

ERLIJK ETEN
VEILIG ETE
GEZOND ETE

JAARVERSLAG
2020

INHOUDSOPGAVE

3	VOORWOORD
4	DEEL A – DE FOODWATCH DROOM
7	• DE FOODWATCH DROOM – MISSIE EN VISIE
8	DEEL B – CAMPAGNES
10	• ONZE WERKWIJZE
11	• ONZE CAMPAGNES
12	• VOEDING EN GEZONDHEID
14	• MISLEIDING EN FRAUDE
16	• SCHADELIJKE STOFFEN
18	• POLITIEKE EN WETENSCHAPPELIJKE INTEGRITEIT
20	• MENS, DIER EN MILIEU
22	• ONZE GROTE ACHTERBAN
26	• HIGHLIGHTS MEDIA-AANDACHT
28	DEEL C – ORGANISATIE
30	• STAKEHOLDERS
34	• INKOMSTENVERDELING 2020
37	• FONDSENWERVING
38	• ORGANISATIE EN BESTUUR
41	• ACTIVITEITEN
42	• BLIK VOORUIT
44	DEEL D – FINANCIËEL OVERZICHT
47	• JAARREKENING 2020

VOORWOORD

De coronacrisis is een enorme uitdaging voor ons allemaal. In zeer korte tijd heeft het ons leven op z'n kop gezet. Om onszelf en anderen te beschermen is ons dagelijks leven veranderd in een mate die wij een jaar geleden nog ondenkbaar hadden geacht. Dit geldt ook voor het werk van foodwatch. Net als jullie, mede-foodwatchers, hebben wij ons best gedaan ons team te beschermen, en hen in staat te stellen hun gezin te beschermen. Wij hebben reizen, afspraken en persoonlijke ontmoetingen afgezegd en organiseren ons werk grotendeels vanuit huis. We hebben contact gehouden met de foodwatch-teams in Berlijn, Wenen, Parijs en Brussel via wekelijkse videoconferenties. Op deze manier zijn wij er nog steeds voor u. De manier waarop we werken is veranderd, maar onze doelstellingen niet: daarover kunt u alles lezen in dit jaarverslag. We gebruiken deze crisistijd ook om na te denken: Welke gevolgen zal de coronapandemie hebben voor de voedselzekerheid in de wereld? Hoe zullen de mondiale voedselproductie en de goederenstromen worden beïnvloed? Welke conclusies trekken we uit het feit dat het risico om ziek te worden door corona blijkt te worden verhoogd door zwaarlijvigheid, slechte voeding en onderliggende aandoeningen, waaronder diabetes? Wij hopen voorzichtig dat een dergelijke schok en deze buitengewone omstandigheden ook onze samenleving helpen na te denken over wat werkelijk belangrijk is. Dat zoiets basaal als het recht op voldoende en gezond voedsel het waard is om elke dag voor te vechten,

is door de coronacrisis nog duidelijker geworden. Juist nu zijn wij vastbesloten te blijven pleiten voor gezonde, betaalbare voeding voor iedereen. Of het nu gaat om het effect van ongezond voedsel op de gezondheid, zoals bij andere, stillere epidemieën zoals diabetes of kanker - of om de gevolgen van antidemocratische handelsovereenkomsten als CETA tussen de EU en Canada. Om maar twee voorbeelden te noemen van ontwikkelingen die voor ons en onze achterban onaanvaardbaar zijn. Welke beperkingen de coronacrisis ook zal brengen: Wij zullen samen met u blijven strijden voor een duurzamere en gezondere wereld!

Blijf gezond, bescherm uzelf en anderen, wij wensen u veel leesplezier.



NICOLE VAN GEMERT
directeur



PAUL HOHNEN
bestuursvoorzitter

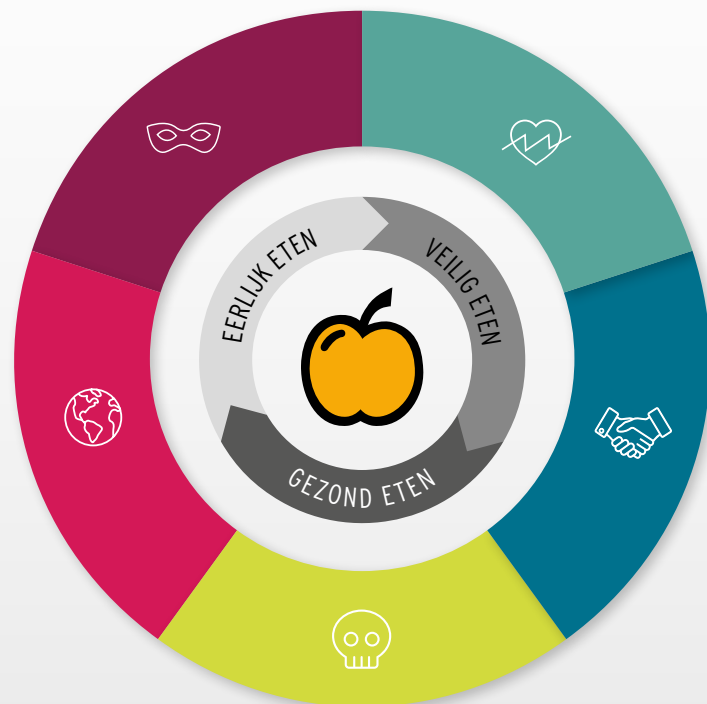
COLOFON / ONTWERP: RAZA.NL / FOTOGRAFIE: SHUTTERSTOCK, THINKSTOCK

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



Misleiding
en Fraude



Schadelijke
Stoffen



Politieke en
Wetenschappelijke
Integriteit



Mens, Dier
en Milieu

MISSIE EN VISIE

WEET WAT JE EET!

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 consumentenorganisatie willen we dat de consumentenrechten en volksgezondheid gewaarborgd worden. We willen dat de industrie en overheid hiervoor hun verantwoordelijkheid nemen, in plaats van het af te schuiven op 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 dier, noch milieu schaadt.

WAT IS ER MIS

Helaas moet het consumentenbelang vaak het onderspit delven van dat van bedrijven: zoveel mogelijk winst maken. De politiek beschermt de consument veel te weinig. Via winstgevend maar ongezond junkfood, (misleidende) marketing, frauduleuze praktijken en het gebruik van schadelijke stoffen schenden 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. Consumentenbescherming is amper vastgelegd in wetgeving en vaak niet goed

geregeld. Sterkere wet- en regelgeving, en handhaving 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 er foodwatch. 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 zere plekken in onze voedselvoorziening. Met onderzoeken, campagnes, rechtszaken, 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. Omdat heel veel wetgeving op Europees niveau wordt gemaakt, hebben we een internationaal kantoor en een vertegenwoordiger in Brussel.

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.

BEWUSTZIEN 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 vijf campagnethema's die zijn gebaseerd op de grootste problemen in de voedselwereld: 1) voeding en gezondheid, 2) misleiding en

fraude, 3) schadelijke stoffen, 4) politieke en wetenschappelijke integriteit en 5) mens, dier en milieu. Op de volgende pagina's vertellen we meer over onze activiteiten in 2020 binnen deze thema's.



Voeding en
Gezondheid



Misleiding
en Fraude



Schadelijke
Stoffen



Politieke en
Wetenschappelijke
Integriteit



Mens, Dier
en Milieu



VOEDING EN GEZONDHEID

HET PROBLEEM

Slechte voeding veroorzaakt wereldwijd méér doden dan roken, alcohol, onveilige seks en drugs bij elkaar. Diabetes, obesitas, hoog cholesterol en hoge bloeddruk rukken in snel tempo op: een maatschappelijk probleem dat leidt tot veel menselijk leed en torenhoge zorgkosten. Het grote aanbod én de agressieve promotie van ongezond voedsel door de voedselindustrie via kindermarketing speelt een sleutelrol in de huidige overgewichtsepidemie onder kinderen. Zelfregulering door de voedingsindustrie faalt en afspraken leveren amper iets op.

DIT DEED FOODWATCH

- Foodwatch voert al jaren campagne voor de invoering van een suikertaks. De suikertaks is een doeltreffend drukmiddel richting bedrijven om het suikergehalte in hun producten te verlagen. In 2020 hebben we via onze e-mailactie 'Ja! Suikertaks' de druk verder opgevoerd bij het Ministerie van Volksgezondheid met zo'n 15.000 ondertekenaars.
- Voor het tweede jaar op rij hebben we de 'suikermaxdag' gelanceerd. Op hun suikermaxdag, in 2020 op 8 juli, bereiken kleine kinderen hun maximale jaarhoeveelheid geconsumeerde suikers, gebaseerd op het advies van de Wereldgezondheidsorganisatie. In 2019 was dit op 9 juli, dus vooruitang is er niet. Foodwatch heeft in 2020 ook de 'zoutmaxdag' in het leven geroepen, waarbij mannen al op 11 juli de grens van hun jaarlijkse zoutconsumptie hebben bereikt.
- Gelicentieerde kinderidolen mogen sinds juli 2020 niet meer op voedselverpakking staan. We hebben een klacht ingediend bij de Reclame Code Commissie (RCC) over meerdere producten die deze nieuwe kindermarketingregel overschrijden. Op de verpakking waren nog steeds bekende kinderidolen te vinden, zoals Paw Patrol, Frozen, Minions en Peppa Pig.
- We hebben opnieuw een klacht ingediend tegen de kindermarketing in pretpark de Efteling door Coca-Cola. Coca-Cola overschrijdt in de Efteling nog steeds de Europese afspraken over kindermarketing, terwijl het bedrijf hier vorig jaar voor is teruggefloten door het Europese zelfreguleringsorgaan van de industrie: EU Pledge.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- De jarenlange campagne van foodwatch voor een suikertaks begint vruchten af te werpen. De oproep tot een suikertaks wordt steeds breder en vaker gedeeld. Zo zijn ook de wethouders van Amsterdam, Rotterdam en Utrecht tot actie overgegaan en hebben ze het kabinet opgeroepen stappen te zetten richting een suikertaks.
- Via de suiker- en zoutmaxdagen toont foodwatch de problematische suiker- en zoutconsumptie in Nederland aan. Ook dit jaar hebben de maxdagen tot veel media-aandacht geleid. Dit verhoogt de druk op politiek niveau om ervoor te zorgen dat het herformuleren van voedselproducten (minder zout, vet en zout) sneller en beter wordt toegepast.
- Dankzij onze klachtenprocedures bij de RCC heeft foodwatch ervoor gezorgd dat er minder ongezonde kindermarketing in de supermarkt te zien is. Voedselproducenten 4Retail, Dairy4Fun en FruitFunk hebben meerdere verpakkingen waarop ze nog altijd kinderidolen zoals Paw Patrol, Frozen en Minions gebruikten aangepast of uit de markt gehaald.

UITDAGINGEN

Foodwatch ziet de jarenlange falende zelfregulering graag plaatsmaken voor een vooruitstrevend, gezond, controleerbaar en bindend overheidsbeleid. Met een verbod op marketing van ongezonde voeding, een suikertaks, de afschaffing van de btw op groente en fruit, en een minder obesogene voedselomgeving. Geen junkfood op elke straathoek. Foodwatch wil naast enkele toegevingen op basis van onze campagnes, vooral structurele verandering via doortastend beleid. De overheid moet haar verantwoordelijkheid nemen en de industrie krachtige maatregelen opleggen.



MISLEIDING EN FRAUDE

HET PROBLEEM

Consumenten moeten hun voedsel kunnen vertrouwen. Nu is dit vaak niet het geval. De verpakkingen bevatten lang niet altijd wat ze beloven: gezondheidsclaims op producten die helemaal niet gezond zijn, ingrediënten op een verpakking die er amper in zitten of vervangen zijn door schimmige alternatieven of de herkomst van een product verzwijgen. Alleen als bedrijven eerlijk zijn over hun producten, kun je als consument écht een bewuste keuze maken.

DIT DEED FOODWATCH

- Foodwatch blijft producenten aanspreken op hun misleidende verpakkingen. Zo hebben we ludieke 'eerlijke voedselverpakkingen' gelanceerd, waarbij we de loze marketingbeloften van producenten ontmaskeren en laten zien wat de consument werkelijk koopt.
- Ook dit jaar hebben we de inmiddels landelijk bekende 'Gouden Windeï Verkiezing' georganiseerd, de publieksverkiezing van het meest misleidende product van het jaar. Tienduizend mensen hebben gestemd. Nutella Cups is door de Nederlandse consument gekozen als het meest misleidende product van 2020.
- Ook de strijd tegen voedselschandalen en fraude blijft een speerpunt. Foodwatch heeft ook dit jaar opgeroepen tot betere controle en handhaving door de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA). Dit is tijdens de coronacrisis nog urgenter gebleken. Gedurende de crisis heeft de NVWA-regelgeving en controles versoepeld. Daarom hebben we een open brief aan de Europese Commissaris van Gezondheid en Voedselveiligheid en de Nederlandse minister van Landbouw, Natuur en Veiligheid gericht. Hierbij hebben we onze bezorgdheid geuit over de verslappende controles en handhaving met betrekking tot veilig voedsel en voedsel fraude.
- We toonden aan dat junkfoodbedrijven corona misbruiken voor marketing. Multinationals als Coca-Cola, McDonalds en PepsiCo promoten hun ongezonde en sterk bewerkte voedingsmiddelen via 'coronamarketing'. We hebben onze achterban hier breed over ingelicht, zodat ze zich bewust zijn van kwalijke marketing tijdens de lockdown.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- De ludieke week 'Eerlijke verpakkingen' werd meer dan 5.000 keer gedeeld door onze volgers, wat het bewustzijn van consumenten over misleidende marketing heeft vergroot en bedrijven stimuleert te stoppen met misleiding.
- In de afgelopen jaren hebben meer dan 110.000 consumenten hun stem uitgebracht tijdens de Gouden Windeï-verkiezing, waarvan 10.000 in 2020. Producenten passen hun producten gedurende of na de verkiezing vaak aan. In 2020 gaf Appelsientje na genomineerd te zijn aan hun maandenlang houdbare gekoelde appelsap met de naam 'Vers Geperst' anders te gaan noemen.
- Door blijvend aandacht te vragen en te vestigen op falende voedselveiligheidscontroles door de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA), zeker in tijden van corona, is nu ook de politiek het erover eens: de NVWA schiet tekort in het beschermen van voedselveiligheid. Na jaren campagne wordt onze kritiek eindelijk breed gedeeld! De parlementaire moties tegen de NVWA hebben er zelfs toe geleid dat de topman van de NVWA opstapte. Foodwatch blijft meer aandacht en middelen eisen voor een goed functioneren van de NVWA, zodat de controle en handhaving van misleiding en voedselveiligheid voldoende wordt gewaarborgd.
- We hebben junkfoodbedrijven ontmaskerd die corona voor marketing misbruiken in onze nieuwsbrieven. Dit is nodig, omdat nieuw ontstane crisissen als de Covid 19 pandemie de kans geven aan bedrijven om dit voor hun eigen doeleinden te benutten, in plaats van de consument te beschermen. Omdat dit over een nieuw soort marketing gaat, is de consument hier onvoldoende tegen gewapend.

UITDAGINGEN

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. Hetzelfde geldt voor fraude: de nationale overheid en Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA), maar ook de Europese politici en instanties in Brussel doen te weinig om voedselschandalen te voorkomen. De regels zijn te slap en de controles falen. Door de publieke druk op te voeren en overheden aan te schrijven probeert foodwatch het beleid te beïnvloeden en wetgeving voor elkaar te krijgen.



SCHADELIJKE STOFFEN

HET PROBLEEM

Consumenten moeten erop kunnen vertrouwen dat alle vermijdbare gezondheidsrisico's worden uitgesloten. Als we boodschappen doen, kunnen we niet zelf alle schadelijke stoffen identificeren. Schadelijke stoffen worden echter nog altijd in levensmiddelen aangetroffen. Normen zijn er niet, of ze zijn niet streng genoeg. Normen die er wel zijn op nationaal en Europees niveau, worden nauwelijks gecontroleerd, en als ze overschreden worden, worden consumenten daar vrijwel nooit voor gewaarschuwd.

DIT DEED FOODWATCH

- Alle foodwatch-kantoren hebben samen een internationale campagne gelanceerd tegen de export van schadelijke pesticiden naar ontwikkelingslanden. Hierbij hebben we de grootste bestrijdingsmiddelenbedrijven in Europa, Syngenta, Bayer AG en BASF, opgeroepen om te stoppen met de productie en export van schadelijke bestrijdingsmiddelen - die bovendien in de Europese Unie zijn verboden. Deze bedrijven verkopen verboden pesticiden buiten de EU over de hele wereld en vooral aan ontwikkelingslanden. Residuen van deze gevaarlijke pesticiden blijven achter op landbouwproducten zoals groente en fruit, die vervolgens worden geïmporteerd door de EU. Door deze 'pesticide boemerang' komen schadelijke stoffen nog steeds op het bord van Europese consumenten terecht.
- Nadat foodwatch via laboratoriumtests heeft ontdekt dat sommige baby-melkproducten verontreinigd zijn met schadelijke minerale oliën en hierover alarm sloeg, zijn ook de overheidsinstanties in verschillende lidstaten gestart met testen. De laboratoriumtests van overheidsinstanties hebben aangetoond dat foodwatch terecht aan de alarmbel heeft getrokken: er zijn inderdaad een groot aantal blikken babymelkpoeder verontreinigd met gevaarlijke minerale oliën.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- De campagne tegen de export van verboden pesticiden naar ontwikkelingslanden leidde tot een grote overwinning voor foodwatch. De 65.000 stemmen van bezorgde en verontwaardigde foodwatchers werden gehoord! De EU wil 'het goede voorbeeld geven' en zal waar nodig relevante wetgeving wijzigen. In de EU-publicatie 'de Chemische Strategie voor Duurzaamheid: naar een gifvrije omgeving' geeft de EU aan stappen te gaan ondernemen tegen de export van verboden pesticiden.
- De laboratoriumtests van foodwatch hebben tot actie geleid op nationaal én Europees niveau. Op nationaal niveau hebben verschillende producenten hun verontreinigde producten teruggetrokken. Op Europees niveau is de Europese Commissie met de lidstaten bij elkaar gekomen om grenswaarden voor minerale olie in voedselproducten te bepalen en actie te ondernemen. Dit proces is nog niet afgerond. Foodwatch blijft deze kwestie nauwlettend volgen en zal producenten en overheden blijven aanspreken op hun verantwoordelijkheid om te zorgen voor veilig voedsel.

UITDAGINGEN

Foodwatch wil zekerheid dat er geen schadelijke stoffen meer in ons voedsel terechtkomen. Het voorzorgsbeginsel dat in Europese wetgeving is verankerd moet consequent worden toegepast: als er een vermoeden of bewijs is dat een stof schadelijk is, mag deze niet in voedsel terechtkomen. Vergunningen van mogelijk schadelijke stoffen worden vaak 'blind' verlengd, zonder veiligheidstoets. Ondanks de kritiek die deze praktijk krijgt, wordt de aanwezigheid van schadelijke stoffen nog steeds niet voldoende gecontroleerd en blijven ze onze voedselketen binnensluipen.



POLITIEKE EN WETENSCHAPPELIJKE INTEGRITEIT

HET PROBLEEM

De voedingsindustrie probeert voedingsbeleid en- wetenschap te sturen en zendt lobbyisten naar Den Haag en Brussel om wetgeving naar hun hand te zetten. Ook investeert ze in universiteiten en andere onderzoeksinstituten; wat ten koste gaat van de onafhankelijkheid en betrouwbaarheid van onderzoek.

DIT DEED FOODWATCH

- Dit jaar stond in het teken van onze campagne tegen het handelsverdrag tussen de Europese Unie en Canada: CETA. Foodwatch heeft zich opgeworpen tot CETA-expert, via o.a. de publicatie van diepgravende rapporten. Zo blijkt uit ons onderzoek dat Canadese ambtenaren de CETA-overeenkomst willen gebruiken om het Europese voorzorgsbeginsel en pesticidebeleid, af te zwakken. Ook sloeg foodwatch alarm over het risico dat multinationals, met het CETA-verdrag in de hand, schadeclaims kunnen neerleggen bij de Nederlandse overheid als een democratisch opgestelde maatregel hen niet zint. Verder bracht foodwatch aan het licht dat CETA het risico van de import van verboden hormoonvlees aanzienlijk vergroot.
- We hebben dit jaar een nieuwe campagne opgestart: 'Stop de uitverkoop van wetenschap'. De voedingsindustrie beïnvloedt de wetenschap, vaak alleen in het belang van marketing en niet van de samenleving. Om dit tegen te gaan lanceerde foodwatch een manifest met concrete acties om de uitverkoop van wetenschap tegen te gaan. We hebben onderzoek gedaan naar en een rapport uitgebracht over hoe de Nederlandse suikerindustrie de wetenschap voor haar kar spant. En een rapport uitgebracht over het gebrek aan transparantie over nevenwerkzaamheden bij bijzonder hoogleraren werkzaam aan Wageningen University & Research.
- Foodwatch diende in 2019 een klacht in tegen de Raad van de Europese Unie, nadat het Roemeense EU-voorzitterschap Coca-Cola als "premium partner" kreeg. Foodwatch heeft ook in 2020 de druk opgevoerd, zodat er een einde komt aan de sponsoring van Europese instellingen en het 'kopen van invloed' door voedselmultinationals. We hebben hierbij op Europees niveau duidelijke regels voor sponsoring geëist.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- Foodwatch werd meerdere keren in Tweede Kamerdebatten over het CETA-handelsverdrag genoemd. Op basis van een rapport waarbij foodwatch aantoonde dat het CETA-verkooppraatje niet voldoet aan de realiteit zei een Kamerlid "Voorzitter, gelukkig is er foodwatch". De grootschalige campagne van foodwatch en de coalitie 'Handel Anders!', waarin ook foodwatch zit, hebben bijgedragen aan felle kritiek en tegenstand inzake CET. Toch stemde de Tweede Kamer voor CETA, met een nipte meerderheid. Nu ligt het CETA-verdrag in de Eerste Kamer. Wanneer de Eerste Kamer over het wetsvoorstel gaat stemmen, is nog niet bekend. Duidelijk is wel dat de uitslag van de stemming erg spannend wordt. We hebben daarom een e-mailactie aan de senatoren gericht, waarbij we hen massaal oproepen tegen CETA te stemmen.
- Via ons rapport 'Big Sugar in Nederland - de versmelting tussen wetenschappers en de suikerindustrie' hebben we de uitverkoop van de wetenschap in Nederland verder ontmaskerd en een grootschalig debat in de media gecreëerd. Dankzij het onderzoek hebben we beter inzicht gekregen in de strategieën die de industrie gebruikt om wetenschap te beïnvloeden, waar we ook in de toekomst vruchten van kunnen plukken. Ons rapport 'Transparantie over nevenwerkzaamheden: Wageningse wetenschappers overschrijden de regels', waaruit blijkt dat de helft van de onderzochte bijzonder hoogleraren voeding de regels overschrijdt, heeft tot onmiddellijke actie van Wageningen University & Research (WUR) geleid. WUR erkent de tekortkomingen omtrent transparantie en heeft beterschap beloofd. Kamervragen over dit rapport hebben ook de bewustwording over het gebrek aan en belang van transparantie over nevenwerkzaamheden op politiek niveau vergroot.
- De Europese Ombudsman dringt er, op basis van de klacht van foodwatch, op aan om sponsoring bij EU-voorzitterschappen aan te pakken - om reputatierisico's voor de EU te beperken. De uitspraak is een goed begin van duidelijke richtlijnen voor lidstaten met betrekking tot sponsoring.

UITDAGINGEN

Foodwatch blijft nauwlettend toekijken op de inmenging van de voedingsindustrie in de politiek en wetenschap. De tentakels van de voedingsindustrie zijn echter lang en machtig. Door misstanden aan te pakken, door onder meer de industri lobby aan het licht te brengen, kunnen we eisen dat het systeem moet veranderen. Eigenlijk hebben we doortastende regulering nodig, zoals een verbod voor bedrijven die ongezonde voeding produceren om bij de Nederlandse overheid en Europese instellingen te lobbyen, of het weigeren van industriefinanciering en -sturing als de wetenschap wordt misbruikt om ongezonde producten in een gezonder daglicht te plaatsen.



MENS, DIER EN MILIEU

HET PROBLEEM

Verkoop, vrije handel en winst staan vaak centraal in de voedselvoorziening, waardoor mens, dier en milieu het onderspit moeten delven. Mensen hebben niet altijd gelijke toegang tot gezonde en betaalbare voeding. Dieren lijden aan gedragsstoornissen, ziekte en pijn door overvolle stallen en slechte verzorging. Onze planeet en het milieu gaan gebukt onder vervuiling, ontbossing, CO₂- en methaanuitstoot, stikstof, het verlies aan biodiversiteit en de uitputting van grondstoffen door de landbouw en voedselverspilling. Foodwatch stelt deze misstanden aan de kaak en eist maatregelen die mens, dier en milieu beschermen.

DIT DEED FOODWATCH

- We hebben aandacht gevraagd voor de voedselverspilling die helaas nog maar al te vaak voorkomt in de fastfoodindustrie. Zo wordt bij Kentucky Fried Chicken (KFC) kip 60 à 90 minuten na bereiding niet meer verkocht. Dan is die 'te oud'. Dagelijks gaan kilo's kip direct naar de vuilnisbak. KFC zorgt er door hun voedselverspilling tevens voor dat ook het sowieso niet al te rooskleurige leven van de kippen wordt verspild.
- Foodwatch heeft samen met elf andere maatschappelijke organisaties de landbouwminister opgeroepen een stop te zetten op het gebruik van kooien in de veehouderij. Zo zetten we onze steun aan het Europees Burgerinitiatief 'Stop de kooien' voort.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

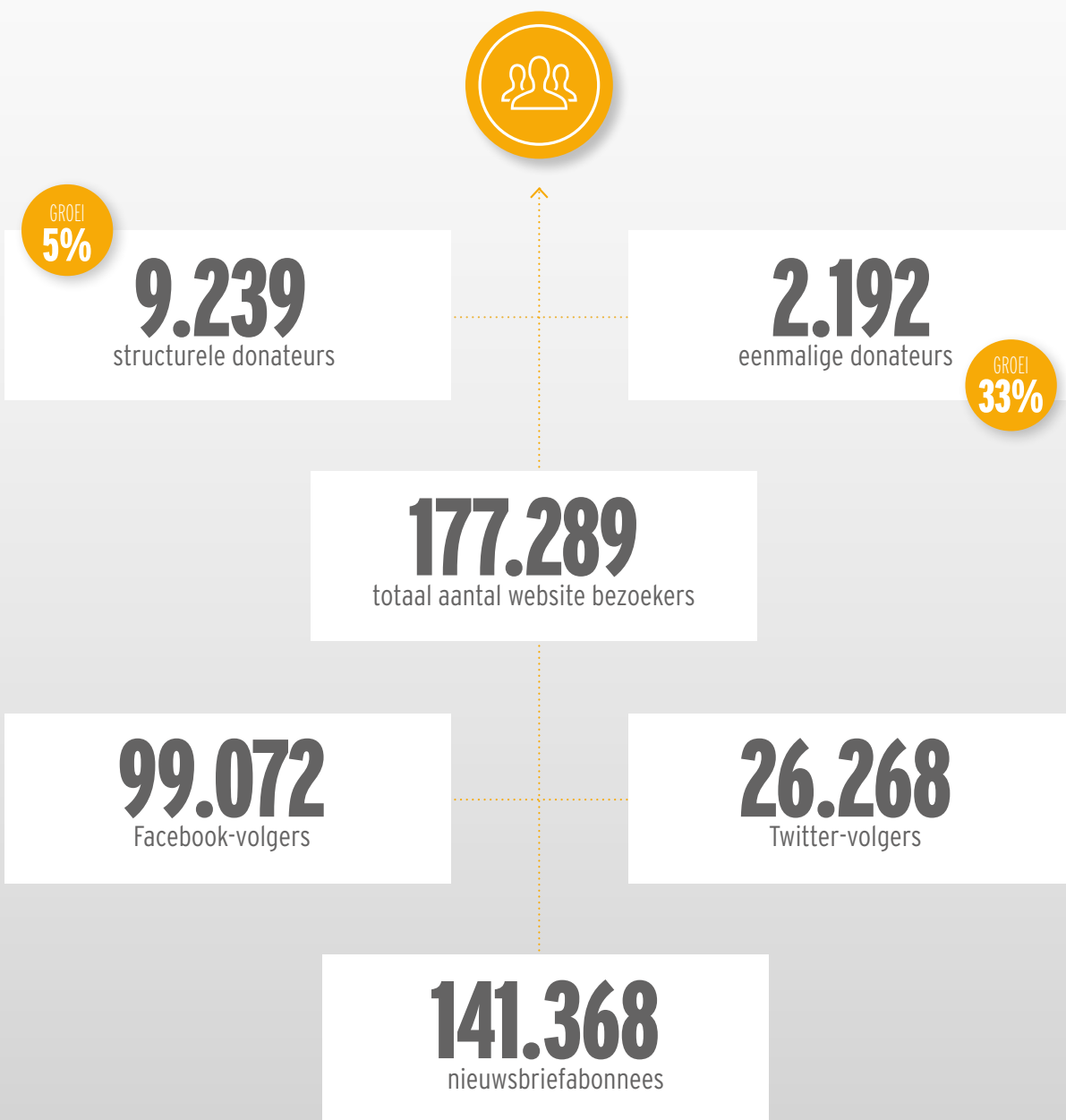
- Door misstanden omtrent voedselverspilling aan de kaak te stellen, wil foodwatch ervoor zorgen dat bedrijven als KFC hun verantwoordelijkheid nemen en een preventief verspillsbeleid opstellen. Bewustwording en media-aandacht is hierbij een eerste stap.
- Samen met andere organisaties hebben we ervoor gezorgd dat het enorme dierenleed dat wordt veroorzaakt door kooien in de veehouderij hoog op de Europese politieke agenda is gezet. Een aantal lidstaten heeft al een begin gemaakt met een verbod van kooien. Zo zijn kooien voor moeder-varkens verboden in Zweden, terwijl Duitsland besloten heeft met ingang van 2025 geen kippenkooien meer toe te staan. Foodwatch blijft aandringen op maatregelen in Nederland.

UITDAGINGEN

Het Nederlands en Europees landbouw- en voedselbeleid zou de bescherming van mens, dier en milieu systematischer moeten implementeren. De gezonde, milieuvriendelijke en duurzame optie moet de gemakkelijkste en meest betaalbare optie worden. Nu is het eerder andersom. Naast het CETA verdrag zijn er meer internationale vrijhandelsverdragen die mens, dier en milieu bedreigen. Foodwatch zet zich samen met de verschillende Europese foodwatch-kantoren en binnen diverse coalities in om de belangen van mens, dier en milieu bovenaan de agenda van de Europese beleids-hervormingen te plaatsen.

ONZE GROTE ACHTERBAN

De achterban van foodwatch bestaat uit donateurs, nieuwsbrieflezers, bezoekers van onze website en volgers van onze sociale media. Dankzij een enorme groei in de afgelopen 11 jaar is de macht en (overtuigings)kracht van onze achterban toegenomen en kunnen we telkens meer druk zetten op het bedrijfsleven en de politiek.



ONS GROEIEND BEREIK

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



**'DANKZIJ ONZE
GROEIENDE ACHTERBAN
KUNNEN WIJ
STEEDS MEER
DRUK ZETTEN
OP VOEDSELINDUSTRIE
EN POLITIEK'**

ONZE ACTIVITEIT

In 2020 hebben we met het team van foodwatch onder meer het volgende gerealiseerd en uitgevoerd:

- ✔ 52 nieuwsbrieven verstuurd
- ✔ 49 nieuwitems op onze website gepubliceerd
- ✔ 16 persberichten verstuurd
- ✔ 6 producten beklaagd bij de Reclame Code Commissie
- ✔ 5 marktonderzoeken uitgevoerd
- ✔ 4 rapporten gepubliceerd
- ✔ 4 deelnames aan coalities
- ✔ 4 WOB-verzoeken ingediend
- ✔ 3 inhoudelijke onderzoeken gedaan
- ✔ 3 thema-overleggen met de NVWA bijgewoond

HIGHLIGHTS MEDIA-AANDACHT 2020

RTLnieuws

Ombudsman wil dat EU-sponsoring door multinationals aan banden wordt gelegd



© PONT REKORMAA

RTLNieuws / 08-01-2020

LN


Minister Bruno Bruins: 'Misleiding etikettering is gewoon verboden'



BNNVARA Kassa / 18-01-2020

R

Hoe multinationals geld krijgen van de overheid door handelsverdrag CETA



AVROTROS RADAR / 10-02-2020

Globe icon

Broodje kroket in je ziekenhuisbed; eigenlijk best gek toch?



© ANP

Metro / 12-02-2020

LN

Kippen in kooien niet meer van deze tijd?



BNNVARA Kassa / 11-04-2020

NRC HANDELSBLAD

Zo volkoren zijn veel producten helemaal niet



NRC Handelsblad / 30-04-2020

AD

Het is nu al suikermaxdag: deze producten voor kinderen bevatten bizar veel suiker



AD / 08-07-2020

De Telegraaf

'Suikerindustrie koopt wetenschappers voor rooskleuriger beeld'



De Telegraaf / 19-08-2020

npo radio 1

Rob Geus en Foodwatch campaigner Frank Lindner over openbaarmaking NVWA inspectieresultaten



NPO Radio1 / 31-08-2020

Editie NL

Landwinkels verkopen niet altijd lokaal product: 'Check je ei'



EditieNL / 19-09-2020

1V

Waarom een suikertaks in Nederland maar niet van de grond komt



© ANP

1Vandaag / 0-10-2020

LN

Foodwatch maakt winnaar Gouden Windei 2020 bekend



BNNVARA Kassa / 12-12-2020

C

ORGANISATIE

WIE HIELPEN ONS DEZE RESULTATEN TE BEHALEN?



Als enige consumentenorganisatie in Nederland die opkomt voor het recht van consumenten op eerlijk, veilig en gezond eten, staan wij voor een grote uitdaging. De macht van de industrie is enorm: met miljardenbudgetten en duizenden lobbyisten in Den Haag, Brussel en door de hele EU probeert zij de verbeteringen te voorkomen waar wij voor pleiten. Toch is foodwatch, ondanks haar beperkte omvang en budget, in staat om grote veranderingen teweeg te brengen. Met versterking van onze zusterorganisaties foodwatch Duitsland, foodwatch Oostenrijk en foodwatch Frankrijk, ons internationale kantoor, onze medewerker in Brussel, onze partners, experts, juristen en het allerbelangrijkst – onze achterban van meer dan honderdduizend 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. Onze campagnes voor gezond, eerlijk en veilig voedsel komen met grote regelmaat in de media en de actualiteit - wat de druk op bedrijven en overheid opvoert. Hieronder volgt meer uitleg over onze stakeholders, en de manier waarop wij samenwerken.



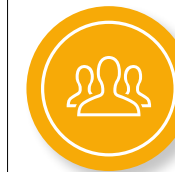
CONSUMENTEN

Of je nou veganist of vleeseter bent, rijk of arm, biologisch of gangbaar eet: foodwatch is er voor jou. 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 e-mail en via 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 geen steun van de overheid of voedselproducenten willen ontvangen, 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 en/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 hun 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 allianties en 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 zusterorganisaties, foodwatch Duitsland, foodwatch Oostenrijk, foodwatch internationaal en foodwatch Frankrijk. Ook hebben een medewerker in Brussel. Zo creëren we een brede Europese beweging aan consumenten.

Foodwatch nam in 2020 deel aan de volgende allianties:

- Lobbywatch Nederland met Transparency International, SOMO, Milieudefensie en TNI.
- Handel Anders samen met Milieudefensie, vakbonden en diverse NGO's.
- 'End the Cage Age' samen met diverse andere NGO's

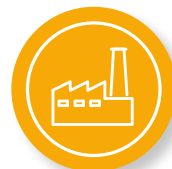
Wij spreken op inhoudelijk en strategisch niveau regelmatig met partners in coalities,

zowel via coalitiebijeenkomsten als ad-hoc.



EXPERTS

Specialistische kennis is onmisbaar voor ons werk. Daarom doet foodwatch vaak beroep op wetenschappers en experts – bijvoorbeeld op het gebied van toxicologie, voeding, gezondheid, integriteit 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 ook nauw contact. Specialistische onderzoeken, zoals laboratoriumonderzoeken of opiniepeilingen, besteden wij uit. In 2020 hebben we er hard aan gewerkt een sterk en ervaren netwerk op te bouwen ter ondersteuning van onze campagne voor een onafhankelijke wetenschap. Voor zowel onze nationale als internationale campagnes winnen we ook regelmatig expertise in uit andere landen binnen Europa en elders op de wereld.



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. Naast het openbaren, publiceren en delen van misstanden, voeren wij ook gesprekken met bedrijven over verbetering. Koplopers

kunnen een belangrijke rol spelen in de publieke en politieke discussie. Sommige bedrijven willen het wel beter doen, maar wachten op een gelijk speelveld zodat alle voedselproducenten zich aan dezelfde regels moeten houden. Een voorbeeld daarvan is het voedselkeuzelogo Nutri-Score. Ook daar ligt een taak voor ons.



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. Alléén de overheid kan het gelijke speelveld bieden dat uiteindelijk álle 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

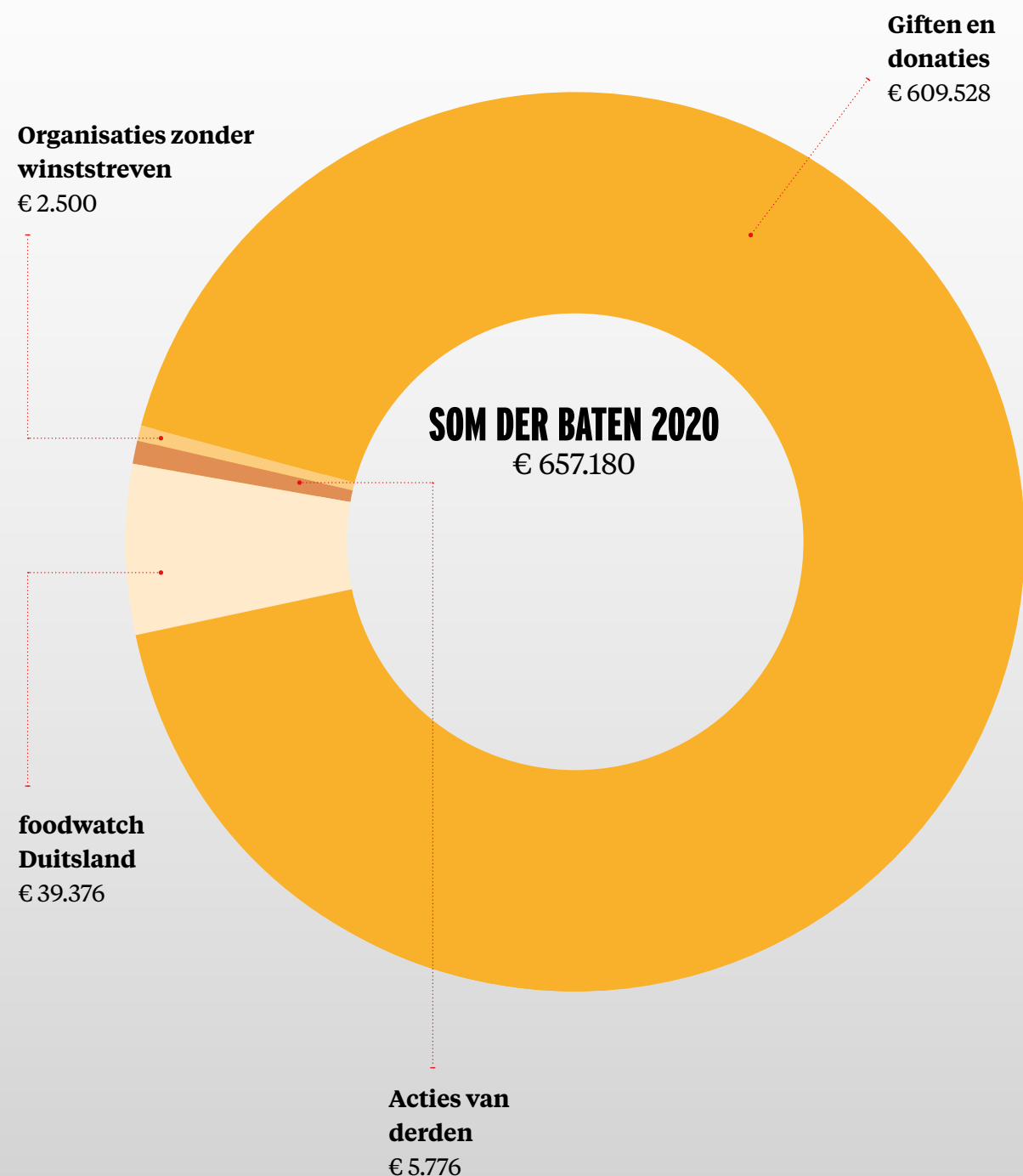
en de Reclame Code Commissie, zijn daarom belangrijke spelers voor foodwatch, bijvoorbeeld op het gebied van handhaving en controle van voedsel gerelateerde wetgeving, fraudepreventie en het beschermen van informatierecht van consumenten.



MEDIA

De media en pers spelen in ons werk een sleutelrol. Met hulp van de media – zowel traditionele (TV, kranten, radio) als nieuwe media (online, social media) – kan foodwatch haar boodschap naar buiten brengen. Met media-stakeholders communiceren wij voornamelijk via persberichten, diverse overleggen en geven interviews aan programmamakers en journalisten. Ook publiceren wij op onze website regelmatig nieuwsitems, die veelal worden overgenomen door pers en vakpers.

INKOMSTENVERDELING 2020



FINANCIEEL

Foodwatch heeft zich ten doel gesteld om het grootste deel van de baten te besteden aan de doelstelling. In het financieel overzicht is te lezen dat 48% van onze baten van in totaal €657.180 in 2020 wordt besteed aan onze doelstelling.

Ons campagneteam houdt zich bezig met het uitvoeren van onderzoek, opzetten en uitvoeren van nationale en internationale campagnes, opstellen van artikelen en teksten, en het plaatsen ervan op social media en de website. De kosten van campagnes zijn daardoor laag en er wordt met een klein team veel bereikt. Als we kijken naar de procentuele verdeling van de bestedingen van in totaal €568.584 dan is 55% van de kosten besteed aan de doelstelling: het doen van onderzoek, het informeren van de consument en het beïnvloeden van beleid door het voeren van campagnes.

De kosten waren lager door besparingen met betrekking tot de vaste kosten alsook lagere wervingskosten en reiskosten als gevolg van de coronacrisis.

Naast de 55% besteding van kosten aan de doelstelling, is 27% besteed aan fondsenwerving en 18% aan de kosten van beheer & administratie.

Het bedrag aan kosten fondsenwerving is relatief hoog. Ons fondsenwervingsteam bestaat uit 1 persoon. Om voldoende te kunnen inzetten op het werven van donateurs zetten we extra capaciteit in. Deze kosten bestaan met name uit het inzetten van een telemarketingbureau. Daarnaast hebben we ook de kosten van ons CRM-systeem.

De werkzaamheden voor campagnes en ook voor beheer en administratie worden grotendeels door de foodwatch medewerkers uitgevoerd. Daarbij zijn de kosten van de uitbesteding van onderzoek voor campagnes en de kosten voor de uitvoering van de salarisadministratie relatief laag ten opzichte van de kosten voor fondsenwerving. Ons streven is en blijft om het grootste deel van onze opbrengsten, in ieder geval 55% en waar mogelijk meer, te besteden aan onze doelstelling: het voeren van campagnes samen met onze donateurs.

RESERVES EN FONDSEN

Om wijs met de ons toevertrouwde gelden om te gaan heeft foodwatch zich voorgenomen de inkomsten niet op te potten in de vorm van vermogen, maar op zinnvolle en effectieve wijze aan de doelstelling van foodwatch te besteden. Foodwatch belegt haar reserves niet.

Eind 2020 heeft foodwatch Duitsland besloten de lening van €575.000 om te zetten in vermogen. Dit heeft geleid tot een rechtstreekse vermogensmutatie door toevoeging van €575.000 aan de continuïteitsreserve. Het negatieve eigen vermogen van eind 2019 daarmee eind 2020 een positief eigen vermogen geworden van €281.389, waardoor de solvabiliteit is verbeterd.

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 8.806 eind 2019 naar 9.239 eind 2020. Verder werden we in 2020 gesteund door 2.192 donateurs die een eenmalige gift deden. Dit betekende een forse groei, wat verrassend en vooral hoopgevend was in een moeilijk corona-jaar. In 2020 hebben weer we ook ingezet op het verkrijgen van periodieke overeenkomsten voor belastingvrij schenken. Hiermee leggen donateurs hun gift voor minimaal vijf jaar vast met belastingvoordeel. Op deze manier voorzien zij foodwatch van structurele en zeer welkome inkomsten.

Daarnaast zijn wij dankbaar voor de steun van ideële fondsen en organisaties zonder winstoogmerk. Wij zijn ontzettend blij dat wij in 2020 een gulle gift mochten ontvangen van de Riki Stichting (€2.500). Ook ontvingen wij een gift van het bedrijf Morgen is Nu (€5.500) naar aanleiding van een door hen in samenwerking met foodwatch

georganiseerde actie onder de klanten van Morgen is Nu.

Google ondersteunt ons werk met een royale regeling: we mogen deelnemen aan het Google Ad Grants Pro programma. Hiermee verkregen we in 2020 gratis advertentieruimte (Google Ads) binnen de Google zoekmachine.

De komende jaren zullen wij investeren in het verder diversifiëren van onze inkomsten en gaan bekijken welke mogelijkheden social media en offline advertenties kunnen bieden. Ook gaan we opnieuw grotere fondsen aanschrijven voor steun.



FOOD FOR THOUGHT!

DONEER NU

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.

Zelf een donatie overmaken kan natuurlijk ook.

Doe dit naar NL43 TRIO 0390 3757 64 t.n.v. Stichting foodwatch Nederland te Amsterdam. Alvast bedankt!



ORGANISATIE EN BESTUUR

BESTUUR

Stichting foodwatch Nederland is een ANBI-instelling met CBF-keurmerk en heeft een toezichhoudend bestuur van deskundigen. Dit bestuur is eindverantwoordelijk voor foodwatch Nederland en adviseert op strategisch niveau. De samenstelling was in 2020 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. Zelfstandig financieel interim-manager.
- **Annemiek van Bentem**, algemeen bestuurslid sinds 2017. Communicatie-manager met expertise in maatschappelijke thema's. Annemiek nam op 1 mei afscheid van het bestuur.
- **Hilde Anna de Vries**, algemeen bestuurslid sinds 2019. Campagneleider Duurzame landbouw bij Greenpeace Nederland.
- **Harmen de Kraker**, algemeen bestuurslid sinds 2019. Advocaat bij Damen & De Koningadvocaten. Harmen nam op 1 september afscheid van het bestuur.

Het vertrek van twee bestuursleden maakt plaats voor twee nieuwe bestuursleden. Het bestuur is begonnen met het zoeken naar nieuwe bestuursleden die in de loop van 2021 zullen worden toegevoegd aan het bestuur.

De vergaderingen van het bestuur worden

tevens bijgewoond door de heer Thilo Bode, directeur van foodwatch International.

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.

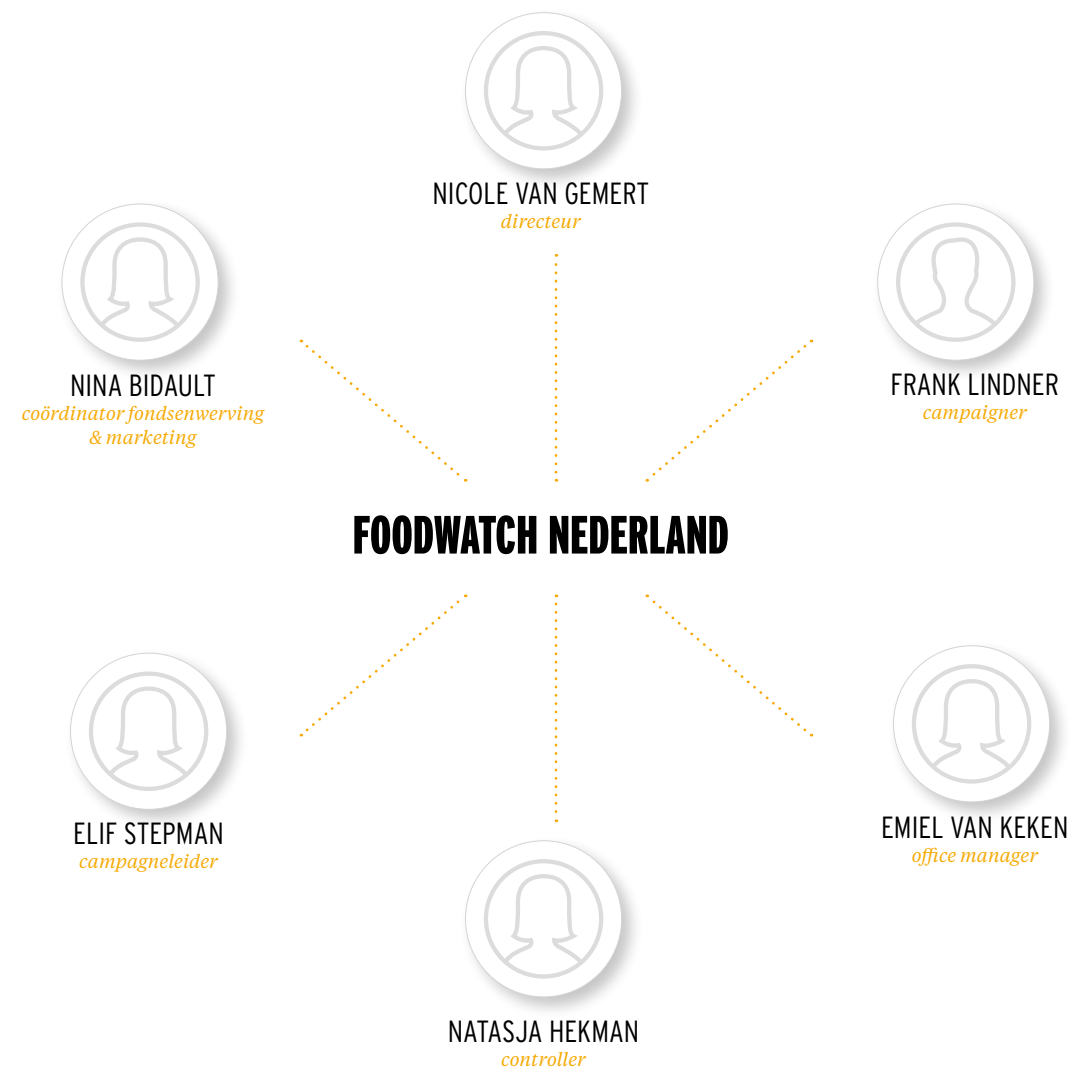
Het bestuur vergaderde in 2020 drie keer, en behandelde daarbij onder meer de volgende onderwerpen:

- Goedkeuring jaarverslag en jaarrekening over 2019.
- Vaststellen doelstellingen en budget, voortgang van campagnes, fondsenwervingsstrategieën en input voor projectvoorstellen.
- Personeelsbeleid en salarisontwikkelingen
- Vervanging en taken bestuursleden
- Representatie en coöperatie bij en met foodwatch International.

Het bestuur is onbezoldigd en ontvangt alleen een onkostenvergoeding voor de reële kosten die zij maakt voor haar bestuurswerk.

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 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 aan verschillende overleggen en samenwerkingsverbanden met de andere foodwatch kantoren in Duitsland, Oostenrijk en Frankrijk, en heeft een vaste medewerker in Brussel.

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

PERSONEEL

In 2020 vervulden een nieuwe campaigner en een nieuwe office manager twee openstaande vacatures bij foodwatch. Het totale team van foodwatch bestaat in 2020 uit zes mensen met in totaal 4,7 fte. Het team werd in 2020 verder ondersteund door freelancers, stagiaires en vrijwilligers.

BELONING

Foodwatch is niet aangesloten bij een collectieve arbeidsovereenkomst (CAO).

ACTIVITEITEN

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 bezoldiging van het bestuur bestaat uitsluitend uit een vergoeding voor de werkelijk gemaakte kosten voor de uitoefening van de taken van het bestuur. In 2020 was dit een bedrag van in totaal € 965,-.

Bij de bepaling van het bezoldigingsbeleid van de directeur volgt Stichting foodwatch Nederland de Beloningsregeling voor 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 vindt plaats door het bestuur. Dit leidt tot een zogenaamde BSD-score van 295 punten in de categorie type D met een maximaal jaarinkomen van € 79.903 (1 fte/12 maanden) omgerekend naar 0,9 fte 12 maanden €71.913.

Het werkelijk jaarinkomen voor 2020 van de directeur bedraagt € 70.330 en dat is inclusief de belaste vergoedingen/bijtellingsen, de werkgeversbijdrage pensioen en de pensioencompensatie. De bezoldiging van de directeur valt daarmee binnen de norm.

De brutosalariissen van alle werknemers samen (samen 4,7 fte) bedroegen in 2020 € 261.077, inclusief vakantiegeld

en een bescheiden bijdrage voor de oudedagsvoorziening. 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 thuiswerken. Medewerkers kunnen aanspraak maken op een educatiebudget van € 1.000,- per jaar.

FOODWATCH INTERNATIONAL

Op internationaal niveau is er hard gewerkt. Samen met de foodwatch kantoren in Duitsland en Frankrijk en met het nieuwe internationale kantoor voerden we diverse internationale campagnes. Eind 2020 werd het kantoor in Oostenrijk opgericht. Expertise en mankracht werden gedeeld bij bijvoorbeeld fondsenwerving en kennisuitwisseling. In Brussel is iemand aangesteld om de politieke agenda in de gaten te houden en nieuwe kansen te signaleren. We voerden gezamenlijk campagnes tegen de export van in de EU verboden pesticiden (waarvan resten via de import van voedsel van buiten de EU weer op ons bord terechtkomen), tegen het gebruik van minerale oliën in verpakkingen, tegen ondemocratische handelsverdragen en voor verbetering van de Europese voedselrichtlijn. Er werden diverse (virtuele) internationale campagnebijeenkomsten georganiseerd, een virtuele internationale team meeting voor de gehele internationale staf en, sinds het uitbreken van de pandemie, wekelijks een digitale vergadering van de gezamenlijke Executive Directors.

MVO-BELEID

Maatschappelijk verantwoord ondernemen gaat wat foodwatch betreft om het vinden van een balans tussen de sociale (people), ecologische (planet) en economische (wijs omgaan met onze donaties) 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. Onze campagnematerialen, kantoorbenodigdheden, drukwerk, etc. zijn voor zoveel mogelijk gifvrij en voldoen aan zoveel mogelijk aan de keurmerken Forest Stewardship Council (FSC), EKO en Fairtrade. Tegelijkertijd wordt 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-ogenprincipe 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. Foodwatch heeft ervoor gekozen in haar begroting 2021 geen inkomsten op te nemen van nog te verkrijgen fondsen en/of legaten. Hier wordt wel actief op ingezet. Door deze wijze van begroten wordt het risico dat verwachte inkomsten niet binnenkomen afgedekt en zijn de begrote kosten in balans gebracht met het te verwachten structurele inkomen van foodwatch.

Omdat wij met veel persoonsgegevens (o.a. van donateurs) werken staat bescherming van deze data bij ons hoog in het vaandel. Door het ingaan van de nieuwe privacy-wetgeving in mei 2018, hebben we hier extra aandacht aan gegeven. We sloten verwerkersovereenkomsten met alle data-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%). Dit jaar hebben we ons beleid aangescherpt en nog transparanter gemaakt voor onze achterban. In 2020 is er tweemaal een fout ontdekt waardoor een datalek mogelijk was. Deze zijn onmiddellijk gedicht en gelukkig is uit onderzoek gebleken dat de kans dat er belangrijke persoonsgegevens zijn gelekt zo goed als nihil is, onder andere door de extra beveiliging van onze elektronische formulieren.

OOK IN 2021 STRIJDEN WE MET EEN GEDEGEN EN ERVAREN TEAM VOOR EERLIJK, VEILIG EN GEZOND ETEN

INTEGRITEIT

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. Als organisatie die anderen aanspreekt op hun verantwoordelijkheid, staat integriteit bij ons zeer hoog in het vaandel. Wij vinden dat je geen betere rechten en bescherming voor consumenten kan vragen als je jezelf

niet aan de wet houdt of de integriteit van anderen schendt. Binnen foodwatch streven wij naar een integere cultuur en veilige werkomgeving. Onder de Erkenningsregeling van het CBF zijn op het gebied van integriteit normen vastgesteld. Deze normen hebben we geïntegreerd in ons personeelshandboek. We hebben onze gedragscode in 2020 herzien, een regeling gemaakt rond handhaving bij schendingen waaronder een meld- en opvolgprocedure en een communicatieprotocol.



D

FINANCIËEL OVERZICHT

SAMENVATTING FINANCIËLE RESULTATEN 2020

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 2020 ontving foodwatch €609.528 aan particuliere donaties, €5.500 als actie derden van een bedrijf, €2.500 aan ideële fondsen en €276 uit loterijen.

Tevens heeft foodwatch Duitsland giften beschikbaar gesteld, bestemd voor samenwerking op het gebied van internationale campagnes, fondsenwerving & bedrijfsvoering. Deze giften bedroegen in totaal €39.376.

2020 is afgesloten met een positief resultaat van €88.596; dit bedrag is gedoteerd aan de continuïteitsreserve.

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

VERMOGENSBEHEER EN BESTEDINGSBELEID

Eind 2020 heeft foodwatch Duitsland besloten de lening van €575.000 om te zetten in vermogen. Dit heeft geleid tot een rechtstreekse vermogensmutatie door toevoeging van €575.000 aan de continuïteitsreserve. Daarnaast is er een dotatie van €2.000 vanuit het bestemmingsfonds. Het negatieve eigen vermogen van eind 2019 ad €382.207 is daarmee eind 2020 een positief eigen vermogen geworden van €281.389. Waardoor de solvabiliteit is verbeterd.

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 2020 is 48%. De campagne werkzaamheden worden nagenoeg volledig in eigen beheer uitgevoerd, door onze 2 campaigners en de campaigning director (2,5fte).

Foodwatch zet in op het werven van structurele donateurs. Wij hebben 1 fondsenwerver in dienst (0,8fte). Diensten als telemarketing worden extern belegd. Vandaar dat de bestedingen aan de doelstelling relatief laag zijn ten opzichte van de bestedingen voor fondsenwerving.

BEKNOPT FINANCIËEL OVERZICHT 2020 (IN EURO'S)

	Realisatie 2020	Budget 2020	Realisatie 2019	Budget 2021
BATEN				
Baten van particulieren	609.527	596.311	574.975	626.092
Baten van bedrijven (acties derden)	5.500			
Baten van verbonden organisaties zonder w.str.	39.376	33.668	8.981	5.967
Baten van andere organisaties zonder winststr.	2.500	0	103.028	0
Baten van loterijorganisaties	276	0	526	0
Som der baten	657.180	629.978	687.510	632.059
LASTEN				
Besteed aan doelstelling(en)				
Onderzoek	62.545	71.616	65.750	70.828
Informatie	156.363	179.041	164.374	177.069
Beleidsbeïnvloeding	93.818	107.425	98.625	106.242
	312.726	358.083	328.749	354.139
Wervingskosten	155.983	172.720	158.863	157.229
Beheer en administratie	99.875	118.293	108.371	107.114
Som der lasten	568.584	649.096	595.982	618.481
Resultaat	88.596	-19.117	91.527	13.578
Bestedingspercentage	48%	57%	48%	56%
Wervingspercentage	24%	27%	23%	25%

BALANS PER 31 DECEMBER 2020 (NA RESULTAATBESTEMMING IN EURO'S)

ACTIVA	31-dec-20	31-dec-19
VASTE ACTIVA		
Immateriële vaste activa		
Software	9.008	9.771
	9.008	9.771
Materiële vaste activa		
Verbouwingen	977	2.042
Inventaris	2.515	4.942
	3.492	6.984
VLOTTENDE ACTIVA		
Vorderingen	15.235	13.915
	15.235	13.915
Liquide middelen	321.682	207.188
	321.682	207.188
TOTAAL	349.417	237.858
PASSIVA		
EIGEN VERMOGEN		
Continuïteitsreserve	279.389	-386.207
Bestemmingsfonds	2.000	4.000
	281.389	-382.207
LANGLOPENDE SCHULDEN		
Lening foodwatch Duitsland	0	575.000
		575.000
KORTLOPENDE SCHULDEN		
Crediteuren	35.781	15.915
Belastingen en sociale verzekeringen	8.827	6.745
Overige schulden	23.420	22.405
	68.028	45.065
TOTAAL	349.417	237.858

48

STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2020 (IN EURO'S)

BATEN	Realisatie 2020	Budget 2020	Realisatie 2019
Baten van particulieren	609.527	596.311	574.975
Baten van bedrijven (acties derden)	5.500	0	0
Baten van verbonden organisaties zonder w.str.	39.376	33.668	8.981
Baten van loterijorganisaties	276	0	526
Baten van andere organisaties zonder winststr.	2.500	0	103.028
Som der baten	657.180	629.978	687.509
LASTEN			
Besteed aan doelstelling(en)			
Onderzoek	62.545	71.616	65.750
Informatie	156.363	179.041	164.374
Beleidsbeïnvloeding	93.818	107.425	98.624
	312.726	358.083	328.748
Wervingskosten	155.983	172.720	158.863
Beheer en administratie	99.875	118.293	108.371
Som der lasten	568.584	649.096	595.982
RESULTAAT	88.596	-19.117	91.527
Resultaatverdeling			
Toevoeging aan continuïteitsreserve	90.596	-17.117	93.527
Ottrekking aan bestemmingsfonds	-2.000	-2.000	-2.000
RESULTAAT	88.596	-19.117	91.527

49

BEZOLDIGING DIRECTIE 2020 (IN EURO'S)

DIRECTIE 2020

Naam	N. van Gemert
Functie	directeur

DIENSTVERBAND

Aard (looptijd)	onbepaald
Uren	36 uur
Parttime percentage	90%
Periode	1/1 tm 31/12

BEZOLDIGING

JAARINKOMEN

Bruto loon/salaris	61.800
Vakantiegeld	4.708
Vaste eindejaarsuitkering	-
Jubileumuitkering / uitbetaling niet opgenomen vakantiedagen	-
TOTAAL	66.508

Belaste vergoedingen/bijtellingsen	-
Pensioenlasten (wg deel)	-
Pensioencompensatie	2.472
Overige beloningen op termijn	1.350
Uitkering beëindiging diensverband	-
TOTAAL 2020	70.330

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.

Continuïteit

De stichting heeft in 2020 en ook na balansdatum in het boekjaar 2021 te

kampen met de gevolgen van het coronavirus. Dit kan voor de stichting resulteren in een daling van baten en toename van additionele lasten. Echter, door voldoende financiële draagkracht binnen de internationale foodwatch organisatie en eigen kostenbesparingen verwacht de stichting dat zij haar activiteiten kan blijven voortzetten. Het is ook om die reden dat de jaarrekening is opgesteld onder de continuïteitsveronderstelling 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.

WAARDERINGSGRONDSLAGEN

52

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 waarde-

verminderingen. 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. Een bestemmingsfonds is gevormd voor een geormerkte gift voor meerdere jaren.

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 wervingskosten 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.

53

TOELICHTING OP DE BALANS PER 31 DECEMBER 2020

VASTE ACTIVA

IMMATERIËLE VASTE ACTIVA

BOEKWAARDE PER 1 JANUARI 2020

Aanschafwaarde	26.682
Gecumuleerde afschrijvingen	-16.911
Boekwaarde	9.771

VERANDERINGEN IN HET LOPENDE JAAR

Investerings	3.267
Afschrijvingen	-4.030
	-763

BOEKWAARDE PER 31 DECEMBER 2020

Aanschafwaarde	29.949
Gecumuleerde afschrijvingen	-20.941
Boekwaarde	9.008

MATERIËLE VASTE ACTIVA

BOEKWAARDE PER 1 JANUARI 2020

	Verbouwingen	Inventaris	Totaal
Aanschafwaarde	5.326	27.091	32.417
Gecumuleerde afschrijvingen	-3.284	-22.149	-25.433
Boekwaarde	2.042	4.942	6.984

VERANDERINGEN IN HET LOPENDE JAAR

Investerings	0	0	0
Desinvestering	0	0	0
Afschrijvingen	-1.065	-2.428	-3.493
Desinvestering afschrijvingen	0	0	0
	-1.065	-2.428	-3.493

BOEKWAARDE PER 31 DECEMBER 2020

Aanschafwaarde	5.326	27.091	32.417
Gecumuleerde afschrijvingen	-4.349	-24.577	-28.926
Boekwaarde	977	2.515	3.492

De afschrijvingspercentages zijn:

software: 20% op jaarbasis, inventaris: 20% op jaarbasis, verbouwingen: 20% op jaarbasis

VLOTTENDE ACTIVA

VORDERINGEN EN OVERLOPENDE ACTIVA

Vooruitbetaalde kosten	11.217	13.915
Nog te ontvangen bedragen	4.018	0
	15.235	13.915

LIQUIDE MIDDELEN

Triodosbank, spaarrekening	232.990	184.000
Triodosbank, lopende rekening	57.931	8.489
Triodosbank, donateursrekening	30.749	14.537
Kas	12	162
	321.682	207.188

EIGEN VERMOGEN

CONTINUÏTEITSRESERVE

Positie per 1 januari	-386.207	-479.735
Uit resultaatbestemming	90.596	93.528
Omzetting lening foodwatch E.V. Duitsland in vermogen	575.000	
Positie per 31 december	279.389	-386.207

BESTEMMINGSFONDS

Positie per 1 januari	4.000	6.000
Onttrekking	-2.000	-2.000
Positie per 31 december	2.000	4.000

LANGLOPENDE SCHULDEN

Lening foodwatch Duitsland		
Beginsaldo	575.000	575.000
Omzetting lening foodwatch E.V. in vermogen	-575.000	
Eindsaldo	0	575.000

KORTLOPENDE SCHULDEN

CREDITEUREN

Crediteuren	35.781	15.915
	35.781	15.915

BELASTINGEN EN PREMIES SOCIALE VERZEKERINGEN

Loonbelasting	8.827	6.745
	8.827	6.745

OVERIGE SCHULDEN

Overige schulden	7.500	10.526
Reservering vakantiegeld en - dagen	15.920	11.879
	23.420	22.405

31-dec-20

31-dec-19

Gebeurtenis na balansdatum

De stichting heeft na balansdatum in het boekjaar 2021 nog steeds te kampen met de gevolgen van het coronavirus. Dit zal voor de stichting kunnen resulteren in een daling van baten en toename van de additionele lasten. Echter, door voldoende financiële draagkracht binnen de internationale foodwatch organisatie en eigen kostenbesparingen verwacht de stichting dat zij haar activiteiten kan blijven voortzetten.

Het bestemmingsfonds

Het bestemmingsfonds betreft een geoordeelde donatie die betrekking heeft op meerdere jaren: 2017-2021.

Lening foodwatch Duitsland

Eind 2020 is besloten dat foodwatch Duitsland de lening aan foodwatch Nederland kwijtscheldt. Conform de notulen van de internationale bestuursvergadering van 20 november 2020; dit leidt tot een positieve continuïteitsreserve.

Niet uit de balans blijvende verplichting:

Het huurcontract wordt jaarlijks stilziggend verlengd met een opzegtermijn van 2 maanden. De huurverplichting van 2021 bedraagt € 1.745 per maand inclusief servicekosten.

TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2020

	Realisatie 2020	Budget 2020	Realisatie 2019
INKOMSTEN UIT EIGEN FONDSWerving			
Baten van particulieren	609.527	596.311	574.975
Baten van bedrijven (acties derden)	5.500	0	0
Baten van verbonden org. zonder w.str.	39.376	33.668	8.981
Baten van loterijorganisatie	276	0	526
	654.680	629.978	584.482

De baten van particulieren bestaan enkel uit donaties & giften. En zijn gestegen met 6% ten opzichte van 2019. De baten van bedrijven is een actie derden van het bedrijf 'morgen is nu'. Deze actie heeft plaatsgevonden in samenwerking met foodwatch. Het bedrijf heeft geen link met de voedingsindustrie. De inkomsten eigen fondsenwerving zijn met 12% gestegen ten opzichte van 2019, een absolute stijging van €70.198. foodwatch Duitsland heeft de organisatie gesteund met €39.376; waarvan €25.000 als gift, €5.210 als bijdrage aan de website en €7.050 aan verrekening personeelskosten. En verder is er voor €2.116 verrekend aan internationale kosten gemaakt door foodwatch Nederland.

BATEN VAN ANDERE ORGANISATIES ZONDER WINSTSTREVEN

	2020	2020	2019
Adessium	0	0	97.000
St. Oude Rande Fundatie	0	0	5.000
St. Somo	0	0	1.028
Riki Stichting	2.500	0	0
	2.500	0	103.028

Foodwatch Nederland heeft in 2020 een bijdrage ontvangen van de Riki Stichting. 2019 was het laatste jaar waarin foodwatch een substantiële bijdrage kreeg van St. Adessium. Deze meerjaren bijdrage liep van 2017-2019 en was in totaal €450.000

	2020	2020	2019
SOM VAN DE GEWORVEN BATEN	657.180	629.978	687.510

KOSTEN FONDSWerving

	2020	2020	2019
Telemarketing en online werving	93.622	115.000	100.363
Administratie van donateurs	33.384	29.417	28.983
	127.006	144.417	129.345

Het jaar 2020 werd mede beïnvloed door de gevolgen van de corona uitbraak. Hierdoor is telemarketing diverse keren stilgelegd. Er is meer ingezet op het werven online via de campagnes, nieuwsbrieven en website.

MEDIA EN CAMPAGNES

	2020	2020	2019
Campagnes	20.854	45.200	30.893
Media	22.019	28.755	34.753
	42.873	73.955	65.646

In 2020 heeft het campagne team minder gebruik gemaakt van freelancers ten opzichte van 2019. Dit heeft geleid tot een besparing in de kosten. In de begroting van de campagnes is €23.500 gealloceerd voor het voeren van internationale campagnes in samenwerking met de andere foodwatch kantoren; hiervan is €8.202 besteed. Het voeren van gezamenlijke internationale campagnes is nog volop in ontwikkeling.

	Realisatie 2020	Budget 2020	Realisatie 2019
PERSONEELSKOSTEN			
Bruto salaris	261.077	284.525	238.357
Sociale verzekeringen	46.475	48.385	47.002
Pensioenen	360	1.100	720
Overige personeelskosten	22.099	22.240	39.040
	330.011	356.249	325.118

Op 31 december 2020 waren er 6 medewerkers in dienst, voor 4,7 fte. De kosten zijn met 2% gestegen ten opzichte van 2019. Dit is de correctie voor inflatie in 2020. In de begroting was rekening gehouden met de kosten voor 6 medewerkers en 5,2 fte. Het personeel krijgt 4% van het brutoloon als bijdrage voor een oudedagsvoorziening en de mogelijkheid gebruik te maken van een pensioenaanbieder tegen vergoeding van de kosten van de pensioenaanbieder. In 2021 stapt foodwatch over op een reguliere pensioenregeling.

HUISVESTINGSKOSTEN

	2020	2020	2019
Huur	20.916	20.905	20.283
Schoonmaak	0	1.800	4.593
Overige huisvestingskosten	395	360	390
	21.312	23.065	25.266

KANTOOR- EN ALGEMENE KOSTEN

	2020	2020	2019
Reiskosten	1.364	9.600	6.585
Representatie	680	500	537
Bestuurskosten	965	1.000	1.080
Contributies en abonnementen	7.234	1.400	2.262
Telefoon	603	950	883
Administratie	2.514	3.090	2.626
Automatiseringskosten	10.749	6.000	14.195
Accountantskosten	7.260	7.500	7.260
Bankkosten	496	500	428
Advieskosten	3.999	2.000	2.194
Onvoorzien	0	5.000	0
Overige kosten	3.995	5.680	5.447
	39.860	43.220	43.497

Het bestuur is onbezoldigd en ontvangt alleen een onkostenvergoeding voor de werkelijk gemaakte kosten voor hun bestuurswerk.

AFSCHRIJVINGSKOSTEN

	2020	2020	2019
Software	1.065	1.065	1.065
Verbouwingen	2.427	2.527	2.427
Inventaris	4.030	4.598	3.618
	7.522	8.190	7.110

TOELICHTING LASTENVERDELING

	Besteed aan doelstellingen			Wervingskosten	Beheer & administratie
	Onderzoek	Informatie	Beleidsbeïnvloeding		
Media en campagnes	8.575	21.437	12.862	0	0
Wervingskosten	2.126	5.315	3.189	116.375	0
Personeelskosten	43.990	109.976	65.985	33.607	76.452
Huisvestingskosten	2.841	7.102	4.261	2.170	4.937
Kantoor- en algemene kosten	4.010	10.026	6.016	3.064	16.744
Afschrijvingen	1.003	2.507	1.504	766	1.743
	62.545	156.363	93.818	155.983	99.875
	11%	28%	17%	27%	18%

	Realisatie 2020	Budget 2020	Realisatie 2019	Budget 2019
Media en campagnes	42.873	73.954	65.646	88.825
Wervingskosten	127.005	144.917	129.345	132.917
Personeelskosten	330.011	354.449	325.118	344.226
Huisvestingskosten	21.312	23.145	25.266	25.480
Kantoor- en algemene kosten	39.860	44.440	43.496	65.920
Afschrijvingen	7.522	8.191	7.110	8.022
	568.584	649.096	595.982	665.390
	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 2020 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	20%
Informatie	50%
Beleidsbeïnvloeding	30%

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur van Stichting foodwatch Nederland

A. VERKLARING OVER DE IN DE JAARVERANTWOORDING OPGENOMEN JAARREKENING 2020

Ons oordeel

Wij hebben de in het jaarverslag op pagina 47 tot 58 opgenomen jaarrekening 2020 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 2020 en van het saldo van baten en lasten over 2020 in overeenstemming de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2020;
2. de staat van baten en lasten over 2020; 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 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 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 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.

Uitgeest, 8 april 2021

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**