



*Vegetarisch: goed voor mens, dier en milieu!*

## **JAARVERSLAG 2011**

**Nederlandse Vegetariërsbond**

Nieuwezijds Voorburgwal 153

T: 020 – 33 000 44 [www.vegetariers.nl](http://www.vegetariers.nl) 1012 RK Amsterdam F: 020 – 420 37 37

[info@vegetariers.nl](mailto:info@vegetariers.nl)

## **Over de NVB**

### **Juridische structuur**

De Nederlandse Vegetariërsbond is een vereniging opgericht in 1894 en statutair gevestigd te Hilversum. Alle activiteiten worden ontwikkeld vanuit de Nederlandse Vegetariërsbond. Alle werknemers, inclusief de directeur, zijn in dienst van deze vereniging. De jaarrekening over 2010 wordt volgens de CBF richtlijnen gecontroleerd.

### **Statutaire doelstelling**

1. De NVB heeft ten doel: Het bevorderen van vegetarisme en het behartigen van de belangen van vegetariërs en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords. Onder vegetarisme wordt verstaan: De vegetarische voedingswijze, dat wil zeggen de onthouding van alle voedings- en genotsmiddelen afkomstig van het gedode dier. De NVB is van mening dat vegetarisme leidt tot een verbetering van het welzijn van dieren, het milieu, de gezondheid van de mens en tot een eerlijker voedselverdeling.

2. De NVB tracht haar doel - zelfstandig en in samenwerking met anderen - ondermeer te verwezenlijken door: het stimuleren en faciliteren van de vegetarische consumptie en productie en het geven van voorlichting hierover; het tegengaan van activiteiten die een bedreiging vormen voor de doelen van de NVB; het ontwikkelen van een platvorm voor leden en donateurs; het overleggen met politiek, bedrijfsleven, overheid, wetenschap en non-profit organisaties; het voeren van een actief communicatiebeleid; het steunen van activiteiten van gelijkgestemde individuen en groepen; het ontwikkelen en verspreiden van informatie en kennis; het organiseren van activiteiten op het gebied van het vegetarisme en het deelnemen aan activiteiten; het ondersteunen van de oprichting van instellingen die het vegetarisme bevorderen; het in stand houden van een keurmerk voor vegetarische producten; het samenwerken met instellingen en verwante organisaties in binnen- en buitenland; en het bevorderen van wetenschappelijk onderzoek en/of studie naar de motieven en effecten van het vegetarisme.

## **Bestuur en directie**

### **Bestuurssamenstelling**

Het bestuur bestaat uit een voorzitter, penningmeester, secretaris en drie leden. Het bestuur is, naast de ALV, in 2011 vier keer in vergadering bijeengewoest

### **Directie**

Er is sprake van een eenhoofdige (niet-statutaire) directie, die het kantoor aanstuurt en hiervoor verantwoording aflegt aan het bestuur. Er is geen toezichhoudend orgaan.

### **Taken en werkwijze**

Het bestuur bepaalt het beleid en de hoofdlijnen van de strategie. Ook bewaakt zij de voortgang. De directeur is verantwoordelijk voor de uitvoering. Bij aanvang van het kalenderjaar stelt de directeur een concept jaarplan op en legt dit ter goedkeuring voor aan het bestuur. Het jaarplan wordt ondersteund door een activiteitenkalender en een begroting. Deze documenten worden door het bestuur besproken en met eventuele aanpassingen in de bestuursvergadering goedgekeurd. Het bestuur komt minimaal viermaal per jaar bijeen en toetst de voortgang van het jaarplan. Zolang de directeur werkt binnen de parameters van het jaarplan en budget is hij autonoom in zijn initiatieven en vindt evaluatie achteraf plaats. (Grote) activiteiten die niet zijn opgenomen in het jaarplan moeten vooraf door het bestuur worden goedgekeurd.

### **Bezoldiging en vergoedingen**

Bestuursleden krijgen alleen daadwerkelijk gemaakte kosten in verband met het uitoefenen van hun functie vergoed, waaronder reiskosten. De directeur is een betaalde medewerker in dienst van de vereniging en wordt, evenals de andere NVB medewerkers, betaald conform de beloningstructuur van de rijksoverheid (de BBRA loonschalen). Alle vergoedingen voor medewerkers zijn vastgelegd in het NVB Personeels handboek.

### **Benoeming en nevenfuncties**

Bestuursleden worden geworven door het zittend bestuur op basis van een schriftelijke profielschets; de directeur heeft een vrijblijvend adviesrecht. Bestuursleden worden voor een periode van drie jaar benoemd en zijn daarna herbenoembaar. In dit verslagjaar was geen sprake van relevante nevenfuncties bij bestuur of directeur.

### **Samenstelling bestuur**

In 2011 zijn Paul van Straelen en Karen Soeters teruggetreden als bestuurslid. In beide gevallen kon de bestuursfunctie niet meer gecombineerd worden met de door de bestuursleden nieuw aanvaarde functies en werkzaamheden.

## **Personeel**

In 2011 hebben zich de nodige personele wisselingen voorgedaan. Astrid Verhoef (administratief medewerkster en interim directeur) heeft de NVB in juni verlaten. Wytske Mertens (administratief medewerker) heeft de NVB in juli verlaten. Lucie Hudcova heeft haar taak overgenomen. Vincent Kagie is per 14 februari aangesteld als beleidsmedewerker.

Speciaal voor De Vegetarische Restaurantweek is in juni Suzanne Kleuskens als communicatiemedewerker aangetrokken. Helaas heeft zij zich al na enige dagen ziek gemeld. De verdere periode naar De Restaurantweek toe heeft zij geleidelijk weer meer werkzaamheden op zich kunnen nemen, zodat ze bij het eind van haar contractperiode volledig hersteld kon worden gemeld.

Voor de telefonische werving van Restaurants tijdens de Restaurantweek is tenslotte nog Annabelle Spanjaard de NVB komen versterken.

Ongewijzigd bleef de betrokkenheid van Mariette Búthker (campagnemedewerker EatGreen at work) en Martine de Klein (redacteur van het blad Leven). Naast de vaste medewerkers was Sytske de Waart als vanouds op free-lance basis als voedingsdeskundige aan de NVB verbonden.

In 2011 hebben bovendien een aantal mensen op provisiebasis voor de NVB gewerkt: Richa Joshi (productkeurmerk), Hans Alphenaar (keurmerk Gastvrij) en Mark Scholz (advertentiewerving).

Eind 2011 waren er voor 2,95 fte medewerkers in dienst

## **Vrijwilligers**

De NVB werkte ook in 2010 weer met ongeveer 15 vrijwilligers voor allerlei activiteiten in den lande en op kantoor. Daarnaast bestaat het bestuur geheel en de redactie van Leven deels uit vrijwilligers. Vrijwilligers worden geworven op basis van specifieke kwaliteiten en hun betrokkenheid bij de doelstellingen. Kantoorvrijwilligers hebben een contract getekend waarin wederzijdse rechten en plichten zijn vastgelegd. De NVB waardeert de inzet van de vrijwilligers in hoge mate.

## **Ledenvergadering**

Rond de dertig leden bezochten de Algemene Ledenvergadering van zaterdag 15 mei 2011 in Zaal 100 te Amsterdam. Er werd teruggeblikt op het jaar 2010. Daarnaast kwamen de speerpunten van de NVB voor het jaar 2011 aan bod en werd de begroting voor 2011 goedgekeurd. Het aantal aanwezige leden was met dertig flink hoger dan het voorgaande jaar. Aansluitend op de vergadering konden leden deelnemen aan verschillende workshops.

## **Communicatie met belanghebbenden**

De NVB streeft naar een heldere en transparante communicatie met al haar belanghebbenden. Zo ontvingen leden en donateurs die 24,50 euro of meer per jaar betalen in 2011 vier keer het magazine *Leven*. Daarnaast verstuurt de NVB een

maandelijkse digitale nieuwsbrief om leden, donateurs en geïnteresseerden op de hoogte te houden van de actualiteiten. De website van de NVB [www.vegetariers.nl](http://www.vegetariers.nl) verschaft in een brede informatie voorziening. De jaarverslagen en statuten zijn beschikbaar via de website. Via het telefoonnummer van de NVB komen regelmatig vragen binnen gerelateerd aan vegetarisme. Ook per e-mail komen vragen binnen die door een kantoor medewerker of de voedingskundige van de NVB worden beantwoord. In direct mailings worden leden en donateurs eveneens op de hoogte gehouden van de activiteiten van de NVB. Deze communicatie is er bovendien op gericht om leden en donateurs op te roepen te doneren.

## Doelstellingen, strategie en hoofdactiviteiten

### Vegetarisme

In de laatste tien jaar heeft vegetarisme en vegetarische voeding een enorme opmars gemaakt. De schappen voor vleesvervangers worden steeds voller, de restaurants koken meer dan een omelet, en de maatschappij kijkt niet meer gek op van mensen die kiezen voor een vegetarisch voedingspatroon. Steeds meer producenten begeven zich op de markt van vleesvervanging, omdat het economisch een interessant segment wordt. De consument laat vaker het lapje vlees staan, ook omdat vleesvervanging wordt geassocieerd met gezonde voeding. Het totaal aantal dieren dat jaarlijks wordt geslacht in de bio-industrie in Nederland, bedraagt nog altijd meer dan 450 miljoen en vormt een belangrijk exportartikel. Door schaalvergroting worden steeds meer dieren in kleine oppervlakten onder slechte omstandigheden gefokt voor consumptie. Dit kan er toe leiden dat er virussen ontstaan die schadelijk voor dier en/of mens zijn. Het voer dat de dieren krijgen bestaat voor een groot deel uit soja afkomstig uit het Amazonegebied. Naast dat het een aanslag op de biodiversiteit is, is het ook een zeer inefficiënte manier van het omzetten van voedsel. Voor een kilo vlees is minimaal vijf kilo veevoer nodig. Het waterverbruik voor de vleesproductie ligt ook hoger dan voor de productie van gewassen. Voor een kilo biefstuk is minimaal 15.000 liter water nodig. Uit het onderzoek van de FAO „Livestock's long shadow; Environmental issues and options" in november 2006 blijkt dat veeteelt met 18% van de mondiale uitstoot van broeikasgassen nog schuldiger is dan het verkeer (13%) aan klimaatverandering. De FAO verwacht bovendien dat de consumptie van vlees verdubbelt tussen nu en 2050.

### Doelstelling Nederlandse Vegetariërsbond

De statutaire doelstelling van de NVB is "het bevorderen van vegetarisme en het behartigen van de belangen van vegetariërs en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords".

Met andere woorden, hoofddoel van de NVB is het vegetarisme verspreiden en daarmee de wereld een beetje mooier maken. Dat doen we door: het geven van informatie aan consumenten het informeren van producenten over vegetarische alternatieven het voeren van een actief communicatiebeleid gericht tegen diegenen die respectloos met mens, dier en natuur omgaan het lobbyen bij de overheid voor betere wet- en regelgeving De NVB is dé autoriteit in Nederland op het gebied van vegetarisme. Wij zijn de enige Nederlandse consumentenorganisatie van en voor vegetariërs en we zijn daarmee voorvechters voor dier, mens en milieu. Wij behartigen de belangen van die honderdduizenden mensen die geen vlees willen eten omdat zij respect voor dieren, het milieu, mensen en zichzelf hebben. Vegetarisch eten betekent dat men kiest voor: **Dierenrechten** In Nederland leiden miljoenen dieren in de bio-industrie een ellendig bestaan. **Gezondheid** Plantaardige voeding is rijk aan vitamines en mineralen en bevat veel voedingsvezel. **Een beter milieu** De veehouderij draagt sterk bij aan de vervuiling van het milieu. **Een eerlijker voedselverdeling** Van het voer dat de dieren krijgen, wordt slechts 30 tot 50 procent omgezet in vlees.

### Strategie Nederlandse Vegetariërsbond

De trend die wij waarnemen is dat mensen op dit moment er eerder voor kiezen om hun vleesconsumptie te minderen, dan om volledig vegetariër te worden. De NVB juicht deze trend toe en ziet de vleesverminderaars als onderdeel van onze doelgroep.

Beter 100 mensen die minder vlees consumeren dan 1 vegetariër erbij is dan ook ons motto. Wij willen niet met een wijzend vingertje in de wereld staan, maar mensen faciliteren in hun keuze. De keuze is aan hen.

### **Missie**

De NVB helpt mensen in hun eigen leven de overstap naar vegetarische voeding te maken en vast te houden

## **Strategieën toegelicht**

**1 Bewustwording** Door het communicatiebeleid van de NVB maken meer mensen de keuze voor het vegetarisme en laten aanzienlijk meer mensen regelmatig vlees en vis links liggen. De NVB kiest voor een proactieve campagne strategie met positieve grondtoon. De smaakbeleving en voordelen van vegetarische voeding staan centraal in de communicatie. De doelgroep zijn mensen die gevoelig zijn voor de boodschap, maar die nog niet vaak het vlees laten staan.

De bewustwording vindt ook plaats bij restaurants en voedselproducenten. Door hen te wijzen op het gegeven dat steeds meer mensen overgaan op een (parttime) voedingspatroon, maken sommigen van hen de keuze om gebruik te maken van een van de keurmerken. .

**1 Voorlichting** De NVB informeert consumenten over hoe zij een gebalanceerd vegetarisch consumptiepatroon kunnen bewerkstelligen. De NVB is hierin zowel reactief, door in te gaan op de diverse vragen van consumenten over vegetarische voeding, als proactief, middels een website met volledige voedingsinformatie. Bij informatievoorziening geldt dat niets wordt opgelegd, maar dat de informatie beschikbaar wordt gesteld voor een ieder die daar naar zoekt.

**3 Belangenbehartiging** De NVB behartigt de belangen van in de eerste plaats de leden en daaruit voortvloeiend alle vegetariërs in Nederland. De NVB voert hierbij een beleid waarmee gereageerd wordt op de actualiteit en verzoeken die komen van de leden. Daarnaast voert de NVB een actief beleid op het gebied van het Vegetarisch Keurmerk en het Keurmerk Gastvrij voor Vegetariërs. Hierbij snijdt het hout aan twee kanten. De belangen van vegetariërs worden behartigd, maar tegelijkertijd worden bedrijven zich meer bewust van het vegetarisme en de noodzaak daarop in te spelen.

**4 Wetgeving** Hieronder wordt verstaan het nastreven van transparante wetgeving omtrent etikettering en het stimuleren tot een afname van vleesconsumptie en productie. Dit staat bij de NVB laag op de agenda. De politieke arena is zeer complex: er zijn veel partijen bij betrokken en het wetgevingsproces is langzaam en onzeker. Er zijn andere organisaties, zoals politieke partijen en actieve consumenten die hier een stap in hebben gemaakt.

## Activiteiten in 2011

### 2011 in vogelvlucht

#### Organisatie en Personeel

Vanaf februari 2011 is het kantoor weer op volle sterkte.

#### Keurmerken

In 2011 is door Richa Joshi actief voor het productkeurmerk geworven. De resultaten hiervan vielen echter tegen. Het blijkt moeilijk om fabrikanten te bewegen het keurmerk aan te vragen. De groei in 2011 (Kees Kaas en een guavesap-producent) komen via eigen aanmeldingen van de producent. Voor 2012 is er daarom voor gekozen om vooral door meer aandacht voor het productkeurmerk en het stimuleren van consumentenvraag de fabrikanten te prikkelen. Bestaande keurmerkhouders brachten ongeveer 60 nieuwe producten onder het keurmerk.

De werving van restaurants verliep voorspoediger. Eind 2011 hadden zich 210 restaurants aangemeld. Dit betekent een toename van 80 restaurants. Vermeldenswaardig is dat we 20 restaurants uit de Golden Tulip keten hebben mogen verwelkomen. Hans Alphenaar deed op provisiebasis de werving voor het Gastvrij keurmerk. Ook De Vegetarische Restaurantweek heeft aan de stijging van het aantal aangesloten restaurants bijgedragen.

#### Voorlichting

Het belangrijkste kanaal voor voorlichting is inmiddels de website. Het aantal bezoeken op de website bedroeg 127.505, een stijging van 11,3% ten opzichte van het voorgaande jaar. Het aantal unieke bezoekers steeg met 13,32% tot 88.310. Men raadpleegt vooral pagina's over voeding en gezondheid. In 2011 is daarom veel aandacht besteed aan het up-to-date houden van de website: meerder malen per week worden er nieuwe berichten geplaatst. Eind 2011 werd bekend dat de NVB toegelaten is tot 'google grants'. Google stelt in dit programma een google adwords advertentiebudget van 10.000 dollar per maand beschikbaar. Naar verwachting kan dit budget begin 2012 effectief ingezet worden. Naast de website is de maandelijkse digitale nieuwsbrief een belangrijk communicatiemiddel. De brief gaat naar ongeveer 9.000 abonnees. De nieuwsbrief bevat standaard een blog van de directeur.

#### De Vegetarische Restaurantweek

In samenwerking met het Vara radioprogramma Vroege Vogels en Dinnersite werd de eerste Vegetarische Restaurantweek ter wereld georganiseerd. Er deden 188 restaurants mee. Paul Mc Cartney, Jort Kelder, Pierre Wind, Jonnie Boer en Antionette Hertenberg beveelden de week aan. In totaal werden 8 miljoen mensen bereikt, wat voor de NVB een ongekend succes is. Wel bleef het aantal bezoekers achter bij de verwachtingen. Naar schatting 6000 mensen maakten van de week gebruik.

-Om de aandacht op de week te vestigen werd begin augustus op De Neude in Utrecht het record langste vegetarische tafel gevestigd. 210 mensen genoten op hetzelfde moment van een vegetarische maaltijd.

-Een andere initiatief om de aandacht op de week te vestigen was het 'kettingbriefrecept' op facebook. Op basis van de kettingbrief of sneeuwbal methode werden op facebook recepten samengesteld met de meest uiteenlopende ingrediënten. Topkok Pierre Wind kookte met en voor de winnaars het winnende recept.



-tijdens de week werd opierendag nogmaals op het belang van vegetarische voeding gewezen. NVB voedingsdeskundige Sytske de Waart rekende uit dat de Nederlander in zijn leven 727 dieren eet (vis uitgezonderd).

### **Informatie naar de leden**

Het In het begin van het jaar is de vormgeving van het blad Leven frisser gemaakt. Ook is het aantal pagina's uitgebreid naar 44, waardoor er een nog volwaardiger tijdschrift is ontstaan.

### **EatGreen at work**

Begin 2011 is de campagne Eatgreen at Work van start gegaan. De campagne heeft tot doel om te minste een dag in de week in de bedrijfskantine een goede vegetarische maaltijd/lunch aan te bieden en te promoten. De lancering vond plaats met een mooi aangeklede manifestatie op het terrein van de Westergasfabriek in Amsterdam. Fabrikanten lieten hun vegetarische aanbod zien er waren prominente sprekers, waaronder Jaap van den Gronden, de directeur van het Wereld Natuurfonds. Al snel deden de vijf grootste cateraars aan de campagne mee. In totaal zijn er 220.000 campagnefolders in de bedrijfsrestaurants verspreid. Amsterdam en Den Haag schaalden zich achter de campagne. Ook in het bedrijfsrestaurant van het ministerie van EL&I werd Eatgreen ingevoerd, wat tot kamervragen van de PVV leidde. Minister Bleker antwoordde hierbij dat het grote vegetarische aanbod in het bedrijfsrestaurant van het ministerie volledig vraaggestuurd was. Alle grote cateraars hebben zich aangesloten bij de campagne.

### **Leden**

Het aantal leden bedroeg eind 2011 3232. Dit is een stijging van 75 ten opzichte van het voorgaande jaar, waarmee de neerwaartse trend van de afgelopen jaren is omgebogen. Sinds het laatste kwartaal van 2011 wordt er actiever leden geworven.

### **Overige activiteiten**

In 2011 werd er voor de leden een vegetarische barbecue, de 'Vegeq', georganiseerd. Hier deden tachtig mensen aan mee. Het overgrote deel van het evenement werd door vrijwilligers georganiseerd.