van het jaar.

Het eigen vermogen eind 2025 is €430.589 en is €41.404 lager dan begin van het jaar.

Foodwatch is voornemens te blijven investeren in haar personeel, naamsbekendheid en in haar nationale en internationale campagnes in 2026 en komende jaren.

Onze bestedingsratio, besteding aan de doelstelling ten opzichte van de totale baten, in 2025 is 73%. De campagne werkzaamheden worden nagenoeg volledig in eigen beheer uitgevoerd, door onze 4 campaigners, de campaigning director en onze engagement officer en online marketeer.

Foodwatch zet in op het werven van structurele donateurs. Wij hebben 1 fondsenwerver in dienst, voor 0,8fte. Diensten als telemarketing worden extern belegd.

Het wervingspercentage in 2025 is 16%.

## BEKNOPT FINANCIËEL OVERZICHT 2025

(in Euro's)

	<u>Realisatie 2025</u>	<u>Budget 2025</u>	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Budget 2026</u>
<b>BATEN</b>				
Baten van particulieren	816.532	820.989	760.784	863.289
Baten van bedrijven (acties derden)	0	0	0	0
Baten van verbonden organisaties zonder w.str.	8.472	7.864	9.561	1.500
Baten van loterijorganisaties	531	0	608	0
Baten van andere organisaties zonder winststr.	12.500	25.000	25.000	40.000
Baten als tegenpresatie voor verleende dienst	0	0	0	0
Financiële baten (Rente opbrengsten)	17.755	4.481	0	8.200
<b>Som der baten</b>	<b>855.790</b>	<b>858.334</b>	<b>795.953</b>	<b>912.989</b>
<b>LASTEN</b>				
Besteed aan doelstelling(en)				
Onderzoek	271.051	288.143	242.336	308.146
Informatie	145.950	155.154	130.489	165.925
Beleidsbeïnvloeding	<u>208.500</u>	<u>221.649</u>	<u>186.412</u>	<u>237.035</u>
	625.501	664.947	559.237	711.106
Wervingskosten	137.085	180.594	119.768	161.643
Beheer en administratie	134.608	142.961	119.417	155.826
<b>Som der lasten</b>	<b>897.194</b>	<b>988.502</b>	<b>798.422</b>	<b>1.028.575</b>
<b>Resultaat</b>	<b>-41.404</b>	<b>-130.169</b>	<b>-2.469</b>	<b>-115.586</b>
Bestedingspercentage	73%	77%	70%	78%
Wervingspercentage	16%	21%	15%	18%

**STICHTING FOODWATCH NEDERLAND**  
**BALANS PER 31 DECEMBER 2025 (NA RESULTAATBESTEMMING)**

	<u>31 Dec 25</u>	<u>31 Dec 24</u>
<b>ACTIVA</b>		
<b>VASTE ACTIVA</b>		
<b>Immateriële vaste activa</b>		
Software	344	717
	<u>344</u>	<u>717</u>
<b>Materiële vaste activa</b>		
Verbouwingen	2.658	3.535
Inventaris	5.745	8.800
	<u>8.403</u>	<u>12.335</u>
<b>VLOTTENDE ACTIVA</b>		
<b>Vorderingen</b>	48.657	21.449
	<u>48.657</u>	<u>21.449</u>
<b>Liquide middelen</b>	473.245	505.990
	<u>473.245</u>	<u>505.990</u>
<b>Totaal</b>	<u>530.648</u>	<u>540.490</u>
	<u>46.022</u>	<u>31 Dec 24</u>
<b>PASSIVA</b>		
<b>EIGEN VERMOGEN</b>		
Continuïteitsreserve	412.468	457.938
Bestemmingsreserve opleidingen	18.121	14.055
	<u>430.589</u>	<u>471.993</u>
<b>KORTLOPENDE SCHULDEN</b>		
Crediteuren	43.581	18.866
Belastingen en sociale verzekeringen	14.327	11.154
Overige schulden	42.151	38.477
	<u>100.059</u>	<u>68.497</u>
<b>Totaal</b>	<u>530.648</u>	<u>540.490</u>

## STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2025

(in Euro's)

	<u>Realisatie 2025</u>	<u>Budget 2025</u>	<u>Realisatie 2024</u>
<b>BATEN</b>			
Baten van particulieren	816.532	820.989	760.784
Baten van bedrijven (acties derden)	0	0	0
Baten van verbonden organisaties zonder w.str.	8.472	7.864	9.561
Baten van loterijorganisaties	531	0	608
Baten van andere organisaties zonder winststr.	12.500	25.000	25.000
Baten als tegenpresatie voor verleende dienst	0	0	0
Financiële baten (Rente opbrengsten)	17.755	4.481	0
<b>Som der baten</b>	<u>855.790</u>	<u>858.334</u>	<u>795.953</u>
<b>LASTEN</b>			
Besteed aan doelstelling(en)			
Onderzoek	271.051	288.143	242.336
Informatie	145.950	155.154	130.489
Beleidsbeïnvloeding	208.500	221.649	186.412
	<u>625.501</u>	<u>664.947</u>	<u>559.237</u>
Wervingskosten	137.085	180.594	119.768
Beheer en administratie	134.608	142.961	119.417
<b>Som der lasten</b>	<u>897.194</u>	<u>988.502</u>	<u>798.422</u>
<b>Resultaat</b>	<b>-41.404</b>	<b>-130.169</b>	<b>-2.469</b>
<b>Resultaatverdeling</b>			
Toevoeging aan de continuïteitsreserve	-45.470	-130.169	2.240
Toevoeging aan de bestemmingsreserves	4.067	0	-4.710
<b>Resultaat</b>	<u>-41.404</u>	<u>-130.169</u>	<u>-2.469</u>

## **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.

### **Doelstelling**

Foodwatch is een consumentenrechtenorganisatie die vecht voor het recht van de consument op eerlijk, veilig en gezond eten.

### **Vestigingsplaats**

Amsterdam, Kamer van Koophandel nummer 34370358.

### **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.

### **Immateriële en materiële vaste activa**

De immateriële en materiële activa worden gewaardeerd tegen de kostprijs, verminderd met de cumulatieve afschrijvingen en eventuele 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 organisatie ook in de toekomst aan haar verplichtingen kan voldoen.

Er is een bestemmingsreserve opgenomen ten behoeve van de opleiding van de medewerkers, ter hoogte van het resterende bedrag aan opleidingsbudget.

Er is ook een bestemmingsreserve opgenomen in verband met geormerkte donaties voor onderzoek naar voedselspeculatie.

### **Kortlopende schulden**

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 2025

(Euro)

### Vaste activa

#### Immateriële vaste activa

	<u>Software</u>
<u>Boekwaarde per 1 januari 2025</u>	
Aanschafwaarde	30.554
Gecumuleerde afschrijvingen	<u>-29.837</u>
Boekwaarde	<u><u>717</u></u>
<u>Veranderingen in het lopende jaar</u>	
Investerings	0
Afschrijvingen	<u>-374</u>
	<u><u>-374</u></u>
<u>Boekwaarde per 31 december 2025</u>	
Aanschafwaarde	30.554
Gecumuleerde afschrijvingen	<u>-30.210</u>
Boekwaarde	<u><u>344</u></u>

#### Materiële vaste activa

	<u>Verbouwingen</u>	<u>Inventaris</u>	<u>Totaal</u>
<u>Boekwaarde per 1 januari 2025</u>			
Aanschafwaarde	9.712	42.366	52.078
Gecumuleerde afschrijvingen	<u>-6.177</u>	<u>-33.566</u>	<u>-39.743</u>
Boekwaarde	<u><u>3.535</u></u>	<u><u>8.800</u></u>	<u><u>12.335</u></u>
<u>Veranderingen in het lopende jaar</u>			
Investerings	0	0	0
Desinvesting	0	0	0
Afschrijvingen	-878	-3.055	-3.933
Desinvesting afschrijvingen	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
	<u><u>-878</u></u>	<u><u>-3.055</u></u>	<u><u>-3.933</u></u>
<u>Boekwaarde per 31 december 2025</u>			
Aanschafwaarde	9.713	42.366	52.079
Gecumuleerde afschrijvingen	<u>-7.055</u>	<u>-36.621</u>	<u>-43.676</u>
Boekwaarde	<u><u>2.658</u></u>	<u><u>5.745</u></u>	<u><u>8.403</u></u>

31 Dec 25

31 Dec 24

### VLOTTENDE ACTIVA

#### Vorderingen en overlopende activa

Debiteuren	2.087	1.346
Vooruitbetaalde kosten	25.055	18.766
Nog te ontvangen bedragen	<u>21.514</u>	<u>1.337</u>
	<u><u>48.657</u></u>	<u><u>21.449</u></u>

#### Liquide middelen

Tridosbank, spaarrekening	179.081	218.815
---------------------------	---------	---------

Triodosbank, spaardeposito (1 jaar)	250.000	250.000
Triodosbank, lopende rekening	30.664	16.764
Triodosbank, donateursrekening	13.370	20.279
Kas	130	132
	<u><b>473.245</b></u>	<u><b>505.990</b></u>

## Vermogen

Het vermogen van de stichting foodwatch Nederland moet op grond van de Richtlijn Verslaggeving Fondsenwervende Instellingen worden onderverdeeld in reserves en fondsen. Onder de reserves worden verantwoord de continuïteitsreserve en een gedeelte van reserves dat door het stichtingsbestuur nader bestemd is voor bijzondere bestedingsdoeleinden (zogenaamde bestemmingsreserves).

	<u>31 Dec 25</u>	<u>31 Dec 24</u>
<b>Continuïteitsreserve</b>		
Positie per 1 januari	457.938	455.698
Uit resultaatbestemming	-45.470	2.240
Positie per 31 december	<u><b>412.468</b></u>	<u><b>457.938</b></u>
<b>Bestemmingsreserve onderzoek naar voedselspeculatie</b>		
Positie per 1 januari	0	10.000
Vrijval	0	-10.000
Dotatie	0	0
Positie per 31 december	<u><b>0</b></u>	<u><b>0</b></u>
<b>Bestemmingsreserve opleidingen</b>		
Positie per 1 januari	14.055	8.764
Onttrekking	-4.433	-3.155
Dotatie	8.500	8.446
Positie per 31 december	<u><b>18.121</b></u>	<u><b>14.055</b></u>

Bij de resultaatbestemming heeft de directie besloten om voor het bedrag van het resterende opleidingsbudget van 2025 een reserve te vormen.

	<u>31 Dec 25</u>	<u>31 Dec 24</u>
<b>Kortlopende schulden</b>		
<b>Crediteuren</b>		
Crediteuren	43.581	18.866
	<u><b>43.581</b></u>	<u><b>18.866</b></u>
<b>Belastingen en premies sociale verzekeringen</b>		
Loonbelasting	14.327	11.154
	<u><b>14.327</b></u>	<u><b>11.154</b></u>
<b>Overige schulden</b>		
Overige schulden	14.341	12.856
Reservering vakantiegeld & - dagen	27.810	25.622
	<u><b>42.151</b></u>	<u><b>38.477</b></u>

### Niet uit de balans blijvende verplichting:

Het huurcontract wordt jaarlijks stilzwijgend verlengd met een opzegtermijn van 2 maanden. De huurverplichting van 2026 bedraagt € 2.276 per maand inclusief €430 servicekosten en €295 schoonmaak

## TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2025

	<b>Realisatie 2025</b>	<b>Budget 2025</b>	<b>Realisatie 2024</b>
<b>Inkomsten uit eigen fondsenwerving</b>			
Baten van particulieren	816.532	820.989	760.784
Baten van bedrijven (acties derden)	0	0	0
Baten van verbonden org. zonder w.str.	8.472	7.864	9.561
Baten van loterijorganisatie	531	0	608
Baten als tegenprestatie levering diensten	0	0	0
Overige baten	17.755	4.481	0
	<b>843.290</b>	<b>833.334</b>	<b>770.953</b>

De baten van particulieren bestaan enkel uit donaties & giften. En zijn gestegen met 9,4% ten opzichte van 2024. Een absolute stijging ten opzichte van 2024 van €72.338.

Foodwatch Duitsland, verbonden organisatie zonder winststreven, heeft de organisatie gesteund met €8.472; waarvan €2.364 als bijdrage aan de website, €1.278 aan verrekening kosten.

Verder is onder de baten van verbonden organisaties is ook de herverdeling, verrekening van de internationale campagnekosten van €4.831 verantwoord. Afkomstig van foodwatch Duitsland, foodwatch Frankrijk en foodwatch Oostenrijk.

### Baten van andere organisaties zonder winststreven

Fred Foundation	0	25.000	25.000
SnoutFund	2.500	0	0
Noaber Foundation	10.000	0	0
	0	0	0
	<b>12.500</b>	<b>25.000</b>	<b>25.000</b>

Foodwatch Nederland heeft in 2025 een bijdrage ontvangen van SnoutFund en de Noaber Foundation.

<b>Som van de geworven baten</b>	<b>855.790</b>	<b>858.334</b>	<b>795.953</b>
----------------------------------	----------------	----------------	----------------

### Kosten fondsenwerving

Telemarketing en online werving	60.081	99.808	56.208
Administratie van donateurs	42.245	43.836	31.679
	<b>102.326</b>	<b>143.644</b>	<b>87.887</b>

In 2025 zijn de fondsenwervingskosten lager dan gepland, door met name gebrek aan capaciteit in verband met afwezigheid van onze fondsenwerfer.

	<b>Realisatie 2025</b>	<b>Budget 2025</b>	<b>Realisatie 2024</b>
<b>Media en campagnes</b>			
Campagnes besteed	60.910	106.640	75.704
Media & website	<u>41.038</u>	<u>41.660</u>	<u>54.757</u>
	<b>101.949</b>	<b>148.300</b>	<b>130.461</b>

Voor nationale campagnes was een budget beschikbaar van €70.000, hiervan is €40.738 besteed. In de begroting van de campagnes is €32.840 gealloceerd vanuit het foodwatch NL budget voor het voeren van internationale campagnes in samenwerking met de andere Foodwatch kantoren. Hiervan is €20.787 besteed. Deze bijdrage aan de internationale campagnes is 4% van het begrote donateursinkomen van alle kantoren. In 2026 hebben we €34.532 gealloceerd voor internationale campagnes. En €70.000 voor nationale campagnes.

### Personeelskosten

Bruto salaris	468.065	449.425	400.921
Verzuimuitkeringen ivm ziekte	-17.120	0	-71.702
Inhuur tijdelijk personeel	0	0	40.353
Sociale verzekeringen	73.379	70.141	65.499
Pensioenen	34.744	33.387	29.110
Overige personeelskosten	<u>49.623</u>	<u>54.786</u>	<u>40.233</u>
	<b>608.693</b>	<b>607.739</b>	<b>504.414</b>

Op 31 december 2025 waren er 10 medewerkers in dienst, totaal 7,9fte. Op 31 december 2024, 9 medewerkers, totaal 6,4fte. De salarislasteren zijn met 21% gestegen ten opzichte van 2024. Dit komt door de verzuimuitkeringen en het beperkt vervangen van de afwezige collega's. In 2025 heeft inflatiecorrectie plaatsgevonden. Medewerkers zijn doorontwikkeld in hun functie en bijbehorend salaris.

### Huisvestingskosten

Huur incl servicekosten	24.134	24.334	23.454
Schoonmaak	3.522	3.431	3.324
Overige huisvestingskosten	<u>999</u>	<u>906</u>	<u>921</u>
	<b>28.655</b>	<b>28.671</b>	<b>27.700</b>

	<b>Realisatie 2025</b>	<b>Budget 2025</b>	<b>Realisatie 2024</b>
<b>Kantoor- en algemene kosten</b>			
Reiskosten	6.033	10.800	6.218
Representatie	751	200	104
Bestuurskosten	4.664	1.548	414
Contributies en abonnementen	5.755	7.111	6.697
Telefoon	510	644	1.256
Administratie	5.638	6.051	5.454
Automatiseringskosten	7.210	7.860	6.890
Accountantskosten	7.865	8.000	7.865
Bankkosten	595	373	474
Juridische advieskosten	7.173	6.051	387
Inventaris < €450	1.460	1.000	2.511
Cybersecurity kosten	1.375	2.407	1.375
Overige kosten	2.237	3.664	2.873
	<b>51.265</b>	<b>55.709</b>	<b>42.517</b>

Het bestuur is onbezoldigd en ontvangt alleen een onkostenvergoeding voor de werkelijk gemaakte kosten voor hun bestuurswerk. Daarnaast is er in 2025 sprake geweest van advieskosten voor het bestuur en een bestuurtraai

#### **Afschrijvingskosten**

Verbouwingen	877	688	736
Inventaris	3.055	3.375	3.055
Software	374	375	1.652
	<b>4.306</b>	<b>4.438</b>	<b>5.442</b>

**Som der lasten** **897.194** **988.502** **798.422**

**Resultaat** **-41.404** **-130.169** **-2.469**

## Toelichting lastenverdeling

	Besteed aan doelstelling(en)			Wervings	Beheer &	Realisatie	Budget	Realisatie	Budget
	Onderzoek	Informatie	Beleids- beïnvloeding	kosten	Admin	2025	2025	2024	2024
Media en campagnes	42.690	22.987	32.839	0	0	98.516	145.700	128.922	236.979
Wervingskosten	5.429	2.923	4.176	89.798	0	102.326	139.163	87.887	119.854
Personeelskosten	199.044	107.178	153.111	42.220	107.140	608.693	607.739	504.414	466.774
Huisvestingskosten	9.386	5.054	7.220	1.991	5.052	28.703	29.289	27.825	23.962
Kantoor- en algemene kosten	13.093	7.050	10.072	2.777	21.658	54.650	57.693	43.932	47.524
Afschrijvingen	1.408	758	1.083	299	758	4.306	4.438	5.442	4.001
	<b>271.051</b>	<b>145.950</b>	<b>208.500</b>	<b>137.085</b>	<b>134.608</b>	<b>897.194</b>	<b>984.022</b>	<b>798.422</b>	<b>899.094</b>
Percentage	30%	16%	23%	15%	15%	100%			

### 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 tijd besteed aan activiteiten door de medewerkers.

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 2023 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 tijd besteed door medewerkers aan activiteiten.

Onderzoek 43,33%

Informatie 23,33%

Beleidsbeïnvloeding 33,33%

## Bezoldiging directie 2025

<b>Naam</b>	N. van Gemert
<b>Functie</b>	directeur

### Dienstverband

Aard (looptijd)	onbepaald
uren	36 uur
parttime percentage	90%
periode	1/1 tm 31/12

### Bezoldiging (EUR)

#### Jaarinkomen

bruto loon/salaris	78.926
vakantiegeld	6.353
vaste eindejrsuitkering	-
jubileumuitk. /uitbet. niet opgenomen vakantiedagen	-

**Totaal** **85.280**

Belaste vergoedingen/bijtellingsen	-
Pensioenlasten (wg deel)	8.180
Pensioencompensatie	
Overige beloningen op termijn	947
Uitkeringen beëindiging dienstverband	-

**Totaal 2025** **94.406**

## CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur van Stichting foodwatch Nederland

### A. Verklaring over de in de jaarverantwoording opgenomen jaarrekening 2025

#### Ons oordeel

Wij hebben de in het jaarverslag op pagina 18 tot 31 opgenomen jaarrekening 2025 van Stichting foodwatch Nederland te Amsterdam 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 2025 en van het saldo van baten en lasten over 2025 in overeenstemming de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2025;
2. de staat van baten en lasten over 2025; 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**

Het jaarverslag omvat andere informatie, naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij.

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 en de overige toelichtingen in overeenstemming met de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650.

## **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 in overeenstemming met de in Nederland geldende Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650.

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.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de stichting in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet het bestuur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij het bestuur het voornemen heeft om de stichting te liquideren of de bedrijfsactiviteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is.

Het bestuur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

### **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 gereede 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 het bestuur 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.

Heerhugowaard, 20 mei 2026

In opdracht van  
Blinck Accountants en Adviseurs B.V.  
W.M. Dudokweg 39  
1703 DA Heerhugowaard

O. Zijp RA