

ERLIJK ETEN VEILIG ETE GEZOND ETE

JAARVERSLAG
2019

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD

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 2019
37	• FONDSWerving
38	• ORGANISATIE EN BESTUUR
41	• ACTIVITEITEN
42	• BLIK VOORUIT
44	DEEL D – FINANCIËEL OVERZICHT
48	• JAARREKENING 2019

Met trots presenteren we het verslag van onze activiteiten in 2019. Als voedselwaakhond hebben we weer flink van ons laten horen en zien waarvan een beknopte samenvatting op de volgende pagina's te lezen is.

Het was tijdens een strenge winter in 2009 dat huidig foodwatch International directeur Thilo Bode en de huidige bestuursvoorzitter Paul Hohnen naar de Kamer van Koophandel gingen om stichting foodwatch Nederland op te richten. De aftrap vond plaats in het TV programma *Kassa*, dat aandacht besteedde aan misleidende marketing trucs door producenten van ongezonde voeding. Nu, tien jaar later, is foodwatch niet meer weg te denken uit het publieke debat en hebben de acties van het team maar vooral ook de bijzonder actieve achterban geleid tot beleidswijzigingen, vele Kamervragen, debatten, aangepaste producten en unieke allianties.

Belangrijker nog, is dat foodwatch zich heeft weten te ontwikkelen tot een echte waakhond waar een preventief effect vanuit gaat voor producenten die het niet zo nauw nemen met hun verpakkingen. We worden gezien als experts op het gebied van gezond, eerlijk en veilig voedsel en er wordt ons om advies gevraagd. Samen met onze internationale collega's hebben we meerdere malen de krachten gebundeld en effectief invloed gehad op Europees beleid en de publieke opinie.

Tien jaar foodwatch betekent ook tien jaar knokken voor fondsen en donaties. Met trots

kunnen we stellen dat dat gelukt is: wij zijn een financieel gezonde organisatie met een gestage groei van vaste en eenmalige donateurs.

In maart mochten we een nieuwe directeur verwelkomen, Nicole van Gemert. Samen met enkele personeelwisselingen starten we 2020 op volle sterkte met een relatief nieuw maar ervaren team.

Tien jaar foodwatch betekende ook een feestje. In december hebben we dan ook (nieuwe) donateurs in het zonnetje gezet en aandacht besteed aan de successen van tien jaar foodwatch.

Tien jaar foodwatch was niet mogelijk geweest zonder al onze supporters, donateurs en ondertekenaars van petities die onze campagnes mogelijk en productief maken. Daarvoor hartelijk dank!

Wij wensen je veel leesplezier,



NICOLE VAN GEMERT
directeur



PAUL HOHNEN
bestuursvoorzitter

P.S.
In 2019 kregen we ook een prachtige nieuwe website!
Neem gerust eens een kijkje op www.foodwatch.nl.

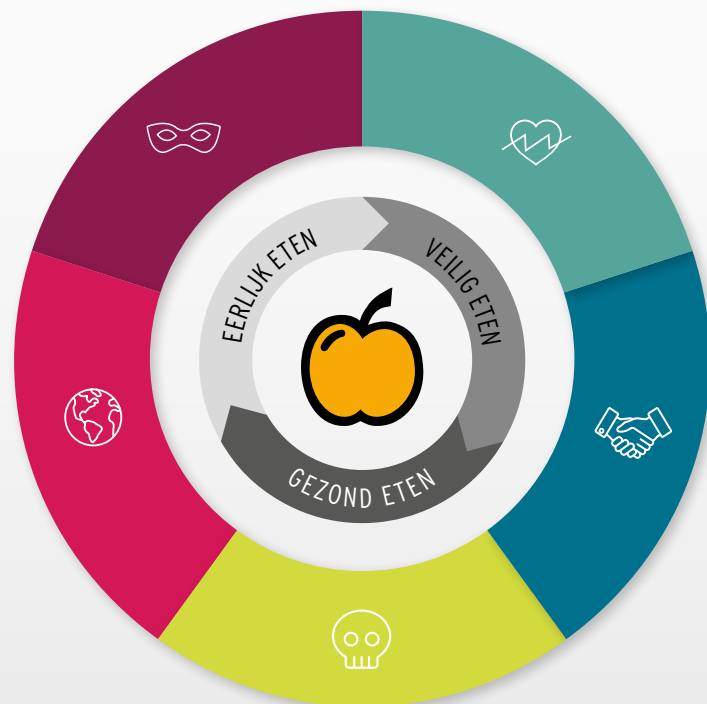
COLOFON / ONTWERP: RAZA.NL / FOTOGRAFIE: ISTOCKPHOTO

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

DE DROOM VAN FOODWATCH

Iedereen heeft recht op eerlijk, veilig en gezond eten. Integriteit en transparantie in de voedselketen is een belangrijke voorwaarde om te kunnen rekenen op eten waarmee niet geknoeid is. Als consumentenorganisatie willen we met onze campagnes toewerken naar politici, beleidsmakers en de voedingsindustrie die hun verantwoordelijkheid nemen in de borging van consumentenrechten en volksgezondheid. Adequaats voedsel is een mensenrecht! Daarvoor vecht foodwatch. Als kritische maatschappelijke organisatie geven wij consumenten een stem. We zetten ons in voor het recht om te weten wat we eten en voor het recht op voedsel dat noch mens, noch milieu schaadt.

WAT IS ER MIS

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

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

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

AANPAK

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

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: 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 2019 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. Zelfregulering door de voedingsindustrie faalt en afspraken leveren amper iets op.

DIT DEED FOODWATCH

- We riepen de nationale Suiker-max-dag voor kinderen in de leeftijd van 4 tot 8 jaar in het leven. Op Suiker-max-dag heb je de aanbevolen maximum hoeveelheid vrije suikers voor een heel jaar al opgegeten. In 2019 viel deze dag op dinsdag 9 juli.
- foodwatch deed onderzoek naar de hoeveelheid suikers in yoghurt drinks en chocolademelkdrankjes. Ondanks alle beloftes van de industrie tot suikerreductie zijn de drankjes - die veel kinderen dagelijks meenemen naar school - nog steeds suikerbommen.
- Via een Europese klacht over kindermarketing tegen sprookjesautomaten van Coca-Cola in de Efteling en een Coca-Cola Suite in het Efteling Hotel, zetten we onze strijd tegen kindermarketing voort.
- De sponsoring van de diëtistenbranche door de suikerindustrie is onderzocht. foodwatch toonde aan dat de onafhankelijke advisering door diëtisten gevaar loopt.
- Ruim driekwart van de volwassen Nederlanders (79%) wil een leeftijdsgrens op de verkoop van energiedrankjes. Dit blijkt uit onderzoek van Multiscope, in opdracht van foodwatch. Dit duidelijke signaal sterkte ons in onze campagne om energiedrankjes uit ziekenhuizen te weren en een leeftijdsgrens in supermarkten in te stellen.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- We wierpen ons op als de vaste criticaster van zelfregulering en toonden in het publieke debat keer op keer aan dat deze faalt: het voedselaanbod bevat nog steeds onnodig te veel suikers, vet en zout.
- Coca-Cola heeft de sprookjestaferelen op haar automaten voor de ingang van de Efteling moeten weghalen. Ze mogen niet langer aantrekkelijk zijn voor kinderen onder de 12 jaar. Deze kleine stap kan een grote stap betekenen voor de regulering rondom kindermarketing.
- De Nederlandse Vereniging van Diëtisten beloofde het sponsorbeleid van externe partijen aan te passen en dit te laten toetsen door een onafhankelijke externe partij.
- Een groot deel van alle ziekenhuizen is gestopt met de verkoop van energiedrankjes. In 90 procent van de algemene ziekenhuizen worden geen energiedrankjes meer verkocht, of wordt de verkoop binnenkort gestaakt. Verschillende supermarkten hanteren al een leeftijdsgrens voor energiedrankjes, maar jammer genoeg nog niet allemaal.

UITDAGINGEN

foodwatch ziet de falende zelfregulering graag plaatsmaken voor een vooruitstrevend, gezond, controleerbaar en bindend overheidsbeleid. Met een verbod op marketing van ongezonde voeding, een suikertaks, btw afschaffing op groente en fruit en een minder obesogene voedselomgeving met 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 die er amper inzitten of vervangen zijn door schimmige alternatieven of die 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 riep op tot strengere wetgeving door klachten in te dienen over bijvoorbeeld vanillevla waar helemaal geen vanille in zit. Je ziet dat in toenemende mate natuurlijke ingrediënten worden vervangen door goedkopere kunstmatige aroma's. Denk aan gembersiroop zonder gember of frambozensnoepjes zonder framboos. foodwatch onderzocht de meergranenproducten van de grootste supermarkten. Toen we constateerden dat er soms naast tarwebloem letterlijk minder dan een snufje zout aan andere granen in meergranenproducten zit, en dat de percentages werden verzwegen, dienden we een handhavingsverzoek in bij de Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit (NVWA).
- foodwatch diende klachten in over volkorenproducten: producenten misleiden hun klanten door in volkorenproducten als beschuit, biscuits en knäckebröd zonder vermelding witte bloem te stoppen.
- De jaarlijkse Gouden Windeï-verkiezing werd voor de tiende keer gehouden waarbij acht misleidende producten werden genomineerd. Consumenten konden vervolgens via internet stemmen.
- We organiseerden het hele jaar door kleinere acties, zoals het ontmaskeren van krieltjes; grote aardappelen die in afgeronde blokjes worden gesneden.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- Op basis van onze klachten dat er in verpakkingen met de benaming vanillevla geen vanille zit en de fabrikant de consument misleidt door dit niet duidelijk op de verpakking te zetten, besloot de Reclame Code Commissie dat liegen op de voorkant van de verpakking gewoon liegen is, ongeacht of de kleine lettertjes van de ingrediëntenlijst op de achterkant van de verpakking juist zijn. foodwatch is blij met de uitspraak omdat het een belangrijk uitspraak is, die voor veel meer producten consequenties gaat hebben. Producenten pasten hun 'vanillevla' aan.
- Supermarkten en fabrikanten moeten op de verpakking van meergranenproducten gaan vermelden hoeveel van de verschillende granen er daadwerkelijk in zitten. 'Sjoemelaars' die aan hun tarwebrood, -crackers of -beschuit slechts enkele korreltjes andere granen toevoegen en het dan als 'meergranen'-product duurder verkopen, vallen zo sneller door de mand.
- De Reclame Code Commissie stelt foodwatch in alle tien de klachtenprocedures over volkoren in het gelijk. De producenten moeten ervoor zorgen dat hun producten helemaal uit volkoren bestaan of het gebruik van bloem duidelijk op de voorkant vermelden.
- Verschillende producenten die genomineerd waren voor de Gouden Windeï verkiezing pasten hun misleidende producten aan. Zoals AH geitenkaas-spread en AH seizoensgroenten.

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 overheid en Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) doen te weinig om voedsel-schandalen te voorkomen. De regels zijn te slap en de controles falen.



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, worden nauwelijks gecontroleerd, en als ze overschreden worden, worden consumenten daar vrijwel nooit voor gewaarschuwd.

DIT DEED FOODWATCH

- foodwatch liet laboratoriumanalyses uitvoeren naar verschillende bak-ingredienten van Dr. Oetker, nadat het bedrijf tijdens e-mailcorrespondentie met foodwatch beweerde dat er geen omstreden nanodeeltjes van titaniumdioxide (E171) in hun producten te vinden zijn. De bewering is weerlegd: in alle geteste producten werden aanzienlijke hoeveelheden nanodeeltjes gevonden.
- We zijn opnieuw ten strijde getrokken tegen Monsanto en haar onkruidverdelger glyfosaat, aangezien het bedrijf een Europese aanvraag tot verlenging indiende. In een campagne gericht aan het Nederlandse College voor de Toelating van Gewasbeschermingsmiddelen (Ctgb), die glyfosaat in 2020 moet herbeoordelen, roept foodwatch op het gesjoemel van Monsanto niet te belonen en de omstreden pesticide eindelijk te verbieden.
- foodwatch onderzocht schadelijke minerale oliën in babymelk. Onafhankelijke laboratoriumanalyses hebben bevestigd dat verschillende babymelkproducten verontreinigd zijn.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- Meerdere voedselabrikanten stoppen met het gebruik van E171 in hun producten. Dit hebben zij foodwatch toegezegd nadat de NVWA concludeerde dat er een mogelijke relatie is tussen de consumptie van de witte kleurstof titaniumdioxide (E171) en een hoger risico op darmkanker.
- Als reactie op de campagne van foodwatch 'Zeg nee tegen Monsanto!' beloofde het Ctgb een transparant, zorgvuldig en integer beoordelingsproces van glyfosaat te garanderen en de kritiek van de samenleving in acht te nemen. Het blijft echter wachten op de concrete beoordeling in 2020.
- De Europese Commissie heeft op basis van het onderzoek van foodwatch minerale olie in voeding opnieuw op de agenda geplaatst. Momenteel onderzoekt de commissie samen met verschillende lidstaten welke stappen ondernomen moeten worden.

UITDAGINGEN

foodwatch wil zekerheid dat er geen schadelijke stoffen meer in ons voedsel terecht komen. Het voorzorgsbeginsel dat in Europese wetgeving is verankerd, moet consequent worden toegepast: als er vermoeden of bewijs is dat een stof schadelijk is, mag deze niet in voedsel terechtkomen. Mogelijk schadelijke stoffen worden vaak 'blind' verlengd, zonder veiligheids-toets. Ondanks de kritiek die deze praktijk krijgt, worden 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. De voedingsindustrie stuurt lobbyisten naar Den Haag en Brussel om wetgeving naar hun hand te zetten. Ook investeert ze steeds meer in universiteiten en andere onderzoeksinstituten, wat ten koste gaat van de onafhankelijkheid en betrouwbaarheid van onderzoek.

DIT DEED FOODWATCH

- We hebben campagne gevoerd tegen de - reeds 15 jaar durende - lobby van de industrie tegen een goed voedselkeuzelogo. Bepaalde bedrijven willen immers niet dat hun ongezonde producten ontmaskerd worden door een rood stoplicht. foodwatch wil dit wel en pleit voor de verplichte invoering van de Nutri-Score: een onafhankelijk en wetenschappelijk onderbouwd logo. We hebben actie gevoerd tegen het misleidende logo van Coca-Cola. We hebben via de Nutri-Score allerlei gezonde claims op ongezonde producten kunnen ontmaskeren. We hebben de lobby van Coca-Cola, PepsiCo, Unilever en co achter de schermen blootgelegd. Samen met zo'n 11 duizend foodwatchers hebben we de Staatssecretaris van Volksgezondheid opgeroepen om voor de Nutri-Score te kiezen.
- foodwatch is in actie gekomen tegen de commerciële sponsoring van het Roemeense voorzitterschap van de Raad van de Europese Unie. Elk half jaar is een lidstaat voorzitter van de Raad, die verantwoordelijk is voor wetgeving en begroting in de EU. Om de kosten te dekken, doen lidstaten steeds vaker beroep op commerciële sponsoring. Zo is Coca-Cola 'platinum partner' geweest van het voorzitterschap in Roemenië. foodwatch diende hierover een klacht in bij de Europese Ombudsman, die is ondersteund door zo'n 70.000 handtekeningen van foodwatchers uit heel Europa.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- We maakten in Nederland een einde aan de lobby tegen een goed voedselkeuzelogo. Nederland heeft voor het onafhankelijke voedsellogo Nutri-Score gekozen, dat in 2022 ingevoerd zal worden. We willen dat de Nutri-Score verplicht wordt in de hele Europese Unie. Verschillende lidstaten hebben al de Nutri-Score geïmplementeerd, maar we zijn er nog niet zolang we geen wettelijk bindend Europees voedselkeuzelogo hebben.
- Op Europees niveau hebben we ervoor gezorgd dat de sponsoring van Coca-Cola & Co van de Raad van de Europese Unie niet alleen veel kritiek kreeg, maar ook wordt afgeraden voor volgende Raden. De Europese Ombudsman geeft foodwatch gelijk: industriesponsoring van commerciële bedrijven als Coca-Cola moet aan banden worden gelegd. De Duitse regering heeft officieel aangegeven af te zien van bedrijfssponsoring tijdens hun voorzitterschap van de Raad van de Europese Unie. We zullen erover waken dat ook de andere lidstaten volgen.

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 bepaalde misstanden aan te pakken kunnen we het een en ander veranderen. Maar eigenlijk hebben we doortastende regulering nodig, zoals een verbod voor ongezonde voedselbedrijven 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, het verlies aan biodiversiteit en de uitputting van grondstoffen door de landbouw en voedselafval. foodwatch stelt deze misstanden aan de kaak en eist maatregelen die mens, dier en milieu beschermen.

DIT DEED FOODWATCH

- Via de coalitie 'End the Cage Age' hebben we internationaal aandacht gevraagd voor de meer dan 300 miljoen dieren die binnen de Europese landbouw in kooien lijden. We hebben campagne gevoerd voor het Europese burgerinitiatief 'Stop de kooien' en hebben onze achterban in Nederland, Frankrijk en Duitsland opgeroepen om massaal te tekenen.
- Samen met onze vrienden van de coalitie 'Wij Stoppen CETA' hebben we keihard actie gevoerd tegen het klakkeloos ratificeren van het CETA vrijhandelsverdrag met Canada. We vroegen een expert om een positiepaper te schrijven over de ondemocratische besluitvorming rondom CETA en namen deel aan een hoorzitting in de Tweede Kamer over dit onderwerp. We vroegen onze achterban te mailen naar leden van het parlement.

DIT HEBBEN WE BEREIKT

- Doordat foodwatch samen met de andere partners van 'End the Cage Age' meer dan een miljoen handtekeningen heeft verzameld, is het Burgerinitiatief geldig verklaard. Alleen al uit Nederland zijn 120.000 handtekeningen gekomen. Dankzij het Burgerinitiatief is de Europese Commissie wettelijk verplicht een standpunt in te nemen en zal er een hoorzitting plaatsvinden in het Europees Parlement.
- Het debat over CETA werd door de publieke druk uitgesteld en er werd een hoorzitting georganiseerd waarvoor foodwatch een bijdrage leverde. Er vormde zich een unieke alliantie waarbij boeren, vakbonden en maatschappelijke organisaties de krachten hebben gebundeld.

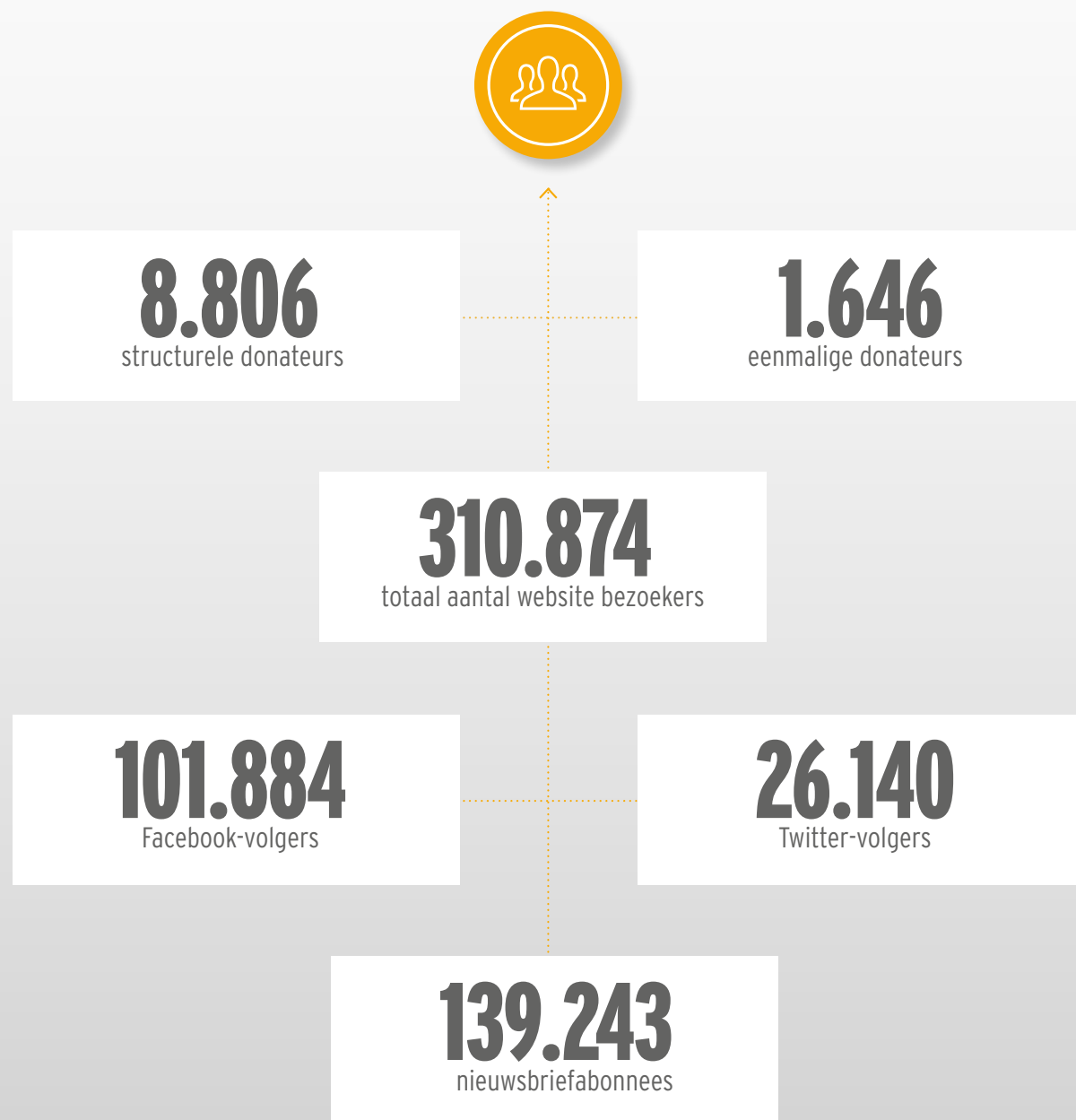
UITDAGINGEN

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 in om de belangen van mens, dier en milieu bovenaan de agenda van de Europese beleidshervormingen te plaatsen.



ONZE GROTE ACHTERBAN

De achterban van foodwatch bestaat uit donateurs, nieuwsbrieflezers en volgers van onze website en sociale media. Dankzij een enorme groei in de afgelopen 10 jaar is het belang van de achterban toegenomen en kunnen we meer en 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 2019 hebben we met het team van foodwatch onder meer het volgende gerealiseerd en uitgevoerd:

- ✔ 43 nieuwsbrieven verstuurd
- ✔ 42 nieuwitems op onze website gepubliceerd
- ✔ 34 persberichten verstuurd
- ✔ 23 klachten ingediend bij de Reclame Code Commissie
- ✔ 8 marktonderzoeken uitgevoerd
- ✔ 4 inhoudelijke onderzoeken gedaan
- ✔ 3 laboratoriumtests laten uitvoeren
- ✔ deelgenomen aan 4 coalities
- ✔ verschillende WOB-verzoeken ingediend

HIGHLIGHTS MEDIA-AANDACHT 2019



Lidl en Aldi misleiden klanten met meergranenproducten



[AD / 06-02-2019](#)



Uitspraak Reclame Code Commissie over Optimel vanillevla



[AVROTROS Radar / 18-02-2019](#)



Waarom promoten supermarkten vooral ongezonde voeding?



[De Volkskrant / 24-06-2019](#)



Kinderen tussen 4 en 8 hebben nu al genoeg suiker binnen voor hele jaar



[RTLNieuws / 09-07-2019](#)



Driekwart wil leeftijdsgrens energiedrankjes



[De Telegraaf / 22-03-2019](#)



Voedselwaakhond tikt Coca-Cola op vingers om marketing bij Efteling



[BrabantsDagblad / 08-04-2019](#)



Diëtisten gesponsord door Suikerunie



[AVROTROS Radar / 21-10-2019](#)



Nutri-score het nieuwe voedselkeuzelogo



[NPO1 NOS Journaal / 04-09-2019](#)



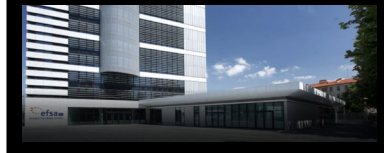
Keurmerk voor tussendoortje



[EditieNL / 09-04-2019](#)



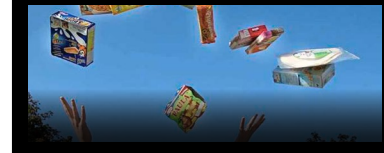
Additief E171 ligt steeds meer onder vuur



[EVMI / 06-05-2019](#)



Wat zijn de grootste 'marketing-leugens' van het jaar?



[De Telegraaf / 25-11-2019](#)



Albert Heijn past misleidende producten aan na nominatie voor Gouden Windei



[Parool / 05-12-2019](#)

C

ORGANISATIE

WIE HIELPEN ONS DEZE RESULTATEN TE BEHALEN?



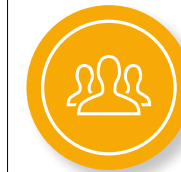
Als enige consumentenorganisatie in Nederland die opkomt voor het recht van consumenten op eerlijk, veilig en gezond eten, staan wij voor een grote uitdaging. De macht van de industrie is enorm: met miljardenbudgetten en duizenden lobbyisten in Den Haag en Brussel probeert zij de verbeteringen te voorkomen 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 en foodwatch Frankrijk, ons internationale kantoor, onze persoon 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, broodliefhebber bent of eerder van de glutenvrije kost – 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 heel veel bronnen van financiering uitsluiten, broodnodig. Onze donateurs steunen ons niet alleen financieel maar ook door onze acties te ondertekenen: zij zijn onze meest actieve achterban. Sympathisanten volgen foodwatch via onze nieuwsbrief, sociale media of de website, en doen mee met onze acties. Iedereen kan de acties van foodwatch versterken door:

- foodwatch financieel te steunen
- onze e-mailacties te tekenen
- onze sociale media berichten te *liken* en te delen
- volksvertegenwoordigers en politieke partijen aan te spreken
- de problemen rondom voedsel te bespreken met mensen in 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 internationaal en foodwatch Frankrijk en hebben we iemand voor ons werken in Brussel. Zo creëren we een brede Europese beweging aan consumenten. foodwatch nam in 2019 deel aan de volgende allianties:

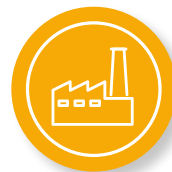
- Lobbywatch Nederland met Transparency International, SOMO, Milieudefensie en TNI.
- WijStoppenCETA.nl samen met Milieudefensie, vakbonden en diverse NGO's.
- 'End the Cage Age' samen met diverse andere NGO's willen we een einde maken aan het lijden van de ruim 300 miljoen dieren die in kooien worden gehouden binnen de Europese landbouw.

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 en verschillende gebieden van wetgeving. Om onze campagnes wetenschappelijk te onderbouwen, toetsen wij onze ideeën en plannen vaak van tevoren bij experts. Met juridische specialisten onderhouden wij nauw contact. Specialistische onderzoeken, zoals laboratoriumonderzoeken of bevolkingspeilingen, besteden wij uit. Voor zowel onze nationale als internationale campagnes winnen we ook regelmatig expertise in uit andere (Europese) landen.



VOEDINGSINDUSTRIE

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

voedselproducenten zich aan dezelfde regels moeten houden. 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. En 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

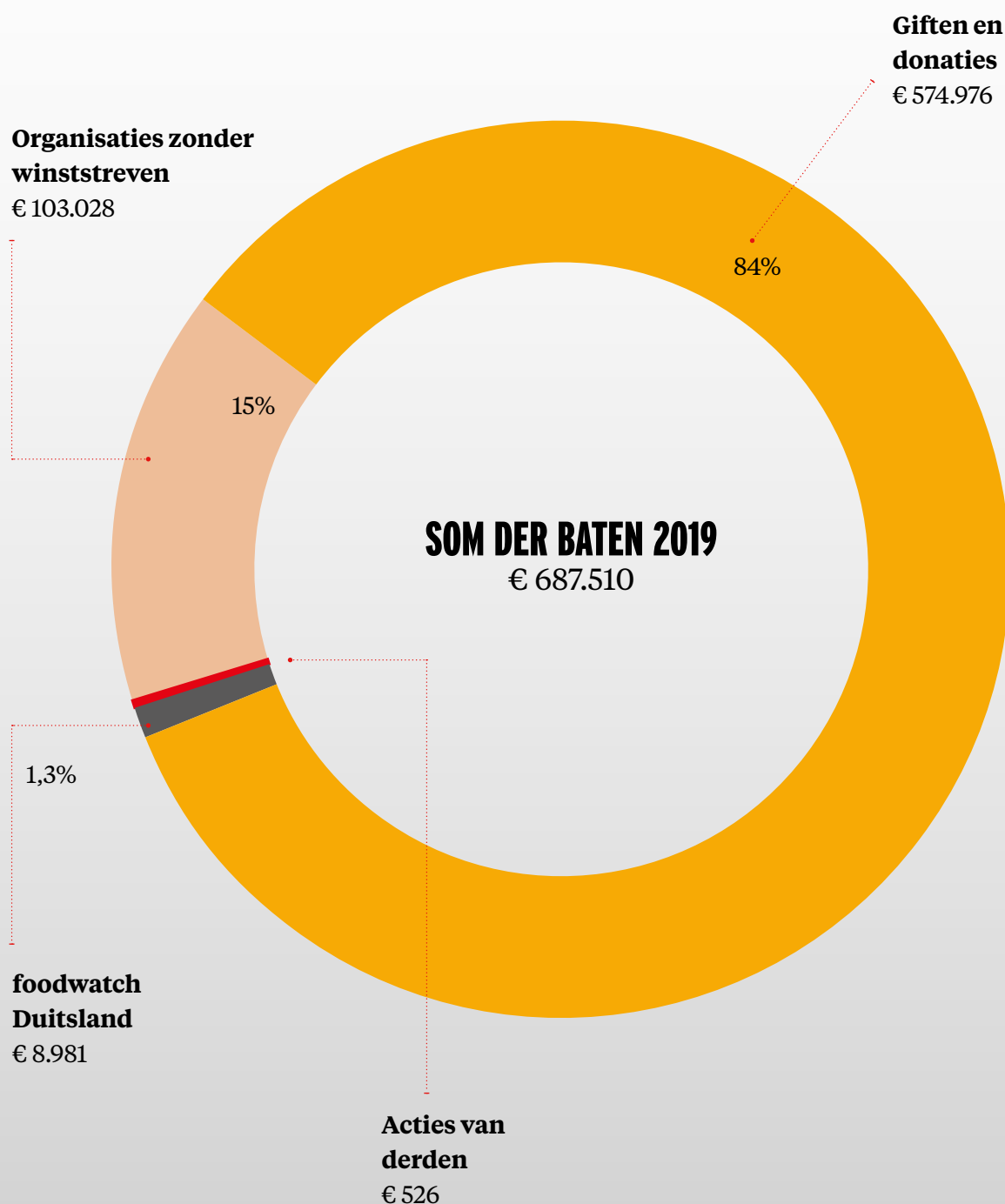
beschermen van het informatierecht van consumenten.



MEDIA

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

INKOMSTENVERDELING 2019



FINANCIEEL

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.

In het financieel overzicht is te lezen dat 48% van onze baten in 2019 wordt besteed aan onze doelstelling. De campaigners van foodwatch kunnen en doen heel veel zelf en hebben ondanks een periode van onderbezetting veel werk verzet. De campaigners houden 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. 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 (totaal €595.982) dan is 55% van de kosten besteed aan de doelstelling: het doen van onderzoek, 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 en we hebben een korte periode met minder personeel gewerkt dan gebudgetteerd. Het team is inmiddels sinds begin 2020 weer op volle sterkte aan het werk.

Zoals genoemd is 55% van de kosten besteed aan de doelstelling en daarnaast 27% aan fondsenwerving en 18% aan de kosten van beheer & administratie.

Het bedrag aan kosten voor fondsenwerving is relatief hoog. 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 telemarketing bureau. Daarnaast hebben we ook de kosten van ons CRM systeem.

De werkzaamheden voor campagnes en ook voor beheer & administratie worden grotendeels door de foodwatch medewerkers uitgevoerd. Daarbij zijn de kosten van de uitbesteding van research 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, rekening houdend met het aantal medewerkers en de uit te voeren werkzaamheden, om het grootste deel van onze opbrengsten, in ieder geval 55% en waar mogelijk meer, te besteden aan onze doelstelling, door het voeren van campagnes samen met onze donateurs.

RESERVES EN FONDSSEN

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

FONDSENWERVING

Onafhankelijkheid is een essentiële voorwaarde voor ons werk – alleen zo kunnen we, in het ingewikkelde voedsel-landschap, 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 8.257 eind 2018 naar 8.806 eind 2019. Dit is een mooie groei van 7% procent. Verder werden we in 2019 gesteund door 1.646 donateurs die een eenmalige gift deden. Dit betekende een forse groei, die met name veroorzaakt werd door onze ledenwervingsweek ten bate van 10 jaar foodwatch en het installeren van de betaalmogelijkheid Ideal.

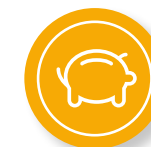
In 2019 hebben we stevig ingezet op het verkrijgen van periodieke overeenkomsten belastingvrij schenken. Hiermee leggen donateurs hun gift voor vijf jaar vast met belastingvoordeel. Op deze manier voorzien zij foodwatch van structurele en zeer welkome inkomsten.

Daarnaast zijn wij dankbaar voor de steun van ideële fondsen en organisaties zonder winstoogmerk. Wij zijn ontzettend blij dat wij in 2019 weer gulle giften mochten

ontvangen van de Adessium Foundation (€ 97.000), Stichting Oude Rande (€ 5.000) en Stichting Somo (€ 1.028). Daarnaast hebben we een grote gift van een particuliere donateur (bij ons bekend) ontvangen van € 10.000.

Google ondersteunt ons werk met een royale regeling: we mogen deelnemen aan het Google Ad Grants Pro programma. Hiermee verkregen we in 2019 gratis advertentieruimte (Google Ads) binnen de Google zoekmachine.

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



WEET WAT JE EET!

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 2019 als volgt:

- **Paul Hohnen**, voorzitter sinds 2009. Oprichter van Sustainability Strategies Amsterdam en Associate Fellow aan het Royal Institute for International Affairs (Chatham House) in Londen.
- **Mariëlle Wisker**, penningmeester sinds 2014. Hoofd Unit Financiën bij het Wereld Natuur Fonds.
- **Annemiek van Bentem**, algemeen bestuurslid sinds 2017. Communicatiemanager met expertise in maatschappelijke thema's.
- **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.

De vergaderingen van het bestuur worden bijgewoond door de heer Thilo Bode, directeur van foodwatch Internationaal. 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.

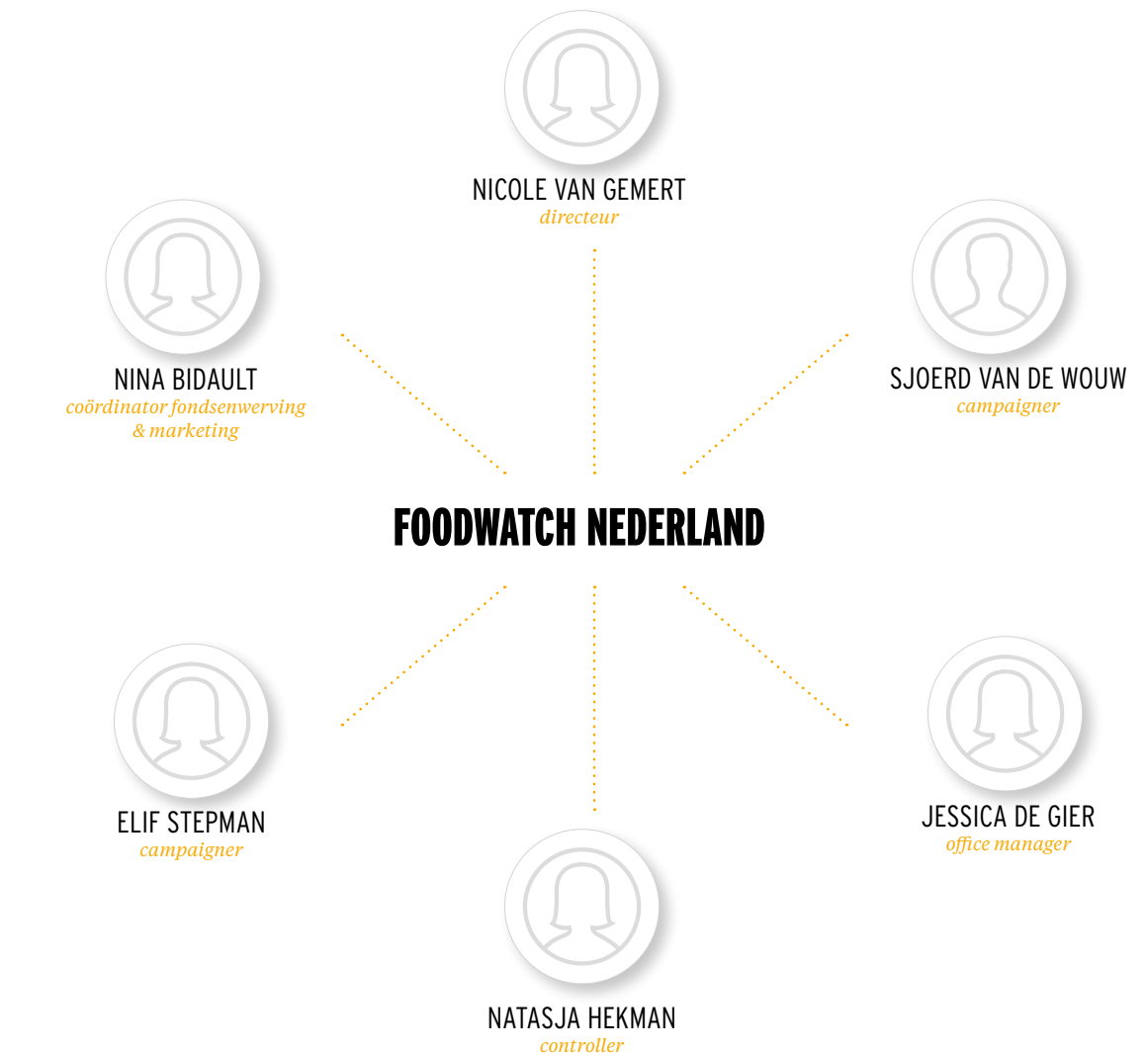
Het bestuur vergaderde in 2019 drie keer, en behandelde daarbij onder meer de volgende onderwerpen:

- Goedkeuring jaarverslag en jaarrekening 2018.
- Vaststellen doelstellingen en budget, voortgang van campagnes, fondsenwervingsstrategieën en input voor projectvoorstellen.
- Personeelwisselingen, aanstellen nieuwe directeur en salarisontwikkelingen.
- Uitbreiding van het bestuur.
- Representatie en coöperatie bij en met foodwatch internationaal.

Het bestuur is onbezoldigd en ontvangt alleen een onkostenvergoeding voor de reële kosten die zij maakt voor haar bestuurswerk. In 2019 kostte dit in totaal € 1.080.

DIRECTIE

De directeur is in dienst van Stichting foodwatch Nederland en is verantwoordelijk voor het dagelijks leiden van de organisatie en voor het aansturen van medewerkers. Zij handelt autonoom binnen de parameters van het beleidsplan en budget. In maart nam foodwatch afscheid van haar interim directeur, Jo Dufay. Een sollicitatieprocedure heeft vervolgens geleid tot een geschikte kandidaat, Nicole van Gemert, die foodwatch Nederland vanaf 18 maart is gaan leiden. 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 en Frankrijk.

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 2019 vonden diverse personeelswisselingen plaats. Op 31 december 2019 had foodwatch Nederland daardoor slechts 4 medewerkers in dienst (3,2 fte). Gemiddeld over het jaar bestond het team uit 4,5 fte in 2019. Het team werd in 2019 verder ondersteund door freelancers en vrijwilligers. Begin 2020 zullen twee nieuwe krachten het team komen versterken.

ACTIVITEITEN

BELONING

foodwatch is niet aangesloten bij een collectieve arbeidsovereenkomst (CAO). foodwatch biedt haar werknemers een marktconform salaris binnen de NGO-sector. Het bestuur van stichting foodwatch Nederland heeft het bezoldigingsbeleid, de hoogte van de directiebeloning en de hoogte van andere bezoldigingscomponenten vastgesteld. Het beleid wordt periodiek geactualiseerd. De bezoldiging van het bestuur bestaat uitsluitend uit een vergoeding voor de werkelijk gemaakte kosten voor de uitoefening van de taken van het bestuur. In 2019 was dit een bedrag van in totaal € 1.080.

Bij de bepaling van het bezoldigingsbeleid van de directeur volgt stichting foodwatch Nederland de Regeling beloning directeuren van goede doelen organisaties. De regeling geeft aan de hand van zwaartecriteria 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 € 77.792 (1 fte/12 maanden) omgerekend naar 0,8/0,9 fte 9,5 maanden € 52.348.

Het werkelijk jaarinkomen voor 2019 van de directeur bedraagt € 45.542 en dat is inclusief de belaste vergoedingen/bijtellingen, de werkgeversbijdrage pensioen en de pensioencompensatie. De bezoldiging van de directeur valt daarmee binnen de norm. De vergoeding aan de interim-directeur telt niet mee voor de toetsing. De brutosalariissen van alle werknemers

samen (gemiddeld 4,5 fte) bedroegen in 2019 € 238.357, 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 thuis werken. Medewerkers kunnen aanspraak maken op een educatiebudget van € 330 per jaar. In 2019 hebben twee medewerkers hier gebruik van gemaakt.

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. Expertise en mankracht werden gedeeld bij bijvoorbeeld fondsenwerving en kennisuitwisseling. In Brussel werd iemand aangesteld om de politieke agenda in de gaten te houden en nieuwe kansen te signaleren. We voerden gezamenlijk campagnes voor een lobbyvrij voedsellogo, tegen het gebruik van minerale oliën in verpakkingen, tegen ondemocratische handelsverdragen en voor verbetering van de Europese voedselrichtlijn. Er werden diverse internationale campagnebijeenkomsten georganiseerd, een internationale team meeting voor de gehele internationale staf en eens in de twee maanden een vergadering van de gezamenlijke Executive Directors.

MVO-BELEID

Maatschappelijk verantwoord ondernemen gaat wat foodwatch betreft om het vinden van een balans tussen de sociale (mens), ecologische (planeet) 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. Waar dat van toepassing is, zijn onze campagnematerialen, kantoorbenodigdheden, drukwerk, etc. gifvrij en voldoen zo veel mogelijk aan de keurmerken Forest Stewardship Council (FSC), EKO en Fairtrade. Tegelijkertijd wordt ook altijd de afweging gemaakt of we onze uitgaven kunnen verantwoorden aan de particulieren, stichtingen en fondsen die ons financieel steunen.

RISICOBEBEER

Op basis van een regelmatige risicoanalyse houden de directeur en het bestuur zicht op de belangrijkste risico's voor de organisatie. Voor foodwatch specifiek zijn er risico's voornamelijk op het gebied van inkomsten, juridische aansprakelijkheid, personele capaciteit en kennis (een beperkt aantal werknemers, met een groot aantal taken), imago en bedrijfsvoering. Ons verzekeringspakket dekt een deel van deze risico's. Om overige risico's af te dekken

hanteren we een vierogen-principe voor zowel campagne-uitingen als financiële uitgaven, en rapporteren we maandelijks over onze financiën aan het bestuur. Daarnaast huren we regelmatig juridische expertise in en laten we ons periodiek adviseren op het gebied van het voldoen aan wet- en regelgeving.

foodwatch heeft ervoor gekozen in haar begroting 2020 geen inkomsten op te nemen van nog te verkrijgen fondsen en/of legaten. Hier wordt wel actief op ingezet. De driejarige periode van ondersteuning door Adessium is beëindigd. 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 bij ons bescherming van deze gegevens hoog in het vaandel. Door het ingaan van de nieuwe privacywetgeving in mei 2018, hebben we hier extra aandacht aan gegeven. We sloten verwerkersovereenkomsten met nieuwe 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 is 55,91%). In 2019 voerden we de laatste aanbevelingen uit, die uit deze audit naar voren waren gekomen.

BLIK VOORUIT

Er is veel gebeurd in 2019. Niet alleen hebben we succesvolle campagnes gevoerd, maar we hebben ook geïnvesteerd in de interne organisatie op nationaal en internationaal gebied. Er is een nieuwe directeur aangetreden en het team kende veel wisselingen. In 2020 ronden we deze roerige periode af en staat een gedegen en ervaren team klaar om met enthousiasme te strijden voor gezond, eerlijk en veilig eten. Met online acties, maar ook op straat, gaan we een groot publiek bereiken en informeren. Eind 2020 willen we een flinke stap verder zijn naar een meer transparante en integere voedingsindustrie. Hiervoor gaan we ook onze social media kanalen uitbreiden voor een groter bereik. Het wordt de hoogste tijd om concrete stappen te zetten als het gaat om wettelijke normen voor schadelijke stoffen, een einde aan het kritiekloos ratificeren van oneerlijke handelsverdragen en handhaving van misleiders die willens en wetens producten beter laten voorkomen dan ze zijn.

Wij werken toe naar financiële zelfredzaamheid op basis van donateursinkomsten. Daarbij gaan we nieuwe methoden onderzoeken voor een groter bereik en om de drempel tot doneren te verlagen. Ook gaan we proberen fondsen binnen te halen voor geormerkte projecten. Het doel voor 2020 is een verbetering van de reserve en een gezonde financiële positie van foodwatch.

INTERNATIONAAL

Met onze permanente vertegenwoordiging in Brussel en de aandacht voor de Europese parlementsverkiezingen hopen we onze positie bij beleidmakers te versterken. Samen met onze collega's van de andere foodwatch kantoren gaan we internationale campagnes voeren tegen onder andere kindermarketing, schadelijke stoffen en een onafhankelijk en lobbyvrij voedsellogo.



**OOK IN 2020 STRIJDEN
WE MET EEN GEDEGEN EN
ERVAREN TEAM
VOOR EERLIJK,
VEILIG EN GEZOND ETEN**

D

FINANCIËEL OVERZICHT

SAMENVATTING FINANCIËLE RESULTATEN 2019

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 2019 ontving foodwatch € 574.976 aan particuliere donaties, € 103.082 van ideële fondsen en € 526 uit acties van derden.

Tevens heeft foodwatch Duitsland giften beschikbaar gesteld, bestemd voor samenwerking op het gebied van internationale campagnes, fondsenwerving & bedrijfsvoering. Deze giften bedroegen in totaal € 8.981.

2019 is afgesloten met een positief resultaat van € 91.528. De bijdrage van St. Adessium in 2019 was, naast de particuliere donaties, voldoende om de kosten te dekken, dit was voor het laatst in 2019. Een nieuwe lening van foodwatch Duitsland is niet nodig geweest.

VERMOGENSBEHEER EN BESTEDINGSBELEID

foodwatch Nederland verkeert nog in de opbouwfase naar financiële zelfstandigheid, hierdoor is het eigen vermogen voornamelijk negatief. foodwatch Nederland heeft in 2019 voldoende eigen middelen, waardoor een dotatie van het resultaat van € 93.528 aan de continuïteitsreserve heeft kunnen plaatsvinden.

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 2019 48%. In 2019 heeft foodwatch Nederland extra ingezet op werving van (inkomsten van) structurele donateurs, om het aandeel eigen fondsenwerving en de zelfredzaamheid te vergroten.

BEKNOPT FINANCIËEL OVERZICHT 2019 (IN EURO'S)

	Realisatie 2019	Budget 2019	Realisatie 2018	Budget 2020
BATEN				
Baten van particulieren	574.975	581.743	495.252	596.310
Baten van verbonden organisaties zonder w.str.	8.981	6.625	4.434	33.667
Baten van andere organisaties zonder winststr.	103.028	97.000	218.083	0
Baten van loterijorganisaties	526	0	416	0
Som van de geworven baten	687.510	685.368	718.185	629.977
Som der baten	687.510	685.368	718.185	629.977
LASTEN				
Besteed aan doelstelling(en)				
Onderzoek	65.750	62.419	66.148	71.616
Informatie	164.374	156.049	165.371	179.041
Beleidsbeïnvloeding	98.624	93.629	99.223	107.425
	328.748	312.097	330.743	358.082
Wervingskosten	158.863	172.946	156.261	172.720
Beheer en administratie	108.371	180.346	180.167	118.293
Som der lasten	595.982	665.389	667.170	649.095
Resultaat	91.528	19.978	51.015	-19.118
Bestedingspercentage	48%	46%	46%	57%
Wervingspercentage	23%	25%	22%	27%

BALANS PER 31 DECEMBER 2019 (NA RESULTAATBESTEMMING IN EURO'S)

ACTIVA	31-dec-19	31-dec-18
VASTE ACTIVA		
Immateriële vaste activa		
Software	9.771	4.615
	9.771	4.615
Materiële vaste activa		
Verbouwingen	2.042	3.108
Inventaris	4.942	7.370
	6.984	10.478
VLOTTENDE ACTIVA		
Vorderingen	13.915	15.234
	13.915	15.234
Liquide middelen	207.188	137.663
	207.188	137.663
TOTAAL	237.858	167.990
PASSIVA		
EIGEN VERMOGEN		
Continuïteitsreserve	-386.207	-479.735
Bestemmingsfonds	4.000	6.000
	-382.207	-473.735
LANGLOPENDE SCHULDEN		
Lening foodwatch Duitsland	575.000	575.000
	575.000	575.000
KORTLOPENDE SCHULDEN		
Crediteuren	15.915	33.034
Belastingen en sociale verzekeringen	6.745	8.477
Overige schulden	22.405	25.214
	45.065	66.725
TOTAAL	237.858	167.990

48

STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2019 (IN EURO'S)

BATEN	Realisatie 2019	Budget 2019	Realisatie 2018
Baten van particulieren	574.975	581.743	495.252
Baten van verbonden organisaties zonder w.str.	8.981	6.625	4.434
Baten van loterijorganisaties	526	0	416
Baten van andere organisaties zonder winststr.	103.028	97.000	218.083
Som van de geworven baten	687.510	685.368	718.185
Som der baten	687.510	685.368	718.185
LASTEN			
Besteed aan doelstelling(en)			
Onderzoek	65.750	62.419	66.148
Informatie	164.374	156.049	165.371
Beleidsbeïnvloeding	98.624	93.629	99.223
	328.747	312.097	330.742
Wervingskosten	158.863	172.946	156.261
Beheer en administratie	108.371	180.346	180.167
Som der lasten	595.782	665.390	667.170
RESULTAAT	91.528	19.978	51.015
Toevoeging aan continuïteitsreserve	93.528	21.978	53.015
Onttrekking aan bestemmingsfonds	-2.000	-2.000	-2.000
RESULTAAT	91.528	19.978	51.015

49

BEZOLDIGING DIRECTIE 2019 (IN EURO'S)

DIRECTIE 2019

Naam	N. van Gemert	J. Dufay
Functie	directeur	interim directeur

DIENSTVERBAND

Aard (looptijd)	onbepaald	contract
Uren	32 - 36 uur	18 - 22 uur
Parttime percentage	80% / 90%	
Periode	18/3 tm 31/12	1/1 tm 31/3

BEZOLDIGING

JAARINKOMEN

Bruto loon/salaris	42.874	21.360
Vakantiegeld	953	-
Vaste eindejaarsuitkering	-	-
Jubileumuitkering / uitbetaling niet opgenomen vakantiedagen	-	-
TOTAAL	43.827	21.360

Belaste vergoedingen/bijtellings	-	-
Pensioenlasten (wg deel)	-	-
Pensioencompensatie	1.715	-
Overige beloningen op termijn	-	-
Uitkering beëindiging diensverband	-	-
TOTAAL 2019	45.542	21.360

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 een positief resultaat gerealiseerd van € 91.528. De langlopende en kortlopende schulden van de stichting

overstijgen de totale activa met € 386.207.

Dit uit zich in een negatieve continuïteitsreserve. Door toevoeging van het resultaat van 2019 aan de continuïteitsreserve en dotatie vanuit het bestemmingsfonds is deze gestegen van € -479.735 in 2018 naar € -386.207 in 2019.

De negatieve continuïteitsreserve is ontstaan doordat in de afgelopen jaren fors is geïnvesteerd in de naamsbekendheid en het creëren van een sterke foodwatch organisatie in Nederland. Deze aanloopkosten zijn gefinancierd door foodwatch Duitsland met een achtergestelde lening. foodwatch Duitsland heeft bevestigd deze lening niet op korte termijn te zullen opeisen. Met foodwatch Duitsland is afgesproken dat groei en professionalisering prioriteit hebben. foodwatch Nederland is voornemens de lening in 10-15 jaar af te lossen. De omvang van de lening bedraagt per 31-12-2019 € 575.000.

foodwatch Nederland heeft over de periode van 2017-2019 een bijdrage van de Adessium Foundation ontvangen van in totaal €450.000, waarmee geïnvesteerd is in verdere zelfredzaamheid. Deze bijdrage is in 2019 voor het laatst ontvangen.

De stichting heeft na balansdatum in het boekjaar 2020 te kampen met de gevolgen van het coronavirus. Dit zal voor de stich-

WAARDERINGSGRONDSLAGEN

52

ting kunnen 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 de 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.

Baten worden in de staat van baten en lasten opgenomen wanneer een vermeer-

dering 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. 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.

53

• 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 2019

VASTE ACTIVA

IMMATERIËLE VASTE ACTIVA

	Software
BOEKWAARDE PER 1 JANUARI 2019	
Aanschafwaarde	17.909
Gecumuleerde afschrijvingen	-13.293
Boekwaarde	4.616
VERANDERINGEN IN HET LOPENDE JAAR	
Investerings	8.773
Afschrijvingen	-3.618
	5.155
BOEKWAARDE PER 31 DECEMBER 2019	
Aanschafwaarde	26.682
Gecumuleerde afschrijvingen	-16.911
Boekwaarde	9.771

MATERIËLE VASTE ACTIVA

	Verbouwingen	Inventaris	Totaal
BOEKWAARDE PER 1 JANUARI 2019			
Aanschafwaarde	5.326	27.091	32.417
Gecumuleerde afschrijvingen	-2.219	-19.721	-21.940
Boekwaarde	3.107	7.370	10.477
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 2019			
Aanschafwaarde	5.326	27.091	32.417
Gecumuleerde afschrijvingen	-3.284	-22.149	-25.433
Boekwaarde	2.042	4.943	6.985

De afschrijvingspercentages zijn:

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

VLOTTENDE ACTIVA

VORDERINGEN EN OVERLOPENDE ACTIVA

	31-dec-19	31-dec-18
Vooruitbetaalde kosten	13.915	14.231
Nog te ontvangen bedragen	0	1.004
	13.915	15.234
LIQUIDE MIDDELEN		
Triodosbank, spaarrekening	184.000	115.000
Triodosbank, lopende rekening	8.489	10.772
Triodosbank, donateursrekening	14.537	11.829
Kas	162	62
	207.188	137.663

EIGEN VERMOGEN

CONTINUÏTEITSRESERVE

	31-dec-19	31-dec-18
Positie per 1 januari	-479.735	-532.750
Uit resultaatbestemming	93.528	53.015
Positie per 31 december	-386.207	-479.735

BESTEMMINGSFONDS

	31-dec-19	31-dec-18
Positie per 1 januari	6.000	8.000
Onttrekking	-2.000	-2.000
Positie per 31 december	4.000	6.000

LANGLOPENDE SCHULDEN

	31-dec-19	31-dec-18
Lening foodwatch Duitsland	575.000	575.000
	575.000	575.000

KORTLOPENDE SCHULDEN

	31-dec-19	31-dec-18
CREDITEUREN		
Crediteuren	15.915	33.034
	15.915	33.034
BELASTINGEN EN PREMIES SOCIALE VERZEKERINGEN		
Loonbelasting	6.745	8.477
	6.745	8.477
OVERIGE SCHULDEN		
Overige schulden	10.526	8.400
Reservering vakantiegeld en dagen	11.879	16.814
	22.405	25.214

Gebeurtenis na balansdatum

De stichting heeft na balansdatum in het boekjaar 2020 te kampen met de gevolgen van het coronavirus. Dit zal voor de stichting kunnen 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. De coronacrisis is pas in 2020 ontstaan en zegt als gebeurtenis na balansdatum derhalve niets over de feitelijke situatie van de groep/vennootschap op balansdatum 31 december 2019 en zal qua financiële effecten dan ook pas in de jaarrekening 2020 tot uiting gaan komen.

Het bestemmingsfonds

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

Lening foodwatch Duitsland

De rente op de langlopende lening van foodwatch Duitsland betreft 0%. Dit betreft een achtergestelde lening van foodwatch E.V.

Er zijn geen terugbetalingen gedaan en geen aflossingsverplichtingen van toepassing.

Niet uit de balans blijvende verplichting:

Het huurcontract wordt jaarlijks stilziggend verlengd met een opzegtermijn van 2 maanden. De huurverplichting van 2020 bedraagt € 1.715 per maand inc. servicekosten.

TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2019

	Realisatie 2019	Budget 2019	Realisatie 2018
INKOMSTEN UIT EIGEN FONDSENWERVING			
Baten van particulieren	574.976	581.743	495.252
Baten van verbonden org. zonder w.str.	8.981	6.625	4.434
Baten van loterijorganisatie	526	0	416
	584.482	588.368	500.102

De baten van particulieren zijn met 17% gestegen, een absolute stijging van €84.380. foodwatch Duitsland heeft de organisatie gesteund met €8.981. De baten van particulieren bestaan enkel uit donaties & giften.

BATEN VAN ANDERE ORGANISATIES ZONDER WINSTSTREVEN

	2019	2019	2018
Adessium	97.000	97.000	200.000
St. Oude Rande Fundatie	5.000	0	10.000
Stichting A & A	0	0	5.000
St. Somo	1.028	0	3.083
	103.028	97.000	218.083

foodwatch Nederland heeft een meerjarenbijdrage toegezegd gekregen van St. Adessium voor de periode 2017-2019 van in totaal €450.000. In 2019 is €97.000 ontvangen. 2019 was het laatste jaar waarin foodwatch een substantiële bijdrage kreeg van St. Adessium. foodwatch Nederland heeft naast de bijdrage van St. Adessium een 3-tal bijdragen van andere stichtingen mogen ontvangen.

	2019	2019	2018
SOM VAN DE GEWORVEN BATEN	687.510	685.368	718.185

KOSTEN FONDSENWERVING

	2019	2019	2018
Telemarketing en online werving	100.363	104.500	102.191
Administratie van donateurs	28.983	28.417	20.611
	129.345	132.917	122.803

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

MEDIA EN CAMPAGNES

	2019	2019	2018
Campagnes	30.893	51.251	56.727
Media	34.753	37.574	21.638
	65.646	88.825	78.365

In 2019 werkte foodwatch een groot deel van het jaar met een kleiner campagne team dan in 2018, dit heeft ertoe geleid dat er minder kosten zijn gemaakt. In de begroting was rekening gehouden met 2 campaigners in 2019: van oktober t/m december bestond het team uit 1 persoon, de rest van het jaar uit 2 personen.

	Realisatie 2019	Budget 2019	Realisatie 2018
PERSONEELSKOSTEN			
Bruto salaris	238.357	259.399	245.536
Sociale verzekeringen	47.002	44.793	43.341
Pensioenen	720	1.243	2.105
Overige personeelskosten	39.040	38.793	91.587
	325.118	344.227	382.570

Op 31 december 2019 waren er 4 medewerkers in dienst bij foodwatch, gemiddeld waren er 4,5 fte in dienst in 2019. De directeur is werkzaam sinds 18 maart 2019. In 2019 bestond het campagne team tot en met september uit 2 personen: van oktober t/m december uit een persoon. In januari 2020 is een tweede campaigner gestart. Het personeel krijgt 4% van brutoloon als bijdrage voor een oudedagsvoorziening en de mogelijkheid gebruik te maken van een pensioenaanbieder tegen vergoeding van de kosten van de pensioenaanbieder.

HUISVESTINGSKOSTEN

	2019	2019	2018
Huur	20.283	20.445	20.140
Schoonmaak	4.593	4.685	4.593
Overige huisvestingskosten	390	400	396
	25.266	25.530	25.128

KANTOOR- EN ALGEMENE KOSTEN

	2019	2019	2018
Reiskosten	6.585	9.333	6.301
Representatie	537	480	383
Bestuurskosten	1.080	1.000	536
Contributies en abonnementen	2.262	1.264	1.006
Telefoon	883	1.050	951
Administratie	2.626	4.002	3.811
Automatiseringskosten	14.195	17.000	16.144
Accountantskosten	7.260	7.500	8.043
Bankkosten	428	500	369
Overige kosten	7.641	23.740	13.631
	43.497	65.870	51.174

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

AFSCHRIJVINGSKOSTEN

	2019	2019	2018
Software	1.065	1.065	1.065
Verbouwingen	2.427	2.511	2.484
Inventaris	3.618	4.446	3.582
	7.110	8.022	7.131

TOELICHTING LASTENVERDELING

	Besteed aan doelstellingen			Wervingskosten	Beheer & administratie
	Onderzoek	Informatie	Beleidsbeïnvloeding		
Media en campagnes	13.129	32.823	19.694	0	0
Wervingskosten	2.326	5.814	3.489	117.717	0
Personeelskosten	42.112	105.280	63.168	32.126	82.432
Huisvestingskosten	3.269	8.171	4.903	2.502	6.421
Kantoor- en algemene kosten	3.994	9.986	5.991	5.814	17.711
Afschrijvingen	920	2.300	1.380	704	1.807
	65.750	164.374	98.624	158.863	108.371
	11%	28%	17%	27%	18%

	Realisatie 2019	Budget 2019	Realisatie 2018	Budget 2020
Media en campagnes	65.646	88.825	78.365	73.954
Wervingskosten	129.345	132.917	122.803	144.917
Personeelskosten	325.118	344.226	382.570	354.449
Huisvestingskosten	25.266	25.480	25.128	23.145
Kantoor- en algemene kosten	43.496	65.920	51.174	44.440
Afschrijvingen	7.110	8.022	7.130	8.190
	595.982	665.390	667.170	649.095

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 2019 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 HET JAARVERSLAG OPGENOMEN JAARREKENING 2019

Ons oordeel

Wij hebben de in het jaarverslag op pagina 47 tot 58 opgenomen jaarrekening 2019 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 2019 en van het saldo van baten en lasten over 2019 in overeenstemming de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving RJ 650.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2019;
2. de staat van baten en lasten over 2019; 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, 15 april 2020

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**