

**BUREAU BARTELS B.V.**

RESEARCH | CONSULTANCY | MANAGEMENT

Stationsplein 69  
3818 LE Amersfoort  
Postbus 318  
3800 AH Amersfoort  
Telefoon (033) 479 20 20  
Fax (033) 479 20 21  
E-mail [info@brtls.nl](mailto:info@brtls.nl)  
Internet [www.bureaubartels.nl](http://www.bureaubartels.nl)

## **EVALUATIE EZ-TAKEN VOEDINGSCENTRUM**

**Eindrapport**

**Uitgebracht op verzoek van het ministerie van Economische Zaken**

**Amersfoort, 25 maart 2013**



# INHOUD

1.	INLEIDING	1
1.1	Aanleiding	1
1.2	Doelstelling van de evaluatie	2
1.3	Aanpak van de evaluatie	3
1.4	Leeswijzer	3
2.	AARD EN INHOUD VOEDINGSCENTRUM-ACTIVITEITEN	5
2.1	Inleiding	5
2.2	Periode 2008-2010	5
2.3	Jaarplannen 2011	11
2.4	Jaarplannen 2012	17
3.	ORGANISATIE EN UITVOERING	23
3.1	Inleiding	23
3.2	Generieke aspecten organisatie en uitvoering	23
3.3	Aansturing door en afstemming met EZ (en VWS)	27
3.4	Samenwerking met het bedrijfsleven	35
4.	MEERWAARDE EN RESULTATEN VOEDINGSCENTRUM-ACTIVITEITEN	41
4.1	Inleiding	41
4.2	Doelrealisatie overall doelstellingen	41
4.3	Resultaten instellingssubsidie	45
4.4	Resultaten projectensubsidies	52
4.5	Bevindingen externe stakeholders	63
5.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	69
5.1	Inleiding	69
5.2	Conclusies	69
5.3	Aanbevelingen	75
	LITERATUUR	81
	BIJLAGE 1 GERAADPLEEGDE PERSONEN	83



# 1. INLEIDING

## 1.1 Aanleiding

Stichting Voedingscentrum Nederland is in 1998 opgericht. Dit als resultaat van een fusie tussen een aantal partijen waaronder het Voorlichtingsbureau voor de Voeding (toenmaals overheid) en de Stichting Voeding Nederland.

Het doel van het Voedingscentrum was in eerste instantie om bij consumenten het inzicht in de kwaliteit van voedsel te vergroten om daarmee gedragsverandering richting gezond en veilig voedsel te stimuleren. Vanaf 2006 is daaraan ook het aspect van 'duurzaamheid' toegevoegd. Vanaf dat moment vormt het informeren en stimuleren van consumenten om tot een gezonde en meer duurzame voedselkeuze te komen dan ook de centrale missie van het Voedingscentrum. Zij tracht deze missie onder meer te realiseren via het verschaffen van voorlichting en adviezen richting consumenten. Bij dit alles hecht het Voedingscentrum aan haar onafhankelijke positie. Dit houdt onder meer in dat zij haar activiteiten baseert op 'richtlijnen' van de Gezondheidsraad en op resultaten van wetenschappelijk onderzoek waarover consensus bestaat.

Bij het trachten te realiseren van haar missie hanteert het Voedingscentrum overigens niet alleen een 'pull' benadering richting consumenten. Simultaan wordt namelijk – via een 'push' spoor – getracht om producenten aan te zetten tot het vergroten van het aanbod van (gemakkelijk) gezond en duurzaam voedsel. Alleen dan heeft het immers zin om bij consumenten tot de beoogde gedragsverandering te komen.

Samenhangend met haar onafhankelijke positie vindt de financiering van het Voedingscentrum voornamelijk via de (semi-)overheid plaats. Daarbij gaat het in de eerste plaats om de ministeries van Economische Zaken (EZ) en Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS). Deze ministeries stellen enerzijds de zogenoemde 'instellingssubsidie' van het Voedingscentrum beschikbaar. Anderzijds bekostigen zij specifieke programma's of projecten die het Voedingscentrum 'in opdracht' voor hen uitvoert. Zo heeft het ministerie van EZ in de periode 2006-2010 bijvoorbeeld het programma 'Nederland kiest bewust' gefinancierd terwijl het Voedingscentrum momenteel het programma 'Duurzaam eten' voor dit ministerie uitvoert. In de tweede plaats verricht het Voedingscentrum ook activiteiten voor partijen zoals ZonMw. Een voorbeeld hiervan vormt het programma 'Gezond door het Leven' dat het Voedingscentrum in opdracht van ZonMw uitvoert. Naast bovengenoemde financieringsbronnen ontvangt het Voedingscentrum ook, zij het in beperkte mate, inkomsten vanuit de verkoop van haar voorlichtingsproducten.

Binnen het ministerie van EZ bestond behoefte aan een evaluatie van het (EZ-deel van het) Voedingscentrum. Aan Bureau Bartels is gevraagd om deze evaluatie uit te voeren. In deze rapportage doen we verslag van de bevindingen van deze evaluatie. We tekenen daarbij aan dat de evaluatie betrekking heeft op de periode 2008-2012.

## 1.2 Doelstelling van de evaluatie

De **centrale doelstelling** van de **evaluatie** bestond in feite uit het beantwoorden van de volgende vraag:

---

---

*Hoe kan de organisatie en uitvoering van 'EZ-activiteiten' door het Voedingscentrum worden beoordeeld, in hoeverre worden (daarmee) de doelstellingen gerealiseerd en wat zijn belangrijke bouwstenen voor de toekomst?*

---

---

Uit deze doelstelling volgt dat in de evaluatie specifiek ingezoomd is op die onderdelen of activiteiten van het Voedingscentrum waar het ministerie van EZ in financiële zin bij betrokken is (geweest). Het 'spiegelbeeld' hiervan is dus dat programma's of projecten die door het Voedingscentrum specifiek voor bijvoorbeeld het ministerie van VWS of ZonMw uitgevoerd zijn of worden in de evaluatie buiten beschouwing zijn gebleven.

Verder valt uit bovenstaande doelstelling te destilleren dat in de evaluatie een **drietal thema's** rondom het Voedingscentrum centraal hebben gestaan, namelijk:

- i. Organisatie en uitvoering (van EZ-taken).
- ii. Effectiviteit (van EZ-taken).
- iii. Leerervaringen voor de toekomst.

In de evaluatie hebben we deze thema's verder uitgewerkt via het formuleren van onderzoeksvragen. Vervolgens hebben we deze vragen trachten te beantwoorden via het verrichten van deskresearch en het uitvoeren van veldwerk (zie paragraaf 1.3). In het navolgende geven we per thema enkele belangrijke voorbeelden van onderwerpen die in de onderzoeksvragen aan bod zijn gekomen.

### **Organisatie en uitvoering**

- Aansturing van Voedingscentrum-activiteiten.
- Afstemming EZ-VWS.
- Ervaringen met – en beoordeling van – uitvoering (EZ-)taken door Voedingscentrum.
- Samenwerking/afstemming met andere partners.
- Eventuele knelpunten in uitvoering EZ-taken.

### **Effectiviteit**

- Beleidsmatige inbedding/relevantie Voedingscentrum-activiteiten.
- Ingezette EZ-middelen.
- Typen (EZ-)activiteiten die Voedingscentrum ontplooid heeft.
- Resultaten die met (EZ-)activiteiten behaald zijn.
- Doelrealisatie.

### **Leerervaringen voor de toekomst**

- Toekomstige aansluiting EZ-beleid en Voedingscentrum(-activiteiten).
- Wenselijke wijzigingen in inhoud en/of uitvoering Voedingscentrum-activiteiten.
- Kansen voor (verdere) versterking effectiviteit Voedingscentrum-activiteiten.
- Aanpassingen doelstellingen Voedingscentrum-activiteiten.
- Samenwerking met andere partijen.

In de navolgende hoofdstukken zullen we bovenstaande thema's en daarmee samenhangende onderwerpen successievelijk de revue laten passeren.

### 1.3 Aanpak van de evaluatie

We hebben voor de evaluatie een aantal uiteenlopende typen activiteiten ontplooid. Allereerst hebben we **deskresearch** uitgevoerd. Daarbij hebben we verschillende typen schriftelijke en digitale bronnen geraadpleegd. Voorbeelden hiervan zijn: (beleids)nota's van het ministerie van EZ, (meer)jaarplannen, resultatenoverzichten en eindverslagen van het Voedingscentrum, relevante websites, projectaanvragen, monitoronderzoeken en (deel)evaluaties, enzovoort. Een meer volledig overzicht van de door ons geanalyseerde bronnen hebben we opgenomen in de literatuurlijst.

Naast deskresearch hebben we ook **veldwerk** uitgevoerd. Daarmee bedoelen we het raadplegen van verschillende typen partijen die elk op een verschillende wijze betrokken zijn bij het Voedingscentrum. In de eerste plaats hebben we een drietal gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van de ministeries van EZ en VWS die verantwoordelijk zijn voor de 'aansturing' van het Voedingscentrum. Verder hebben we, in de tweede plaats, met de directeur en een vijftal andere personen van het Voedingscentrum een persoonlijk gesprek gevoerd. Deze personen zijn betrokken bij verschillende typen activiteiten van het Voedingscentrum.

Een derde belangrijk deelsegment voor het veldwerk bestond uit vertegenwoordigers van de externe omgeving van het Voedingscentrum. Het gaat hierbij om partijen waarmee het Voedingscentrum in de praktijk samenwerkt bij de uitvoering van haar activiteiten. Voorbeelden hiervan zijn vertegenwoordigers van de NVWA, het RIVM en private partijen zoals de supermarkten, cateraars en de horeca. In bijlage I hebben we een overzicht gegeven van de partijen die door ons geraadpleegd zijn voor de evaluatie.

De informatie en gegevens die we met de voorgaande stappen hebben verkregen zijn door ons geanalyseerd. De resultaten daarvan hebben we verwerkt in deze rapportage.

### 1.4 Leeswijzer

De opbouw van dit rapport ziet er als volgt uit. In hoofdstuk 2 geven we eerst inzicht in de activiteiten zoals die in de afgelopen jaren door het Voedingscentrum (mede) in opdracht van het ministerie van EZ uitgevoerd zijn. Doel van dit hoofdstuk is enerzijds om inzicht te verschaffen in de typen initiatieven zoals die door het Voedingscentrum met ondersteuning van EZ ontplooid zijn. Anderzijds kunnen hiermee de bevindingen van de evaluatie, zoals die in navolgende hoofdstukken aan bod zullen komen, in een breder perspectief geplaatst worden.

In de hoofdstukken 3 tot en met 5 komen dan successievelijk de thema's aan bod die we hiervoor in paragraaf 1.2 gepresenteerd hebben. Dit houdt in dat we in hoofdstuk 3 aandacht zullen schenken aan de organisatie en uitvoering van de EZ-taken. In hoofdstuk 4 zoomen we in op de resultaten die hiermee behaald zijn. We ronden deze evaluatie af met hoofdstuk 5 waarin we de belangrijkste conclusies en aanbevelingen, die uit de evaluatie te destilleren zijn, zullen presenteren.



## 2. AARD EN INHOUD VOEDINGSCENTRUM-ACTIVITEITEN

### 2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we in op de activiteiten zoals die door het Voedingscentrum in de periode 2008-2012 zijn uitgevoerd. Daarbij concentreren we ons met name op die activiteiten waar het ministerie van EZ in financiële zin bij betrokken is geweest. Verder zullen we in dit hoofdstuk een onderscheid maken in twee deelperioden, namelijk 2008-2010 en 2011-2012. De belangrijkste reden hiervoor is dat in de eerste deelperiode gewerkt is met meerjarenprogramma's met daaruit afgeleide jaarplannen. Vanaf 2011 zijn dergelijke meerjarenprogramma's komen te vervallen en wordt er gewerkt met jaarplannen. In paragraaf 2.2 beschouwen we de periode 2008-2010. Vervolgens gaan we in de paragrafen 2.3 en 2.4 in op respectievelijk de jaren 2011 en 2012.

### 2.2 Periode 2008-2010

In deze paragraaf brengen we in beeld welke typen activiteiten het Voedingscentrum in 2008-2010 uitgevoerd heeft die (mede) door het ministerie van EZ gefinancierd zijn. We zullen dat overigens op hoofdlijnen doen en (dus) niet alle (deel)activiteiten afzonderlijk de revue laten passeren.

Allereerst is het daarbij van belang om een onderscheid te maken in een tweetal typen financieringsstromen vanuit het ministerie van EZ. Allereerst heeft het ministerie van EZ in de periode 2008-2010 – net als het ministerie van VWS overigens – bijgedragen door middel van een **instellingssubsidie** aan het Voedingscentrum. In het navolgende duiden we deze subsidie ook wel aan met de term **basissubsidie**. In essentie was deze subsidie namelijk bestemd voor algemene basisactiviteiten van het Voedingscentrum zoals het onderhouden van de website en kennisontwikkeling op het gebied van gezonde, veilige en duurzame voeding. In aanvulling daarop heeft het ministerie van EZ in de periode 2008-2010, wederom net als het ministerie van VWS, ook **projectensubsidies** verstrekt. Zoals uit de naamgeving al blijkt, waren deze subsidies bedoeld om specifieke projecten uit te voeren die nauw aansloten bij het EZ-beleid. Tabel 2.1 geeft inzicht in de financiering van het Voedingscentrum in de periode 2008-2010. Het Voedingscentrum heeft bij de tabel de toelichting gegeven dat EZ in de periode 2008-2010 en daarvoor jaarlijks 3,6 miljoen euro voor het Voedingscentrum bestemde. Dit bedrag bestond voor 1,4 miljoen euro uit de instellingssubsidie en 2,2 miljoen voor projectensubsidie. Door indexering is de instellingssubsidie uitgegroeid naar 1,5 miljoen euro. De tabel bevat de gerealiseerde baten. In 2009 en 2010 komt het aandeel van de projectensubsidie boven de 2,2 miljoen euro uit. Dit wordt veroorzaakt door projecten die over meerdere jaren lopen. Dit betekent dus niet dat EZ in deze jaren meer middelen voor het Voedingscentrum bestemde, maar dat in deze jaren de weergegeven kosten voor meerjarige projecten gemaakt zijn.

**Tabel 2.1 Gerealiseerde baten Voedingscentrum, 2008-2010**

<b>A. Instellingssubsidie</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Instellingssubsidie EZ	€ 1.502.133	€ 1.546.295	€ 1.610.795
Instellingssubsidie VWS	€ 1.512.295	€ 1.583.888	€ 1.599.882
<b>Totale instellingssubsidie</b>	<b>€ 3.014.428</b>	<b>€ 3.130.183</b>	<b>€ 3.210.677</b>
<b>B. Projectensubsidies</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Totaal projectensubsidies EZ</b>	<b>€ 2.199.600</b>	<b>€ 2.324.375</b>	<b>€ 2.828.019</b>
Totaal projectensubsidies VWS	€ 2.479.000	€ 2.429.464	€ 2.727.663
Totaal projectensubsidies overige	€ 1.749.922	€ 1.455.182	€ 438.247
<b>Totaal projectensubsidies</b>	<b>€ 6.428.522</b>	<b>€ 6.209.021</b>	<b>€ 5.993.929</b>
<b>C. Overige inkomsten</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Verkoop voorlichtingsmateriaal en lesmiddelen	€ 408.450	€ 407.886	€ 501.911
<b>Totaal baten</b>	<b>€ 9.851.400</b>	<b>€ 9.747.090</b>	<b>€ 9.706.517</b>

Bron: Voedingscentrum (2013)

Uit bovenstaande tabel blijkt allereerst dat de ministeries van EZ en VWS in de periode 2008-2010 ieder ongeveer de helft van de totale instellingssubsidie voor hun rekening genomen hebben (zie onderdeel A in tabel 2.1). Uit de tabel komt verder naar voren dat het Voedingscentrum voor het grootste deel van haar financiering afhankelijk was van projectensubsidies (zie onderdeel B in tabel 2.1). EZ was verantwoordelijk voor bijna een derde van de projectensubsidies. De overige projectensubsidies werden door het ministerie van VWS en partijen zoals ZonMw (dat overigens sterk gelieerd is aan het ministerie van VWS) en de Hartstichting opgebracht. Ten slotte genereerde het Voedingscentrum in de periode 2008-2010 overige inkomsten uit de verkoop van bijvoorbeeld voorlichtingsmateriaal en lesprogramma's (zie onderdeel C in tabel 2.1).

### **A. Instellingssubsidie 2008-2010**

Zoals gezegd, wendde het Voedingscentrum de instellingssubsidie aan voor de uitvoering van basisproducten respectievelijk basisfaciliteiten. Hieronder bespreken we kort die basisproducten en -faciliteiten waarvoor de inzet qua middelen en menskracht relatief het grootst was.

#### Basisproducten

Belangrijke basisproducten van het Voedingscentrum waren in de periode 2008-2010 (ook daarna overigens) internet, voorlichting en externe participatie. Met internet wordt vooral de centrale **website** van het Voedingscentrum bedoeld: [www.voedingscentrum.nl](http://www.voedingscentrum.nl). De website had (en heeft) tot doel om consumenten bewust te maken van het belang van – en informatie te verstrekken over – gezond, veilig en duurzaam eten. De website is in de periode 2008-2010 voortdurend aangepast aan de hand van nieuwe wetenschappelijke inzichten. Daarbij had (en heeft) het Voedingscentrum als ambitie om haar 'boodschappen' op een goed toegankelijke (eenvoudig taalgebruik) en attractieve wijze via haar website uit te dragen. Verder werd (en wordt) deze website door het Voedingscentrum ook ingezet bij **voedselveiligheidsincidenten**. Het streven is daarbij om binnen drie uur via deze website te reageren op de actualiteit. Naast de website is het

Voedingscentrum de laatste jaren ook steeds meer gebruik gaan maken van andere digitale media zoals nieuwsbrieven die per mail worden verzonden, het benutten van sociale media en de inzet van apps. In paragraaf 4.3 zullen we het bereik van de website van het Voedingscentrum en andere digitale media bespreken.

Een tweede belangrijk basisproduct werd (en wordt) gevormd door voorlichting. Hierbij ging het met name om ***schriftelijke en/of digitale voorlichtingsproducten*** die deels gratis of tegen kostprijs via onder meer de website aangeboden werden aan consumenten. Daarnaast werden deze materialen ook door middel van diëtisten, scholen of de detailhandel breder uitgerold. Tot deze voorlichtingsmaterialen kunnen ook ***onderwijsmethoden*** zoals 'Smaaklessen' voor het primair onderwijs en 'Weet wat je eet' voor het voortgezet onderwijs gerekend worden. Deze onderwijsmethoden zijn overigens niet vanuit de instellingssubsidie, maar vanuit projectensubsidies bekostigd. De laatste jaren is het Voedingscentrum ook steeds meer de mogelijkheden van free publicity gaan benutten door mee te liften op media-uitingen van externe partijen.

Een derde belangrijk basisproduct was (en is) ***externe participatie***. Dit hield in dat het Voedingscentrum deelnam aan de maatschappelijke, wetenschappelijke en politieke discussie over gezondheidsclaims, etikettering, gebruik van logo's en voedselkwaliteit. Verder vielen onder externe participatie de samenwerking met de NVWA en de participatie in het Centrum Gezond Leven, deelname aan het Convenant Gezond Gewicht en het stimuleren van aanbod van gezond en duurzaam voedsel door samen te werken met bedrijven en NGO's.

Andere basisproducten in de periode 2008-2010 waren de Informatielijn voor consumenten, communicatieactiviteiten via pers en media en de levensmiddelen-databank. Individuele consumenten konden zich tot deze ***Informatielijn*** wenden met vragen over voeding. De inzet van middelen en menskracht voor deze activiteit is in de periode 2008-2010 geleidelijk afgebouwd. Per 1 januari 2012 is de Informatielijn geheel beëindigd (zie paragraaf 4.3).

Binnen de ***Levensmiddelendatabank*** kan nog een onderscheid in een tweetal deelcomponenten worden gemaakt, namelijk een generiek deel en deel gericht op merkartikelen. Het eerste deel heeft betrekking op generieke producten zoals appels en tarwe. Dit deel wordt gebruikt voor onderzoek van het RIVM en TNO. Zij leveren ook de input voor dit generieke deel. De rol van het Voedingscentrum hierbij is om onderzoeksresultaten uit de Levensmiddelendatabank te vertalen in voor consumenten begrijpelijke taal. Het tweede deel van de Levensmiddelendatabank is gericht op merkartikelen. Het is hierbij de bedoeling dat fabrikanten de input van hun merkartikelen aanleveren voor de databank. Vooralsnog komt dit niet goed van de grond omdat fabrikanten huiverig zijn informatie over hun merkartikelen aan te leveren voor de databank en de wijze waarop het Voedingscentrum met deze informatie omgaat. Daarom bevat het deel voor merkartikelen op het moment van de evaluatie alleen informatie over allergenen. Fabrikanten zijn verplicht om op het gebied van allergenen gegevens over hun merkartikelen openbaar te maken. Er is verder geen beleid bij de overheid dat fabrikanten verplicht om informatie over hun merkartikelen inzichtelijk te maken. Het Voedingscentrum heeft wel geprobeerd om dit tweede deel te vullen door met

keurmerken voor merkartikelen te werken. Hier wilden de fabrikanten echter niet aan meewerken.

### Basisfaciliteiten

Het Voedingscentrum onderscheidde in de periode 2008-2010 een viertal typen basisfaciliteiten namelijk kennis, communicatie, projecten en organisatie en infrastructuur. In het navolgende zullen we deze faciliteiten kort toelichten.

Binnen de basisfaciliteit **kennis** hielden medewerkers van het Voedingscentrum relevante wetenschappelijke ontwikkelingen rondom voeding bij en verwerkten de resultaten daarvan in nieuwe factsheets of door bestaande factsheets te vernieuwen. Deze factsheets werden vervolgens aan (inter)nationale deskundigen voorgelegd. Op basis van feedback van deskundigen werden de factsheets eventueel aangepast. De factsheets vormden de inhoudelijke basis voor de communicatie-activiteiten van het Voedingscentrum. Belangrijke taken van de 'kenniswerkers' van het Voedingscentrum waren dan ook het analyseren van wetenschappelijke onderzoeken, het onderhouden van contacten met relevante wetenschappers, het 'vervlechten' van de opgedane kennis in de projecten en activiteiten van het Voedingscentrum en het invullen van – en afstemmen met – de liaisons met de NVWA en het Centrum Gezond Leven.

Tot de basisfaciliteit **communicatie** werden activiteiten gerekend die te maken hadden met het handhaven van de naamsbekendheid, het borgen van de identiteit en herkenbare uitstraling van het Voedingscentrum en de planning en afstemming van communicatieve uitingen. Ook het periodieke onderzoek naar de naamsbekendheid van het Voedingscentrum viel onder de vlag van deze basisfaciliteit.

De basisfaciliteit **projecten** werd in feite ingevuld door de (toenmalige) afdeling projectmanagement van het Voedingscentrum. Deze afdeling had als taak om de uitvoering van de projecten inhoudelijk en financieel te bewaken. Daartoe behoorden ook het onderhouden van contacten met opdrachtgevers en het zorgen voor continuïteit in de projectenportefeuille van het Voedingscentrum.

Ten slotte werden tot de basisfaciliteit **organisatie en infrastructuur** overhead-activiteiten zoals financiën, automatisering, facilitair beheer, personeel en organisatie en het secretariaat gerangschikt.

### **B. Projectensubsidies**

Naast haar basisactiviteiten voert het Voedingscentrum 'in opdracht' ook specifieke projecten uit. In tabel 2.1 is al gebleken dat in de periode 2008-2010 het ministerie van EZ een belangrijke opdrachtgever vormde. In het navolgende zullen we inzoomen op projecten die (mede) vanuit dit ministerie zijn gefinancierd. Het overgrote deel van de projectensubsidies van EZ is in de periode 2008-2010 aangewend voor de bekostiging van het project Voedselkwaliteit. In totaalging namelijk ruim 80% van de projectensubsidie in de jaren 2008 tot en met 2010 naar dit project. De overige middelen zijn voor andere (kleinere) projecten benut.

## Voedselkwaliteit

Het project Voedselkwaliteit is al in 2006 van start gegaan en heeft gelopen tot en met 2010. Het totale budget van dit project is ongeveer 9 miljoen euro geweest en is geheel vanuit het ministerie van EZ gefinancierd. Het totale budget is in ongeveer gelijke delen van circa 1,8 miljoen euro per jaar in de periode 2006-2010 ter beschikking gesteld. Het project Voedselkwaliteit bestond uit de volgende vijf onderdelen:

1. Consumentenonderzoek.
2. Campagne 'Nederland kiest bewust'.
3. Jeugd en Onderwijs.
4. Kennis.
5. Projectmanagement.

Qua financiële omvang waren de campagne Nederland kiest bewust en activiteiten voor Jeugd en Onderwijs het grootst. We zullen bovenstaande onderdelen nu kort toelichten.

Vanuit het **consumentenonderzoek** werden periodiek onderzoeken onder consumenten uitgevoerd. Daarmee werd bijvoorbeeld gemonitord hoe de doelrealisatie van het project Voedselkwaliteit verliep. In hoofdstuk 4 komen we nader terug op deze onderzoeken.

De **campagne** Nederland kiest bewust was erop gericht om thema's als dierenwelzijn, milieu, natuur en voedselverspilling bij consumenten voor het voetlicht te brengen. De achterliggende gedachte was dat meer kennis van – en bewustzijn over het belang van deze thema's zou resulteren in meer duurzame keuzes van consumenten. De campagne bestond in de eerste jaren uit een campagne van tv-spotjes over dierenwelzijn en de verantwoordelijkheid van de consument daarin. Daarbij is gewerkt met de leus 'Een kip/varken kan niet kiezen, jij wel'. Vanaf 2009 is er in deze spotjes naast dierenwelzijn ook aandacht geschonken aan het klimaat en voedselverspilling. Naast de tv-spotjes werden vanuit de campagne ook digitale en gedrukte media ingezet. Het doel hiervan was om de consument meer verdieping aan te bieden. Vanuit de spotjes werd verwezen naar de website van het Voedingscentrum waar de consumenten deze meer verdiepende informatie konden vinden. Via de website was bijvoorbeeld informatie over de klimaatweegschaal en keuzes bij het kopen van eieren te vinden. Verder werden vanuit deze campagne advertenties in een aantal landelijke kranten en digitale media geplaatst. In hoofdstuk 4 bespreken we de effectiviteit van de campagne.

Een ander belangrijk onderdeel van het project Voedselkwaliteit bestond uit activiteiten op het gebied van **Jeugd en Onderwijs**. Hierbij valt te denken aan een tweetal lespakketten voor het primaire onderwijs (Smaaklessen) en voor het voortgezet onderwijs (Weet wat je eet). Verder vielen alle activiteiten van Lekker Belangrijk!, zoals het magazine Lekker Belangrijk!, de website en het online spel Supershopper onder het project Voedselkwaliteit. Ten slotte werden er vanuit Jeugd en Onderwijs verschillende activiteiten ontplooid in de Week van de Smaak. In hoofdstuk 4 doen we verslag van het bereik en de effectiviteit van deze activiteiten.

Het Voedingscentrum is ook bereid om op verzoek van derden mee te denken bij de ontwikkeling van lesmateriaal van externe partijen. Supermarktketen Albert Heijn heeft

bijvoorbeeld onder de naam Ik eet het beter een eigen project om gezond eten en bewegen op basisscholen te stimuleren opgezet. Dit project is al in 2006 van start gegaan in de vorm van de Klasselunch voor groep 8. In 2009 is dit breder getrokken naar de groepen 6 en 7 van het primair onderwijs. Vervolgens is in 2010 voor groep 8 de Gezonde Pauzehap geïntroduceerd.

Het onderdeel **kennis** vormt de inhoudelijke basis van het project Voedselkwaliteit. Vanuit dit onderdeel is onderzoek verricht naar in het project benodigde informatie op het gebied van dierenwelzijn, klimaat, voedselverspilling en nieuwe thema's als land- en watergebruik, voedselzekerheid en biodiversiteit.

Het laatste onderdeel van het project Voedselkwaliteit betreft **projectmanagement**. Vanuit dit onderdeel zijn de andere vier onderdelen van het project Voedselkwaliteit beheerd en aangestuurd.

#### Samenwerking NVWA

De **samenwerking met de NVWA** viel onder het thema voedselveiligheid. Dit is overigens een gezamenlijk beleidsthema voor de ministeries van EZ en VWS. Doel van deze samenwerking was (en is) om tot een eenduidige informatievoorziening aan consumenten en de pers te komen in het geval van voedselincidenten en dierziekten. In de evaluatieperiode is deze samenwerking alleen in 2008 vanuit een projectensubsidie gefinancierd. Vanaf 2009 is de samenwerking met de NVWA vanuit de instellingssubsidie bekostigd<sup>1</sup>. Tot en met 2008 was er bij de NVWA een medewerker van het Voedingscentrum gedetacheerd. Vanaf 2009 is dat niet meer het geval en vindt er ongeveer eens in de zes weken een overleg tussen het Voedingscentrum en de NVWA plaats.

#### Goed bewaren, niet verspillen

Het project **Goed bewaren, niet verspillen** borduurde voort op eerdere gezamenlijke activiteiten van het Voedingscentrum en de NVWA op het gebied van voedselveiligheid. Bij dit project speelde overigens niet alleen voedselveiligheid, maar ook voedselverspilling – en daarmee duurzaamheid – een rol. Het project sloot goed aan bij de Nota Duurzaam Voedsel uit 2009 van het toenmalige ministerie van LNV. Het doel van dit project was tweeledig. Enerzijds moest de consument met dit project bewust(er) worden gemaakt van de relatie tussen goed bewaren en niet verspillen: goed bewaren leidt tot minder verspillen. Anderzijds is goed bewaren van levensmiddelen ook van groot belang vanuit het perspectief van voedselveiligheid. De praktijk leerde (en leert) namelijk dat er wat dit aangaat nog wel eens iets fout gaat 'in de keuken van de consument'. Het Voedingscentrum heeft rondom dit project een radiospotje ingezet en een brochure over goed bewaren ontwikkeld en verspreid. In hoofdstuk 4 bespreken we het bereik van dit project.

#### Voorkom voedselverspilling

In 2010 is het thema voedselverspilling wat in 2009 door middel van het project Goed bewaren, niet verspillen aandacht kreeg, voortgezet in het project **Voorkom voedselverspilling**. Dit project is een gezamenlijk initiatief van het Voedingscentrum en

---

<sup>1</sup> Eén van de onderdelen van de instellingssubsidie had betrekking op 'externe participatie'. Daar werd de samenwerking met de NVWA bij 'aangehaakt'.

Milieu Centraal. In tabel 2.2 is te zien dat EZ dit project volledig heeft gefinancierd. Om voedselverspilling te voorkomen zijn binnen dit project een aantal activiteiten ontplooid die vooral gericht zijn op het bewust maken van consumenten van het feit dat zij voedsel verspillen. Gezinsmanagers vormen de belangrijkste doelgroep van het project omdat zij van invloed zijn op de keuzes die rond het kopen, bereiden en bewaren van voedsel gemaakt worden. Om te werken aan het bewustzijn van consumenten is een online platform gelanceerd, zijn er radiospots uitgezonden en is onderzoek gedaan naar het bewustzijn van voedselverspilling onder consumenten. In hoofdstuk 4 zullen we de resultaten van deze activiteiten toelichten.

#### Gezondheid en meerwaarden in aanbodbepalend onderwijs (GMAO)

Het project **GMAO** had als doel om binnen het aanbodbepalend onderwijs meer aandacht te creëren voor gezondheidsaspecten en andere meerwaarden van levensmiddelen zoals klimaat en dierenwelzijn. Met dit project werd beoogd om te bevorderen dat toekomstige werknemers en managers in de foodbranche zich meer bewust zouden worden van het belang van deze thema's. Doelgroepen van dit project waren dan ook studenten, docenten en uitgevers van voedsel gerelateerde opleidingen. Binnen dit project zijn drie activiteiten uitgevoerd. Allereerst is geïnventariseerd bij welke opleidingen de meeste effecten te verwachten waren. De tweede activiteit richtte zich op het opbouwen van een relatie tussen het Voedingscentrum en onderwijsinstellingen. Hiervoor konden ook gastcolleges ingezet worden. De derde activiteit was de ontwikkeling van onderwijsmateriaal rondom gezondheidsaspecten en andere meerwaarden van levensmiddelen.

#### Overige projecten

Tot slot heeft EZ in de periode 2008-2010 aan enkele kleinere projecten financiële bijdragen geleverd. Voorbeelden hiervan zijn de jaarlijkse bijdrage van EZ aan het project Stimuleringsprijs Gezonde schoolkantine, de ontwikkeling van een paraplu kenmerk voor duurzaamheid en een onderzoek rond de Levensmiddelendatabank. De Stimuleringsprijs Gezonde schoolkantine moet scholen stimuleren om het aanbod in de kantine gezonder te maken. Een gezonde schoolkantine bestaat voor 75% uit lekkere en gezonde producten uit de Schijf van Vijf en maximaal 25% uit snoep en snacks. Samen met de departementen van VWS, OC&W en VROM heeft EZ de stimuleringsprijs gesubsidieerd. Elk departement droeg een kwart van de kosten bij. Verder heeft het Voedingscentrum in 2009 gewerkt aan de ontwikkeling van een paraplu kenmerk voor duurzaamheid. Dit kenmerk had tot doel om consumenten door middel van een logo informatie te verschaffen over verschillende duurzaamheidsaspecten van levensmiddelen. Door de oprichting van het Platform Verduurzaming Voedsel werd het paraplu kenmerk overbodig en is de ontwikkeling ervan gestaakt. Ten slotte heeft EZ in 2009 een onderzoek gefinancierd over hoe de Levensmiddelendatabank kan worden gebruikt voor LNV-doeleinden.

## **2.3 Jaarplannen 2011**

In deze paragraaf bespreken we welke activiteiten het Voedingscentrum in 2011 (mede) door EZ zijn gefinancierd. Voordat we deze uiteenzetten geven we eerst een kort overzicht van de beleidswijzigingen ten aanzien van de subsidiestromen.

Het Voedingscentrum heeft in het najaar van 2010 bij de ministeries van EZ en VWS een aanvraag ingediend voor meerjarenfinanciering van de instellingssubsidie voor de periode 2011-2014. Beide departementen hebben echter gemeld dat zij zich, gelet op de (te verwachten) bezuinigingen, niet meer op deze wijze voor meerdere jaren konden committeren. Wel hebben beide departementen aangegeven dat zij de intentie hadden om de instellingssubsidie voor de periode 2011-2014 voort te zetten<sup>2</sup>.

Om dezelfde redenen als voor de instellingssubsidie wilde het ministerie van EZ zich ook niet voor de projectensubsidie – zoals bij het project Voedselkwaliteit nog wel het geval was geweest – voor meerdere jaren financieel vastleggen. Dit hield dus in dat het Voedingscentrum vanaf 2011 ook voor de projectensubsidie een **specifiek jaarplan** moest ontwikkelen dat aan moest sluiten bij de (dan geldende) EZ-beleidsdoelen op het gebied van gezond, veilig en duurzaam voedsel. Daarbij kon dus niet meer aangehaakt worden bij een overkoepelend meerjarenplan.

Zoals we hieronder nog zullen zien heeft het Voedingscentrum vanaf 2012, zowel wat de instellings- als de projectensubsidie betreft, te maken gehad met kortingen. De instellingssubsidie van EZ wordt vanaf 2012 in drie jaar afgebouwd van 1,6 miljoen euro naar 1,2 miljoen euro. Vanaf 2013 zal EZ ook gaan bezuinigen op de projectensubsidie. VWS is net als EZ in 2012 gestart met een bezuinigingsronde op de instellingssubsidie die ook in de komende jaren zal worden voortgezet. Daarnaast heeft VWS in 2012 ook bezuinigd op de projectensubsidie.

Vooruitlopend op de aangekondigde bezuinigingen is het Voedingscentrum in 2011 gestart met het terugbrengen van de personele bezetting. Dit heeft ze gedaan door werknemers die met pensioen gingen niet te vervangen en tijdelijke contracten niet te verlengen. Met deze maatregelen is het aantal f.t.e.'s vanaf eind 2010 gereduceerd van 57 f.t.e. naar 43 f.t.e. eind 2012.

Gezien het feit dat er vanaf 2011, voor zowel de instellings- als de projectensubsidie, met jaarplannen is gewerkt – die inhoudelijk ook verschilden – zullen we in het onderstaande een onderscheid tussen de jaren 2011 en 2012 maken. Net als in de voorgaande paragraaf zullen we ons bij de bespreking van typen activiteiten die daarbinnen hebben plaatsgevonden met name concentreren op die initiatieven waar (mede) het ministerie van EZ financieel bij betrokken was.

### **Jaarplannen 2011**

Vanaf 2011 is het Voedingscentrum (nog meer) op **programmatische basis** gaan werken. Zo werden in 2011 door het Voedingscentrum de volgende programma's onderscheiden:

- I. Gezond en bewust eten.
- II. Gezond gedrag.
- III. Duurzaam eten.

---

<sup>2</sup> Brief Ministerie van Economische Zaken: korting instellingssubsidie Voedingscentrum (2011).



Het programma **Gezond en bewust eten** kan in feite als het **basisprogramma** worden gezien. Vanuit dit programma zijn namelijk activiteiten ontplooid die vervolgens ook in beide andere programma's toegepast konden worden. Een goed voorbeeld daarvan is kennisontwikkeling op het gebied van gezond en duurzaam voedsel. Dit vond plaats binnen het programma Gezond en bewust eten maar de opbrengsten of resultaten daarvan werden vervolgens ook verdisconteerd in producten of activiteiten die vanuit de programma's Gezond gedrag en Duurzaam eten werden geïnitieerd. Tabel 2.2 bevat de gerealiseerde baten van het Voedingscentrum in 2011.

**Tabel 2.2 Gerealiseerde baten Voedingscentrum in 2011**

<b>A. Instellingssubsidie</b>	<b>2011</b>
Instellingssubsidie EZ	€ 1.599.882
Instellingssubsidie VWS	€ 1.635.209
<b>Totale instellingssubsidie</b>	<b>€ 3.235.091</b>
<b>B. Projectensubsidies</b>	<b>2011</b>
Totaal projectensubsidies EZ	€ 2.000.813
Totaal projectensubsidies VWS	€ 1.963.841
Totaal projectensubsidies overige	€ 2.105.821
<b>Totaal projectensubsidies</b>	<b>€ 6.070.475</b>
<b>C. Overige inkomsten</b>	<b>2011</b>
Verkoop voorlichtingsmateriaal en lesmiddelen	€ 502.712
<b>Totaal inkomsten</b>	<b>€ 9.808.278</b>

Bron: Voedingscentrum (2013)

We zien in tabel 2.2 dat in 2011 de **instellingssubsidie van EZ en VWS** in totaal (weer) ruim 3 miljoen euro bedragen heeft en dat globaal gesproken beide ministeries een **evenredig deel** voor hun rekening hebben genomen (zie onderdeel A). De instellingssubsidie is voor de helft benut voor het overkoepelende basisprogramma Gezond en bewust eten. De rest van de instellingssubsidie is toegekend aan de twee andere programma's (Gezond gedrag en Duurzaam eten) en de overheadkosten.

Wat de **projectensubsidies** (onderdeel B) betreft, zien we dat het Voedingscentrum in 2011 circa 6 miljoen euro ontvangen heeft. Hiervan nam het ministerie van EZ ongeveer een derde deel voor haar rekening. Evenals in de voorgaande jaren heeft EZ ook in 2011 2,2 miljoen euro beschikbaar gesteld voor de projectensubsidies. Uit tabel 2.2 blijkt dat deze grotendeels benut zijn in 2011. Het Voedingscentrum heeft te kennen gegeven dat de 200.000 euro die niet benut werd doorgeschoven is naar 2012. De EZ-bijdrage van circa 2 miljoen euro was overigens specifiek bestemd voor het programma Duurzaam eten. Het ministerie van EZ heeft in 2011, in tegenstelling tot het ministerie van VWS, dus geen projectensubsidie verstrekt voor het programma Gezond gedrag. Daarom zullen we in het onderstaande, bij de bespreking van activiteiten zoals die door het Voedingscentrum ontplooid zijn, wat beperkter aandacht schenken aan dit laatste programma.

Ten slotte heeft het Voedingcentrum in 2011 – evenals in voorgaande jaren – inkomsten gegenereerd uit de **verkoop** van bijvoorbeeld **voorlichtingsmateriaal en lesprogramma's** (onderdeel C in tabel 2.2).

In het navolgende zullen we aangegeven hoe respectievelijk de instellings- en de projectensubsidie aangewend zijn. Wat de projectensubsidie betreft, gaan we alleen in op de EZ-bijdrage aan het programma Duurzaam eten.

### **A. Instellingssubsidie 2011**

#### Programma Gezond en bewust eten

Zoals hiervoor aangegeven, is een belangrijk deel van de instellingssubsidie aangewend voor de financiering van het programma Gezond en bewust eten. Binnen dit programma werden zes programmalijnen onderscheiden, te weten:

1. Schijf van Vijf.
2. Het Nieuwe Eten.
3. Voeding en ziekte.
4. Veilig voedsel.
5. Levensmiddelendatabank.
6. Aanbod en verstrekkingen.

Alle onderdelen van de programmalijn **Het Nieuwe Eten** zijn per saldo vanuit projectensubsidies gefinancierd. Uit tabel 2.2 is gebleken dat het ministerie van EZ geen projectensubsidie aan het programma Gezond en bewust eten heeft geleverd. Dat betekent dat Het Nieuwe Eten alleen vanuit VWS en overige partijen is gefinancierd. Daarom laten we deze programmalijn verder buiten beschouwing.

Voor de vijf overige programmalijnen gold dat deze gedeeltelijk vanuit de instellingssubsidie werden gefinancierd. Hier was het ministerie van EZ dus wel in financiële zin bij betrokken. De programmalijn **Schijf van Vijf** is – op een enkel onderdeel na – geheel vanuit de instellingssubsidie bekostigd. Vanuit deze programmalijn werden dan ook basisactiviteiten ontplooid zoals het bijhouden van wetenschappelijke kennis op het gebied van gezondheid, veiligheid en duurzaamheid, het up to date houden van alle voorlichtingsactiviteiten, onderhoud van de website en het beantwoorden van vragen van consumenten per mail of telefoon hieronder. Ook de samenwerking met andere partijen uit wetenschap, bedrijfsleven en zorg behoorde tot deze programmalijn.

De programmalijn **Voeding en ziekte** is ook vrijwel volledig uit de instellingssubsidie bekostigd. Activiteiten die vanuit deze programmalijn ontplooid zijn waren bijvoorbeeld het bijhouden van wetenschappelijke kennis op het gebied van voeding, gezondheid en ziekte, het updaten van voorlichtingsactiviteiten ten aanzien van voeding en ziekte en samenwerking met partijen zoals de Hartstichting en de Diabetesfederatie.

Binnen de programmalijn **Veilig voedsel** zijn enkele onderdelen via de instellingssubsidie gefinancierd. Het ging hierbij om het bijhouden van wetenschappelijke kennis op het gebied van voedselveiligheid, voorlichtingsactiviteiten over veilig voedsel en de samenwerking met de NVWA. De programmalijn **Levensmiddelendatabank** is volledig

vanuit de instellingssubsidie bekostigd. In de voorgaande paragraaf hebben we al een toelichting op dit initiatief gegeven.

Ten slotte was de programmalijn **Aanbod en verstrekkingen** gericht op het verduurzamen van het aanbod van voedsel. Doelgroepen waren hierbij vooral de voedingsmiddelenindustrie, de retail en de horeca. Enkele onderdelen van deze programmalijn zijn vanuit de instellingssubsidie gefinancierd. Hierbij valt te denken aan het geschikt maken van de informatievoorziening van het Voedingscentrum voor het bedrijfsleven en aan ondersteuning bij de totstandkoming van één gezondheidsbevorderend logo.

#### Programma Gezond gedrag

In het programma Gezond gedrag werden zes programmalijnen onderscheiden. Daarbij werd voor een belangrijk deel aangesloten bij de levensfase van burgers:

1. Gezonde start (10 maanden tot 4 jaar).
2. Gezond opgroeien (4 tot 19 jaar).
3. Gezond volwassen zijn (19 tot 50 jaar).
4. Gezond ouder worden (50 tot 65 jaar).
5. Gezond oud zijn (65 jaar en ouder).
6. Onderzoek en erkenning.

Hoewel deze programmalijnen vooral het beleidsterrein van VWS raken, lichten we ze kort toe. Dit omdat het ministerie van EZ – via de instellingssubsidie – indirect wel een (beperkte) bijdrage aan deze programmalijnen heeft geleverd. Meer in het algemeen is in het programma Gezond gedrag de instellingssubsidie met name ingezet voor het **bijhouden van wetenschappelijke kennis** en het verstrekken van basisinformatie voor de verschillende leeftijdsfasen. In de programmalijn Gezond opgroeien is daarbij ook nog een link met het **onderwijs** gelegd. Zo heeft het Voedingscentrum op verschillende wijzen bijgedragen aan het ontwikkelen van lesmateriaal over voeding. Bij de oudste leeftijdscategorie zijn middelen vanuit de instellingssubsidie ingezet voor ondersteuning van verzorgings- en verpleeghuizen op het gebied van gezond voedsel. De laatste programmalijn was gericht op onderzoek en op **erkenning van interventies** van het Voedingscentrum door het Centrum Gezond Leven (CGL). Binnen deze programmalijn heeft het Voedingscentrum onderzoek uitgevoerd naar gedragsdeterminanten van de verschillende leeftijdsgroepen om activiteiten in de andere programmalijnen te kunnen onderbouwen. Verder heeft het Voedingscentrum vanuit deze programmalijn in kaart gebracht welke interventies er binnen het Voedingscentrum zijn ontwikkeld en is bepaald welke interventies bij het CGL ingediend kunnen worden voor erkenning. Ten slotte heeft het Voedingscentrum ondersteuning geboden aan het CGL door een bijdrage te leveren aan het online loketgezondleven.nl en de nieuwsbrief van het CGL.

#### Programma Duurzaam eten

Zoals we in het voorgaande hebben aangegeven, was vooral het ministerie van EZ – en dan met name via de projectensubsidie – betrokken bij het programma Duurzaam eten. Hieronder komen we nader terug op de activiteiten die het Voedingscentrum vanuit deze subsidie geïnitieerd heeft. Een beperkt deel van de instellingssubsidie was bestemd voor

het programma Duurzaam eten. Hieronder zullen we bespreken waarvoor deze subsidie aangewend is.

Het programma Duurzaam eten kende een viertal programmalijnen, namelijk:

1. Duurzamer consumeren.
2. Voedselverspilling.
3. Jeugd.
4. Foodprofessionals.

Net als bij de andere programma's is de instellingssubsidie ook hier deels gebruikt voor het **bijhouden van wetenschappelijke kennis**. Dat gold voor alle vier programmalijnen. Daarnaast is deze subsidie benut voor het uitbreiden van de kennisverspreiding over duurzame producten en keurmerken. Verder is de onlinetool **Voedselafdruk** beschikbaar gekomen via de website. Met de Voedselafdruk kunnen consumenten bepalen hoeveel aardbollen er nodig zijn wanneer alle bewoners van de aarde hetzelfde voedselpatroon zouden hebben. Verder werd in 2011 in de Levensmiddelendatabank ook informatie toegevoegd over duurzaamheidsaspecten van levensmiddelen.

## **B. Projectensubsidies 2011**

Wat de projectensubsidies in 2011 betreft, zullen we ons (dus) beperken tot het programma Duurzaam eten. Dit omdat het ministerie van EZ haar projectensubsidie volledig op dit programma ingezet heeft. Hierboven hebben we de vijf programmalijnen van het programma Duurzaam eten al gepresenteerd. We zullen nu kort toelichten welke typen activiteiten het Voedingscentrum vanuit deze programmalijnen uitgevoerd heeft.

Binnen de programmalijn **Duurzamer consumeren** zijn verschillende projecten geïnitieerd die als doel hadden om consumenten aan te zetten tot een meer duurzame consumptie. Allereerst is een algemene campagne over duurzaam consumeren via verschillende media ingezet. Verder is het advies van de Gezondheidsraad met betrekking tot gezond en duurzamer eten vertaald naar een integraal (dus gezond en duurzaam) voedseladvies en zes vuistregels over gezond en duurzamer eten (zie paragraaf 4.3). In de derde plaats zijn enkele hulpmiddelen zoals de Voedselafdruk en de klimaatweegschaal ontwikkeld gericht op duurzamer kopen, koken en bewaren. Naast dergelijke activiteiten voor consumenten heeft het Voedingscentrum vanuit deze programmalijn ook initiatieven richting professionals ontplooid. Voorbeelden hiervan zijn een handleiding voor kantines en een pilotproject met een restaurant.

Vanuit de programmalijn **Voedselverspilling** werden initiatieven ontplooid om te werken aan bewustzijn van consumenten op het gebied van voedselverspilling en de praktische aanpak van dit probleem. Via dit spoor is vooral ingezet op 'gezinsmanagers'. In veel gevallen gaat het daarbij om vrouwen tussen de 25 en 49 jaar. Voor deze doelgroep werd het Platform Eten is om op te eten opgezet. Het onderhoud van dit platform viel onder deze programmalijn. Verder is voor de doelgroep een film over voedselverspilling ontwikkeld. Deze film was gericht op slimmer kopen, koken en bewaren. Deze film is op diverse events zoals de Martgriet winterfair en het Lowlands festival ingezet. Ook is de film bij de pers en media onder de aandacht gebracht. Ten slotte realiseerde het Voedingscentrum vanuit deze programmalijn afstemming op het gebied van voedsel-

verspilling met de departementen van EZ en VWS en partijen zoals Milieu Centraal.

De programmalijn **Jeugd** had als doel om jongeren te bereiken met informatie over duurzaamheid en voedselzekerheid. Er is op verschillende wijzen basisinformatie onder jongeren verspreid, waarbij vooral ingezet is op het onderwijskanaal. Zo werden richting docenten in het primair en voortgezet onderwijs de thema's duurzaamheid en voedselzekerheid onder de aandacht gebracht. Dit vond plaats via een speciale onderwijspagina op de website van het Voedingscentrum en door middel van de Nationale Onderwijs Tentoonstelling. Ook zijn in twee bestaande lesmethoden – Smaaklessen en Weet Wat Je Eet – de thema's duurzaamheid en voedselzekerheid vervlochten. Daarnaast zijn de activiteiten van Lekker Belangrijk!, die we in de vorige paragraaf hebben geïntroduceerd, in 2011 vanuit deze programmalijn voortgezet. Binnen deze programmalijn hebben ook de activiteiten van de **Gezonde schoolkantine** een plaats gekregen. Dit houdt in dat de stimuleringsprijs in 2011 (voor het laatst) is uitgereikt, dat in 2011 gestart is met de verspreiding van de digitale nieuwsbrief Gezonde schoolkantine en dat de website [www.gezondeschoolkantine.nl](http://www.gezondeschoolkantine.nl) op poten is gezet. Verder is het Voedingscentrum vanuit deze programmalijn betrokken geweest bij het gezondheidsbeleid op scholen door middel van de Gezonde Schoolmethode<sup>3</sup>. Ook verzorgden medewerkers van het Voedingscentrum presentaties, lezingen en gast-colleges op onderwijsinstellingen. Ten slotte heeft het Voedingscentrum in 2011 contacten met uitgevers gelegd om de samenwerking rondom onderwijsmaterialen vorm te geven.

Het Voedingscentrum biedt in 2011 ook **ondersteuning** bij de ontwikkeling van **lesmateriaal van derden**. Een goed voorbeeld hiervan is het project 'Ik eet het beter' van Albert Heijn. In paragraaf 2.2 hebben we beschreven hoe dit project in 2006 van start is gegaan. De Klasselunch is ook in 2011 georganiseerd en de Gezonde Pauzehap is verder uitgerold naar de hele bovenbouw van het primair onderwijs.

De laatste programmalijn is gericht op **Foodprofessionals**. Deze programmalijn vormt in feite de voortzetting van het project GMAO dat in 2009 van start ging (zie paragraaf 2.2). Het Voedingscentrum zet in 2011 in op de verdere uitbreiding van haar netwerk binnen het onderwijs om te bewerkstelligen dat de thema's gezondheid en duurzaamheid een plek krijgen binnen opleidingen. Zo is het Voedingscentrum ook in 2011 betrokken bij de ontwikkeling van lesmateriaal. Binnen deze programmalijn is in 2011 ook de Bachelors Award georganiseerd.

## 2.4 Jaarplannen 2012

Net als in 2011 heeft het Voedingscentrum ook in 2012 gewerkt met een jaarfinanciering. We zullen in deze paragraaf de activiteiten van het Voedingscentrum die (mede) door EZ zijn gesubsidieerd bespreken. In 2012 zijn de activiteiten evenals het voorgaande jaar in drie programma's ingedeeld, namelijk:

---

<sup>3</sup> De Gezonde Schoolmethode is een initiatief van het RIVM. Vanuit dit initiatief worden aan het primair, voortgezet- en MBO-onderwijs voorlichtingsmaterialen en handleidingen aangeboden om hun school gezonder te maken. Dit is overigens breder dan voeding alleen.

- I. Goed geïnformeerd kiezen.
- II. Gezond door het leven.
- III. Voedselveiligheid, voedselkwaliteit en voedselverspilling.

Het programma **Goed geïnformeerd kiezen** vormt in 2012 in feite het **basisprogramma** van het Voedingscentrum. Het programma heeft een vergelijkbare functie als het programma Gezond en bewust eten in 2011. In dit basisprogramma werden namelijk activiteiten ontplooid die in de beide andere programma's werden ingezet. Een voorbeeld van zo'n activiteit is bijvoorbeeld de website van het Voedingscentrum die ingezet wordt om over alle programma's te communiceren. In tegenstelling tot 2011 is in 2012 de instellingssubsidie niet verdeeld over de verschillende programma's maar **geconcentreerd ingezet** voor het basisprogramma Goed geïnformeerd kiezen. In tabel 2.3 geven we een overzicht van de omvang van en de wijze waarop de instellingssubsidie en projectensubsidies worden ingezet. Omdat op het moment van de evaluatie nog geen jaarverslag over 2012 beschikbaar was, bevat tabel 2.3 de begrote baten van 2012.

**Tabel 2.3 Begrote baten Voedingscentrum in 2012**

<b>A. Instellingssubsidie</b>	<b>Goed geïnformeerd kiezen</b>	<b>Gezond door het leven</b>	<b>Voedselveiligheid, voedselkwaliteit en voedselverspilling</b>	<b>Overhead</b>	<b>Totaal</b>
Instellingssubsidies EZ en VWS	€ 2.996.788			€ 65.421	€ 3.062.209
<b>B. Projectensubsidies</b>					
Totaal projectensubsidies EZ			€ 2.200.000		€ 2.200.000
Totaal projectensubsidies VWS		€ 1.787.314			€ 1.787.314
<b>C. Overige inkomsten</b>					
Verkoop voorlichtingsmateriaal en lesmiddelen					€ 730.676
<b>Totaal inkomsten</b>	<b>€ 2.996.788</b>	<b>€ 1.787.314</b>	<b>€ 2.200.000</b>	<b>€ 65.421</b>	<b>€ 7.780.199</b>

Bron: Voedingscentrum (2013)

In onderdeel A van de tabel is te zien dat de instellingssubsidie hoofdzakelijk is benut om het basisprogramma Goed geïnformeerd kiezen te financieren. De begrote instellingssubsidie voor 2012 is lastig te verdelen in een EZ en VWS-deel. Het Voedingscentrum heeft echter aangegeven dat evenals in de voorgaande jaren EZ en VWS ieder ongeveer de helft van de instellingssubsidie hebben bekostigd.

Zoals we in het voorgaande beschreven hebben zijn zowel EZ als VWS in 2012 gestart met de **aangekondigde bezuinigingen** op de instellingssubsidie. Medio 2011 heeft EZ aan het Voedingscentrum bekend gemaakt dat zij, als gevolg van het regeerakkoord van 2010, een bezuiniging door zou voeren op de instellingssubsidie. In totaal gaat het daarbij om een korting van 25% ten opzichte van 2011. Deze bezuiniging zal echter

stapsgewijs in de periode 2012-2014 worden gerealiseerd. Dit impliceerde dat in 2012 het ministerie van EZ een bedrag van € 1.480.000 ter beschikking heeft gesteld voor de instellingssubsidie. Naast EZ heeft ook het ministerie van VWS een korting op de instellingssubsidie toegepast. Per saldo kwam de totale instellingssubsidie – en daarmee dus het budget voor het programma Goed geïnformeerd kiezen – uit op circa 3 miljoen euro. VWS heeft naast de bezuiniging op de instellingssubsidie in 2012 ook bezuinigd op de projectensubsidie. Deze bezuiniging was voorzien omdat die medio 2011 is aangekondigd. Wanneer het totaal aan begrote baten uit 2012 vergeleken wordt met het totaal uit 2011 worden de doorgevoerde bezuinigingen zichtbaar. In 2011 werd uit de verschillende inkomstenbronnen nog bijna 10 miljoen euro gegenereerd terwijl dit in 2012 met ongeveer 8 miljoen euro beduidend lager uitkomt.

Net als in 2011 hebben beide departementen elk een eigen focus wat betreft de inzet van de projectensubsidies (onderdeel B). EZ heeft haar projectensubsidie uitsluitend benut voor het **programma Voedselveiligheid, voedselkwaliteit en voedselverspilling**. VWS levert geen financiële bijdrage aan dit programma, maar neemt de projectfinanciering van het programma Gezond door het leven volledig voor rekening.

Evenals in voorgaande jaren zal het Voedingscentrum ook in 2012 inkomsten genereren uit de **verkoop** van **voorlichtingsmateriaal en lesprogramma's** (onderdeel C in tabel 2.3).

We zullen nu bespreken voor welke activiteiten de instellingssubsidie en projectensubsidie aangewend zijn. Wat de projectensubsidie betreft beperken we ons tot het programma Voedselveiligheid, voedselkwaliteit en voedselverspilling omdat EZ alleen aan dit programma een bijdrage heeft geleverd.

#### **A. Instellingssubsidie 2012**

Binnen het programma Goed geïnformeerd werden zes programmalijnen onderscheiden, namelijk:

1. Verzamelen, verrijken, verspreiden.
2. Levensmiddelendatabank.
3. Externe participatie en samenwerking.
4. Website & Social media.
5. Corporate Communicatie, Pers & Media, Public Affairs.
6. Staf.

Vanuit de **eerste programmalijn** zijn een drietal samenhangende activiteiten ontplooid. Allereerst heeft het Voedingscentrum wetenschappelijk onderzoek op het gebied van voeding geanalyseerd. De resultaten daarvan zijn 'vertaald' naar informatie voor consumenten. Dit om consumenten daarmee handelingsperspectieven te kunnen bieden (verrijking). De laatste stap bestond er uit dat deze informatie zo breed mogelijk verspreid is onder consumenten en andere stakeholders.

De inhoud en opzet van de **Levensmiddelendatabank (LEDA)** is in de voorgaande paragraaf al aan bod gekomen. Net als in de voorgaande jaren is ook in 2012 budget gereserveerd voor het onderhoud en updaten van de LEDA.

Onder de programmalijn **Externe participatie en samenwerking** vielen alle publieke en private samenwerkingsverbanden van het Voedingscentrum zoals de contacten met het RIVM, de NVWA, de Gezondheidsraad en NGO's. Hierboven hebben we al voorbeelden van belangrijke samenwerkingspartners van het Voedingscentrum gepresenteerd zodat we hier niet in herhaling zullen treden.

Voor het verspreiden van informatie naar consumenten maakt het Voedingscentrum in toenemende mate gebruik van haar **website** en van **social media**. Vandaar dat hiervoor een specifieke programmalijn onderscheiden is. Via de website is zowel laagdrempelige (zoals recepten, nieuwsbrieven, de eetmeter en de BMI-meter) als meer uitgebreide en diepgaande informatie (zoals de Online voedingsencyclopedie en de Gezond Gewicht assistenten) aan consumenten verstrekt. Naast online producten bood het Voedingscentrum via haar webshop ook gedrukte materialen aan zoals de Weet Wat Je Eet serie, de Dieetreeks en kookboeken. Het benutten van social media is voor het Voedingscentrum nog een relatief nieuwe activiteit. Met behulp van een social media luisterplatform brengt het Voedingscentrum de potentie van sociale media in kaart. Het Voedingscentrum wil via social media consumenten bereiken die haar nu niet kennen, niet vertrouwen of niet weten te vinden.

Vanuit de programmalijn **Pers & Media en Public Affairs** zijn door het Voedingscentrum activiteiten ontplooid die er op gericht waren om via publieke media informatie over gezond, veilig (en duurzaam) voedsel te verspreiden. Hierbij dient dan gedacht te worden aan het opstellen en verspreiden van persberichten, het verzorgen van actuele berichtgeving op de website en het onderhouden van de FAQ's op de website.

De programmalijn **Staf** bevatte de overheadactiviteiten van het Voedingscentrum.

## **B. Projectensubsidie 2012**

Zoals gezegd, was in 2012 de projectensubsidie van het ministerie van EZ (uitsluitend) bestemd voor het programma **Voedselkwaliteit, Voedselveiligheid en Voedselverspilling**. In het onderstaande zullen we ons dan ook concentreren op het bespreken van de typen activiteiten die vanuit dit programma ontplooid zijn. Daarbij is allereerst relevant dat het ministerie van EZ voornemens was om in 2012 een **korting** van circa 1 miljoen euro door te voeren op haar projectensubsidie. Het Voedingscentrum heeft daar echter **met succes bezwaar tegen aangetekend**. Dit bezwaar is via de Dienst Regelingen afgehandeld. Het Voedingscentrum beriep zich daarbij op het (te) late tijdstip waarop deze korting aan haar kenbaar werd gemaakt (in de loop van 2012). Doordat het Voedingscentrum in het gelijk werd gesteld kwam de EZ-bijdrage aan het programma Voedselkwaliteit, Voedselveiligheid en Voedselverspilling toch weer – net als in 2011 – uit op 2,2 miljoen euro. Doordat pas aan het eind van 2012 duidelijk werd dat de projectensubsidie niet op 1,2 miljoen euro maar op 2,2 miljoen euro uitkwam heeft het Voedingscentrum uitstel gevraagd om de bijbehorende activiteiten uit te voeren. Dit verzoek is door het ministerie van EZ gehonoreerd. Daardoor zal een (aanzienlijk) deel van de EZ-bijdrage aan het programma Voedselkwaliteit, Voedselveiligheid en Voedselverspilling voor 2012 pas in 2013 en begin 2014 daadwerkelijk besteed worden. Deels zullen deze middelen overigens besteed worden voor reorganisaties bij het Voedingscentrum.



Het programma Voedselkwaliteit, Voedselveiligheid en Voedselverspilling bestond uit een vijftal programmalijnen, namelijk:

1. Voedselkwaliteit.
2. Voedselveiligheid.
3. Voedselverspilling.
4. Jeugd.
5. Foodprofessionals.

Wat de programmalijn **Voedselkwaliteit** betreft, is in 2012 allereerst ingezet op het actueel houden van instrumenten voor consumenten die gericht zijn op duurzamer kopen, koken en bewaren. Zo is de Voedselafdruk uitgebreid met en is gewerkt aan de ontwikkeling van het digitale hulpmiddel Optimeal. Dit is een instrument waarbij nutritionele aspecten (gezondheid) van voeding gecombineerd worden met informatie over broeikasgasemissie (duurzaamheid). Verder is in 2012 vanuit deze programmalijn ingezet op free publicity over voedselveiligheid. Dit heeft bijvoorbeeld geresulteerd in aandacht voor dit thema in een aantal landelijke kranten. Ten slotte zijn vanuit deze programmalijn activiteiten ontplooid om samenwerking en afstemming met partijen buiten het Voedingscentrum te versterken. Dit heeft onder meer geresulteerd in een communicatieproject over plantaardig eten met diëtisten. Verder heeft een voedingskundige van het Voedingscentrum meegedaan met de Hema-wedstrijd om een nieuw broodje te bedenken en daarmee met een gezond en duurzaam broodje de derde plaats bemachtigd.

Vanuit de programmalijn **Voedselveiligheid** is onder de noemer 'NL paraplu' een inventarisatie gemaakt rondom communicatie over voedselveiligheid. Bij voedselcalamiteiten komen partijen als het RIVM, de NVWA en het Voedingscentrum maar ook de departementen van EZ en VWS in beeld om informatie te verschaffen. Deze inventarisatie had tot doel om deze informatievoorziening meer te stroomlijnen. Daarnaast is vanuit deze programmalijn een stramien voor communicatie over voedselveiligheid voor consumenten ontwikkeld en getest. Dit stramien bestond uit vijf pijlers die bijdragen aan een grotere voedselveiligheid: schoon & droog houden, goed koelen, goed verhitten, scheiden rauw en bereid en slim kopen. Ten slotte zijn in 2012 vanuit deze programmalijn enkele PPS-constructies opgezet die betrekking hadden op communicatie over koel bewaren en veilig BBQ-en.

De programmalijn **Voedselverspilling** richtte zich op gezinsmanagers. In 2012 heeft het Voedingscentrum op basis van nieuwe wetenschappelijke inzichten de uitgangspunten van voedselverspilling aangepast, heeft de website etenisomopteeten.nl een update gekregen, heeft het Voedingscentrum met een stand op de huishoudbeurs gestaan en is de bewaarwijzer van het Voedingscentrum verspreid. Op de huishoudbeurs en tijdens het Lowlands festival is de 'koelkast' van het Voedingscentrum ingezet om bezoekers bewust te confronteren met hun eigen verspilgedrag. Daarnaast heeft de app Slim koken die in 2011 gelanceerd werd in 2012 een update gekregen. Met Lidl is het Voedingscentrum een voorlichtingscampagne op de winkelvloer gestart over de betekenis van de houdbaarheidskwalificaties THT (tenminste houdbaar tot) en TGT (te gebruiken tot). Via de winkels is informatie door middel van posters en folders verspreid. Deen super-

markten heeft geschonken aan dit thema in haar informatieblad aandacht.

Vanuit de programmalijn **Jeugd** is in 2012 een aantal activiteiten geïnitieerd die gericht waren op scholen. In de eerste plaats zijn kaders en een online tool voor het basis-, het voortgezet- en het MBO-onderwijs ontwikkeld. De bedoeling van deze kaders en deze online tool was om scholen handvatten aan te reiken voor de thema's gezondheid, voedselkwaliteit, voedselverspilling en voedselveiligheid zodat zij deze in hun onderwijsbeleid kunnen verdisconteren. In de tweede plaats is de doorlopende leerlijn van Smaaklessen naar Weet Wat Je Eet afgerond. Daarbij is de website van het Voedingscentrum zodanig aangepast dat onderwijsinstellingen het lesmateriaal daar eenvoudig kunnen vinden en downloaden. Ten derde is binnen deze programmalijn een nieuwe editie van Lekker Belangrijk! ontwikkeld en verspreid. In de vierde plaats is in een PPS met de Lidl een schoolbus ingezet waarmee door het hele land voorlichting op scholen over gezond voedsel wordt gegeven. Deze activiteit zal ook in 2013 worden voortgezet.

In 2012 is het Albert Heijn-project Ik eet het beter omgebouwd tot een online platform waarop leerlingen en docenten informatie kunnen vinden over gezond eten en bewegen. De rol van het Voedingscentrum beperkt zich bij dit initiatief tot het controleren van de content op het platform.

Tot slot heeft het Voedingscentrum binnen deze programmalijn ook het project Gezonde schoolkantine voortgezet. Dat wil zeggen dat de website [www.gezondeschoolkantine.nl](http://www.gezondeschoolkantine.nl) is bijgehouden en de maandelijkse nieuwsbrieven zijn verspreid. Vanwege bezuinigingen is de organisatie en uitreiking van de stimuleringsprijs in 2012 geschrapt.

De programmalijn **Foodprofessionals** was gericht op communicatie richting docenten en studenten in het food-onderwijs en binnen de kenniscentra van de brancheorganisaties CBL en KHN. Activiteiten die in 2012 binnen deze programmalijn door het Voedingscentrum ontplooid zijn waren de organisatie en uitreiking van de achtste Bachelor's Award voor het beste gezonde product of concept voor studenten in het HBO- en WO-onderwijs, de organisatie van workshops en het verzorgen van gastlessen voor docenten en het promoten van lesmateriaal dat al in eerdere instantie ontwikkeld was (zoals de HBO Reader en de MBO horeca module).

## 3. ORGANISATIE EN UITVOERING

### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de organisatie en uitvoering van (EZ-)taken door het Voedingscentrum centraal. Daartoe zullen we eerst in paragraaf 3.2 een aantal generieke bevindingen presenteren. In paragraaf 3.3 zoomen we meer specifiek in op de aansturing door en afstemming met het ministerie van EZ (en VWS). Paragraaf 3.4 ten slotte staat in het teken van de samenwerking tussen het Voedingscentrum en private partijen.

### 3.2 Generieke aspecten organisatie en uitvoering

Zoals gezegd, presenteren we in deze paragraaf eerst een aantal meer algemene uitkomsten rondom de organisatie en uitvoering van EZ-activiteiten door het Voedingscentrum. In feite gaat het hier om 'rode draden' die uit de raadpleging van verschillende respondentgroepen naar voren zijn gekomen. Resultaten die meer specifiek gekoppeld zijn aan bepaalde respondentgroepen komen in de navolgende paragrafen aan bod.

Allereerst is uit de raadpleging van de verschillende typen respondenten gebleken dat er over het **algemeen (grote) tevredenheid** bestaat over de wijze waarop het Voedingscentrum in de afgelopen jaren uitvoering heeft gegeven aan haar (EZ-)taken. Deze tevredenheid is in de gesprekken nader onderbouwd door te wijzen op een aantal **sterke punten** in deze uitvoering. In het navolgende zullen we deze punten successievelijk de revue laten passeren. Het gaat daarbij om punten die door een (ruime) meerderheid van de respondenten – buiten vertegenwoordigers van het Voedingscentrum om – naar voren zijn gebracht. Eventuele verbeterpunten in de organisatie en uitvoering, die door deze personen naar voren zijn gebracht, zullen we in het onderstaande integraal vervlechten. We merken overigens op dat we in deze rapportage de geraadpleegde niet- Voedingscentrum vertegenwoordigers voor het gemak ook wel kortweg zullen aanduiden met termen als 'externe partijen' of 'externe gesprekspartners'.

Vanuit de geraadpleegde externe partijen is er allereerst op gewezen dat uit de uitvoering van (EZ-)activiteiten door het Voedingscentrum blijkt dat het Voedingscentrum over een **gedegen kennis** op het gebied van **gezond en veilig voedsel** beschikt. Het Voedingscentrum wordt dan ook gezien als een autoriteit op dit terrein. Deze gesprekspartners zijn overigens niet alleen zelf deze mening toegedaan maar zij signaleren dat ook andere partijen in hun netwerk dit standpunt onderschrijven. Bovendien wordt door de externe partijen aangegeven dat het Voedingscentrum haar kennis op een **toegankelijke wijze** weet om te zetten naar **informatie en voorlichting voor consumenten**. Het Voedingscentrum biedt consumenten wat dit aangaat handelingsperspectieven voor de keuze van gezond (en duurzaam) voedsel alsmede voor het zorgvuldig omgaan en bewaren van dit voedsel (voedselveiligheid).

Samenhangend hiermee prijzen externe partijen ook regelmatig de **creativiteit** van het Voedingscentrum op het gebied van **communicatie en voorlichting**. Als onderbouwing daarvan is er door deze personen bijvoorbeeld op gewezen dat het Voedingscentrum nieuwe sporen durft te bewandelen om daarmee specifieke (nieuwe) doelgroepen te bereiken. Als voorbeeld daarvan is genoemd de aanwezigheid van het Voedingscentrum bij het Lowlands festival – met innovatieve concepten zoals de ‘Voedselafdruk’ – en het feit dat het Voedingscentrum actief inzet op het benutten ‘social media’ zoals Facebook, LinkedIn en Twitter. Verder zijn hierbij ook regelmatig campagnes zoals ‘Een kip (of een varken) kan niet kiezen, jij wel’ naar voren gebracht. Daarbij is er op gewezen dat dit creatieve campagnes waren met een groot bereik waarop andere partijen (zoals Wakker Dier en de Dierenbescherming) later op voort konden borduren.

Samenhangend met het voorgaande, signaleren alle externe partners dat het Voedingscentrum er **goed in slaagt** om invulling te geven aan haar rol om als **onafhankelijke partij** richting consumenten **voorlichting en informatie** te verstrekken op het gebied van gezond (en veilig) voedsel. Deze rol wordt ook van groot belang geacht door deze respondenten. Enerzijds omdat voedsel tot sterke emoties bij de pers en consumenten kan leiden. Daarbij is gebleken dat het Voedingscentrum ‘balans’ of ‘evenwicht’ aan kan brengen in de informatievoorziening over (on)gezondheidsaspecten van voeding. In de afgelopen jaren is het namelijk regelmatig voorgekomen dat (via de pers) discussies zijn ontstaan over gezondheidsrisico’s van bepaalde producten. De betreffende respondenten signaleren dat het Voedingscentrum in deze situaties onnodige onrust heeft kunnen voorkomen door het verstrekken van feitelijke informatie over de eventuele risico’s van deze producten. Vanwege het vertrouwen dat consumenten in het Voedingscentrum hebben zijn dergelijke activiteiten ook effectief. Anderzijds krijgen consumenten veel commercieel gedreven informatie over voeding op zich af. De externe partners signaleren dat het Voedingscentrum er binnen dit ‘marketing geweld’ goed in geslaagd is om op een onafhankelijke en objectieve wijze consumenten in de breedte informatie over gezond, veilig (en duurzaam) voedsel te verstrekken. Het Voedingscentrum biedt consumenten wat dit aangaat duidelijk ‘handelingsperspectieven’.

Verder constateren (vrijwel) alle externe gesprekspartners dat het Voedingscentrum in de praktijk een **goede en betrouwbare samenwerkingspartner** is. Daarbij wordt bovendien gesignaleerd dat de bereidheid en geneigdheid van het Voedingscentrum om samen te werken de laatste jaren sterk toegenomen is. Het **Voedingscentrum** is (dus) **pro-actiever** geworden om tot samenwerking te komen. Belangrijke positieve elementen van het Voedingscentrum als samenwerkingspartner, zoals die door externe partijen naar voren zijn gebracht, zijn de volgende.

Allereerst wordt gesignaleerd dat de **medewerkers** van het Voedingscentrum **betrokken en toegewijd** zijn. Enkele gesprekspartners gaven als verklaring hiervoor dat er bij het Voedingscentrum sprake is van een goede fit tussen de taken van medewerkers en hun achtergrond. De contacten met de private sector worden onderhouden door personen die zelf feeling en/of ervaring hebben met ondernemerschap. Het volgen van resultaten van wetenschappelijk onderzoek vindt plaats door personen die een wetenschappelijke achtergrond hebben en voorlichting en communicatie gebeurt door personen die op dit terrein opgeleid en ervaring hebben.

Samenhangend met het voorgaande brachten diverse externe gesprekspartners verder naar voren dat het Voedingscentrum over een **uitgebreid netwerk** beschikt dat zij bovendien ook goed weet te benutten. Dit heeft ook voor externe partners een belangrijke meerwaarde omdat zij door samenwerking met het Voedingscentrum deuren bij andere partijen geopend krijgen die anders gesloten zouden blijven. Een goed voorbeeld daarvan is de retail. Verschillende partijen uit de retail zijn in de afgelopen jaren actief aan de slag gegaan met het ontplooiën van initiatieven die gericht zijn op het onder de aandacht brengen van het belang van gezonde voeding op scholen. Voor deze partijen is het echter lastig om direct in contact te treden met scholen. Dit omdat scholen huiverig zijn om in zee te gaan met dergelijke commerciële partners. Doordat het Voedingscentrum bij een aantal van deze initiatieven betrokken was kon deze ‘hobbel’ echter wel genomen worden. Enerzijds omdat betrokkenheid van het Voedingscentrum voor de scholen een garantie vormde voor een betrouwbaar en getoetst initiatief. Anderzijds omdat het Voedingscentrum vanuit haar activiteiten al over een groot netwerk van scholen beschikt dat aangesproken kon worden.

De geraadpleegde externe partners hebben in de praktijk te maken met één of enkele **contactpersonen** binnen het Voedingscentrum. Deze partners zijn unaniem (**zeer**) **positief** over de wijze waarop de contacten met deze personen verlopen. Naast aspecten die hierboven al genoemd zijn (kennis van zaken, toegewijd) is daarbij ook regelmatig gewezen op het feit dat deze personen hun afspraken ook nakomen: afspraak is afspraak. Door enkele partners – met name vertegenwoordigers vanuit het bedrijfsleven – is wel als verbeterpunt naar voren gebracht dat het prettig zou zijn indien de **snellheid** van **handelen** op sommige punten **verhoogd** zou kunnen worden. Dit speelt met name indien bepaalde (voedsel)producten of recepturen beoordeeld moet worden door het Voedingscentrum. De betreffende respondenten hebben daarbij de indruk dat het Voedingscentrum dit heel secuur doet maar dat dit wel als gevolg heeft dat dit gepaard gaat met de nodige doorlooptijd. De betreffende respondenten hebben er begrip voor dat het Voedingscentrum gedegen moet werken maar vragen zich wel af of hier desondanks geen tijdswinst te boeken valt.

Voor zover externe partners daar zicht op hebben, signaleren zij dat de **doelmatigheid** van de **organisatie en uitvoering** van (EZ-)taken door het Voedingscentrum **toegenomen** is in de periode 2008-2012. Ook vanuit de geraadpleegde medewerkers van het Voedingscentrum is dit aangegeven. De belangrijkste onderbouwingen die hiervoor gegeven worden, zijn de volgende.

Allereerst is het zo dat er sprake is van een **vrij grote continuïteit** in de **personele bezetting** van het Voedingscentrum. Weliswaar is de personele capaciteit gereduceerd als gevolg van bezuinigingen die in de afgelopen jaren doorgevoerd zijn maar veel van de medewerkers die hun baan konden behouden zijn al geruime tijd in dienst van het Voedingscentrum. Deze personen hebben daarmee kennis en ervaring kunnen opbouwen waardoor de taken efficiënter uitgevoerd kunnen worden. Een goed voorbeeld is de financiële verantwoording richting de departementen van VWS en EZ. In een rapportage uit 2009 van de Bureau Bestuursraad (BBR)/Rijkstoezicht werd geconstateerd dat deze verantwoording (inderdaad) verschilde en dat met een betere stroomlijning daarvan efficiencywinsten te behalen vielen. Ook nu is er nog steeds sprake van

dergelijke verschillen in de financiële verantwoording. Echter, het Voedingscentrum en haar medewerkers hebben daar inmiddels zoveel ervaring mee opgedaan en hebben aan de hand daarvan de administratieve systemen zodanig ingericht dat deze verschillen niet echt een issue meer zijn voor het Voedingscentrum. Met andere woorden, de te behalen efficiencywinst die de BBR destijds signaleerde is voor een belangrijk deel gerealiseerd via de opgebouwde kennis en ervaringen van de medewerkers.

Verder heeft het Voedingscentrum als gevolg van de **bezuinigingen** een **doelmatigheidsslag** gemaakt. Bij het implementeren van de bezuinigingen heeft het Voedingscentrum zich namelijk (ook) laten leiden door doelmatigheidsoverwegingen. Daarbij is namelijk vooral 'gesneden' in die activiteiten die op basis van de ervaringen relatief gezien minder doelmatig bleken te zijn. Dit gold bijvoorbeeld voor de consumentenlijn en voor de organisatie van grootschalige bijeenkomsten. De ervaring van het Voedingscentrum met deze bijeenkomsten leerde dat de kosten daarvan vrij hoog waren en niet meer in verhouding stonden tot de opbrengsten daarvan. Deze bijeenkomsten leidden bijvoorbeeld in te beperkte mate tot nieuwe contacten c.q. samenwerkingsverbanden en nieuwe initiatieven terwijl ook anderszins de spin-off de gemaakte kosten steeds minder rechtvaardigden. Voor de consumentenlijn gold dat vragen van individuele consumenten beantwoord werden (telefonisch of per mail). Dit was vrij tijdsintensief terwijl hiermee maar een beperkt aantal consumenten bereikt werd. Immers, het ging hierbij steeds om één op één contacten met consumenten.

Samenhangend met het voorgaande konden de externe partners **nauwelijks voorbeelden** noemen van **Voedingscentrum-activiteiten** waarover zij twijfelden over de doelmatigheid daarvan. Activiteiten die meer op incidentele basis genoemd zijn waren de volgende. Allereerst signaleren enkele personen dat met name het 'merkartikelenonderdeel' van de Levensmiddelenbank niet goed uit de verf gekomen is. Oorspronkelijk was het de bedoeling dat via dit onderdeel informatie verschaft zou worden over de samenstelling van merkartikelen. In de praktijk bleek het voor het Voedingscentrum echter lastig te zijn om de benodigde gegevens vanuit de producenten te vergaren dan wel om toestemming te verkrijgen om deze gegevens te benutten. Verder hebben enkele respondenten genoemd dat het initiatief van het Voedingscentrum om tot een soort 'paraplu-kenmerk of logo' voor duurzaamheidsaspecten van producten te komen uiteindelijk gestrand is. De oorzaak hiervan lag echter buiten het Voedingscentrum. Dit initiatief werd namelijk tussentijds opgepakt door het Platform Verduurzaming Voedsel dat dit op een eigen manier wilde uitwerken en daarbij (dus) geen gebruik kon maken van de voorlopige resultaten van het Voedingscentrum. Ten slotte kan een deel van de gesprekspartners zich wel voorstellen dat een initiatief zoals de consumentenlijn relatief gezien minder kosteneffectief was en dat het dus logisch is dat dit initiatief 'gesneuveld' is als gevolg van de bezuinigen.

Een belangrijke **verandering** in de organisatie en uitvoering die in de evaluatieperiode heeft plaatsgevonden is de inzet op **massamediacampagnes**. In de eerste helft van de evaluatieperiode maakte het Voedingscentrum hier actief gebruik van. In het project 'Voedselkwaliteit', dat in de periode 2006-2010 liep en vanuit het ministerie van EZ werd gefinancierd (zie hoofdstuk 2), werden hiervoor ook middelen ter beschikking gesteld. Daarbij werden spotjes op radio en tv uitgezonden zoals 'Een kip kan niet kiezen, jij wel'.

In de tweede helft van de evaluatieperiode kreeg het Voedingscentrum echter te maken met beperkingen om dergelijke massamediacampagnes uit te voeren. Dit had te maken met het feit dat onder het kabinet Rutte I er (door de Voorlichtingsraad) voor gekozen werd om dergelijke campagnes meer centraal aan te sturen. Daartoe werd een vijftal thema's geselecteerd – veiligheid, duurzaamheid, gezondheid, welvaart en maatschappelijke samenhang – waarvoor de communicatie via Postbus 51 verliep. Als spiegelbeeld daarvan werd het vanaf dat moment niet langer wenselijk geacht dat in aanvulling daarop andere partijen – zoals het Voedingscentrum – nog zelfstandig door de overheid gefinancierde massamediacampagnes uit gingen voeren. Vanaf dat moment heeft het Voedingscentrum dus andere wegen moeten bewandelen om te proberen haar naamsbekendheid toch nog op peil te houden en haar voorlichtingsproducten uit te dragen. Eén van deze wegen is het benutten van de 'distributiekanaal' van private partijen (zie paragraaf 3.4). In het volgende hoofdstuk zullen we overigens zien dat per saldo (daardoor) de naamsbekendheid van het Voedingscentrum de laatste jaren teruggelopen is.

### 3.3 Aansturing door en afstemming met EZ (en VWS)

In de evaluatie hebben we ook aandacht geschonken aan de vraag hoe de **aansturing** van het Voedingscentrum door het ministerie van **EZ** verloopt en hoe daarbij zaken – ook met het ministerie van **VWS** – **afgestemd** worden. De resultaten van dit hoofdstuk zijn enerzijds gebaseerd op de bevindingen vanuit de deskresearch en anderzijds op de uitkomsten van gesprekken die we met vertegenwoordigers van beide ministeries (inclusief de NVWA) alsmede met medewerkers van het Voedingscentrum en het RIVM hebben gevoerd. De andere typen gesprekspartners hadden, zoals te verwachten viel, weinig tot geen zicht op de vraag hoe de aansturing van en afstemming met deze departementen verloopt.

Uit de evaluatie is gebleken dat de reguliere **contacten** met – en **aansturing** door – het ministerie van EZ over het algemeen voorspoedig verlopen zijn. Zowel uit de deskresearch als uit de gesprekken zijn hiervoor geen structurele knelpunten naar voren gekomen. Wel is het zo dat hierbij sprake is van een verschil tussen de eerste helft (globaal 2008-2010) en de tweede helft (2011-2012) van de evaluatieperiode. In de tweede helft heeft de aansturing door en afstemming met het ministerie van EZ namelijk duidelijk meer energie gevergd dan in de eerste periode. In het navolgende komen we nader terug op de achterliggende oorzaken hiervoor. Verder is er sprake geweest van een meer incidenteel knelpunt als gevolg van een (beoogde) korting op de projectensubsidie vanuit het ministerie van EZ. Ook hier komen we in het navolgende nader op terug.

In aanvulling op het voorgaande is ook de **afstemming** met het ministerie van **VWS** – waar het gaat om de uitvoering van EZ- c.q. gezamenlijke EZ/VWS-taken – **adequaat verlopen**. De ervaring van het Voedingscentrum is dat beide ministeries natuurlijk wel verschillen qua type opdrachtgever en het belang dat zij aan uiteenlopende beleidsthema's hechten maar dit heeft in de praktijk niet tot fricties over de inhoud dan wel uitvoering van activiteiten door het Voedingscentrum geleid. Dat de aansturing door –

en afstemming met – beide departementen over het algemeen ‘soepel’ verlopen is laat zich door verschillende oorzaken verklaren.

Allereerst is er in de evaluatieperiode sprake geweest van een belangrijke **inhoudelijke ‘linking pin’** tussen beide betrokken ministeries. In 2008 hebben beide ministeries namelijk de ‘Nota Voeding en Gezondheid. Gezonde voeding van begin tot eind’ – ook wel kortweg aangeduid als **‘de Voedingsnota’** – uitgebracht. Deze nota bevatte de gezamenlijke beleidsvisie van beide departementen op het thema gezonde voeding en vormde daarmee dus in feite ook een gezamenlijke ‘kapstok’ voor de aansturing van het Voedingscentrum<sup>4</sup>. Deze kapstok is met name van belang geweest voor de basis- of instellingssubsidie van het Voedingscentrum waarmee het ‘basisprogramma’ – of de basisfaciliteiten – van het Voedingscentrum worden gefinancierd. In hoofdstuk 2 hebben we namelijk al gezien dat grosso modo EZ en VWS ieder ongeveer de helft van deze subsidie voor hun rekening hebben genomen. De Voedingsnota heeft daarmee voor beide ministeries als gemeenschappelijke leidraad gefungeerd voor de invulling en aansturing van activiteiten zoals die door het Voedingscentrum vanuit de basissubsidie ontplooid zijn. Deze gezamenlijke kompas bevorderde de soepele (afstemming van de) aansturing van het basisprogramma van het Voedingscentrum.

Verder is er in meer **organisatorische zin** een **systematiek** ontwikkeld die – zowel vanuit de optiek van beide betrokken departementen als vanuit het Voedingscentrum – in de praktijk **goed voldoet**. Deze systematiek houdt in dat – evenwichtig verspreid over de tijd – drie keer per jaar een overleg plaatsvindt waaraan direct betrokken beleidsambtenaren van beide ministeries en medewerkers van het Voedingscentrum deelnemen. Aanpalend hieraan wordt ook een ‘directeurenoverleg’ georganiseerd. Deze overlegmomenten dragen er enerzijds toe bij dat de aansturing van het Voedingscentrum vanuit beide departementen onderling afgestemd wordt. Anderzijds worden de departementen tijdens deze overleggen ook geïnformeerd over de voortgang en resultaten van (lopende) activiteiten van het Voedingscentrum. Zo staat tijdens het eerste overleg (in een jaar) vooral de terugblik op het afgelopen jaar centraal: de uitgevoerde activiteiten en daarmee behaalde resultaten. Het tweede overlegmoment staat vooral in het teken van de voorbereiding van de nieuwe (jaar)plannen van het Voedingscentrum voor het komende jaar. In het derde overleg komen de (tussentijdse) voortgang en resultaten van activiteiten van het lopende jaar aan bod. Aan dit laatste overleg is ook een directeurenoverleg gekoppeld. Zoals gezegd, voldoet bovenstaande systematiek goed. Dit blijkt ook uit het feit dat zowel bij de betrokken departementen als bij het Voedingscentrum de behoefte bestaat om deze systematiek te continueren.

Een derde verklarende factor voor de over het algemeen soepele aansturing door en afstemming met het ministerie van EZ (en VWS) heeft te maken met het feit dat de **lijnen** tussen EZ en het Voedingscentrum **kort zijn**. Naast de drie formele overlegmomenten, zoals hierboven beschreven, vindt er namelijk ook frequent contact plaats tussen betrokken medewerkers van het Voedingscentrum en het ministerie van EZ. Het Voedingscentrum ervaart dan ook een laagdrempelige toegankelijkheid van het ministerie

---

<sup>4</sup> In aanvulling hierop is het ministerie van VWS ook betrokken geweest bij de totstandkoming van de nota Duurzaam Voedsel van het voormalige ministerie van LNV.



van EZ terwijl haar ervaring bovendien is dat zij goed op de hoogte wordt gehouden van ontwikkelingen die zich bij het ministerie voordoen<sup>5</sup>.

De laatste (vierde) verklarende factor die we hier noemen heeft betrekking op het feit dat de **ministeries van EZ en VWS** elkaar ook **tussendoor** – dus los van de drie formele overlegmomenten – **op de hoogte houden**. Dit geldt bijvoorbeeld voor (plannen voor) specifieke projecten of programma's die zij het Voedingscentrum uit (willen) laten voeren. (Concept)plannen hiervoor worden onderling uitgewisseld. Ook dit komt ten goede aan de onderlinge afstemming en stroomlijning van de aansturing van het Voedingscentrum.

In de voorgaande paragraaf is al ter sprake gekomen dat zich in de **financiële verantwoording** van de activiteiten wel **verschillen** voordoen tussen beide betrokken ministeries. Dit geldt bijvoorbeeld voor de wijze waarop de financiële verslaglegging plaats dient te vinden en (kosten)definities. We hebben geconstateerd dat het Voedingscentrum goed bekend is met deze verschillen en de administratieve systemen daar ook op ingericht heeft. Daardoor leiden deze verschillen ook niet tot significant hogere inspanningen c.q. tijdsinzet van het Voedingscentrum ten opzichte van de situatie waarin deze verschillen er niet zouden zijn.

Naast de verschillen in financiële verantwoording verschilt ook de **aanvraagprocedure** tussen beide ministeries. Bij het ministerie van VWS wordt gewerkt met een 'subsidieportaal'. Ook het Voedingscentrum moet haar aanvragen via dit portaal indienen. Dit houdt in dat het Voedingscentrum haar aanvragen volgens een vast stramien in moet dienen en dat de verdere be- en afhandeling volgens een vast stappenplan verloopt. Hierdoor kan het Voedingscentrum ook tussentijds zicht houden op de status van haar aanvraag (waar in het beoordelingsproces de aanvraag zich bevindt). Het VWS-systeem biedt hiervoor namelijk de mogelijkheid. Bij het ministerie van EZ wordt niet met een dergelijke systematiek gewerkt. Enerzijds biedt dit voor het Voedingscentrum wat meer flexibiliteit bij het indienen van aanvragen (er hoeft bijvoorbeeld niet een strak format aangehouden te worden). Anderzijds kan het Voedingscentrum niet automatisch (via een systeem) de status van de aanvraag volgen. Om daar zicht op te krijgen dient zij zelf contact op te nemen met het ministerie van EZ. Het vaste stappenplan met bijbehorende doorlooptijden binnen het subsidieportaal van VWS leiden er in de praktijk overigens ook toe dat de beschikking vanuit dit ministerie eerder afkomt dan van het ministerie van EZ.

Zoals hierboven al min of meer aan bod kwam, is er qua **aansturing en afstemming** met het ministerie van EZ wel sprake van een **verschil** tussen de **eerste en tweede helft** van de **evaluatieperiode**. Kenmerkend voor de eerste helft van deze periode was het gegeven dat het ministerie van EZ over een duidelijke (en lange termijn) beleidsvisie en -koers beschikte op het gebied van gezond, veilig en duurzaam voedsel. De hierboven genoemde Voedingsnota vormde hiervoor bijvoorbeeld een belangrijke richtsnoer. Daarnaast verscheen in 2009 de nota Duurzaam Voedsel van het ministerie van EZ (toen nog LNV). Met deze nota benadrukte het ministerie het belang van duurzaam voedsel en werkte zij haar beleidsvisie op dit thema uit.

---

<sup>5</sup> In de evaluatie stond enkel de uitvoering van EZ-taken centraal. We zijn dus niet nagegaan hoe de toegankelijkheid tussen het Voedingscentrum en het ministerie van VWS verlopen is.

Met deze nota's kon het ministerie van EZ in het eerste deel van de evaluatieperiode als het ware een beleidsmatige 'punt op de horizon' zetten dat vervolgens ook als referentiepunt fungeerde voor de aansturing van het Voedingscentrum. Mede hierdoor werd in deze periode ook gewerkt met meerjarenprogramma's. Dit gold zowel voor de basis- als voor een groot deel van de projectensubsidie van het ministerie van EZ. Wat de projectensubsidie betreft was er immers sprake van een meerjarenplan – namelijk voor de periode 2006-2010 – voor het project Voedselkwaliteit (zie hoofdstuk 2). Voor de basissubsidie was er een meerjarenplan voor de periode 2008-2010. Hoewel er ook in de eerste helft van de evaluatieperiode door het Voedingscentrum – voor zowel de (EZ-)projectensubsidie als de basissubsidie – jaarplannen opgesteld werden, kon daarbij wel aangehaakt worden bij de onderliggende meerjarenplannen. Dit impliceerde dat – nadat de meerjarenplannen vastgesteld waren – de jaarplannen daaruit betrekkelijk snel en eenvoudig te destilleren waren. In die periode kostte het zowel het Voedingscentrum als het ministerie van EZ betrekkelijk weinig inspanningen om de jaarplannen te ontwikkelen respectievelijk te accorderen.

Vanaf 2011 is echter een nieuwe situatie ontstaan. In de eerste plaats liepen op dat moment de zojuist genoemde meerjarenplannen van het Voedingscentrum af. In de tweede plaats was er toen sprake van een nieuw kabinet (Rutte I) dat op het terrein van gezond en duurzaam voedsel niet automatisch de beleidslijnen en -inzet van het voorgaande kabinet continueerde. Zo werd er vanuit het EZ-beleid bijvoorbeeld minder ingezet op duurzaam voedsel en mocht het Voedingscentrum geen massamedia-campagnes uit (laten) voeren. Verder werden toen, in de derde plaats, bezuinigingen doorgevoerd die ook het Voedingscentrum troffen. Toen vervolgens, in de vierde plaats, begin 2012 het kabinet Rutte I viel ontstond (ook) bij het ministerie van EZ min of meer een '**beleidsvacuüm**'. Dit hield in principe aan tot het moment van aantreden van het kabinet Rutte II. Echter, dit vacuüm werd nog wat verlengd toen bleek dat de staatssecretaris – die ook verantwoordelijk was voor het Voedingscentrum – maar korte tijd in functie kon blijven.

Bovenstaande ontwikkelingen maakten dat het vanaf 2011 voor het Voedingscentrum **niet meer mogelijk** was om richting het ministerie van EZ met **meerjarenplannen** en daaruit afgeleide jaarplannen te werken voor het verkrijgen van EZ-financiering. Zowel voor de basis- als de projectensubsidie moest er vanaf dat moment met jaarplannen worden gewerkt. Daarbij is gebleken dat met name het opstellen en geaccordeerd krijgen van de jaarplannen voor de EZ-projectenfinanciering de nodige tijd en energie geveerd hebben. Dit geldt zowel voor het Voedingscentrum als voor het ministerie van EZ.

Een belangrijke oorzaak hiervoor is dat de politieke context in de laatste jaren veel dynamischer is geworden. Dit vraagt ook meer van het VCN om hier continu op te anticiperen en nieuwe beleidsontwikkelingen te verdisconteren in haar jaarplannen. In deze plannen dient dan bovendien ook een koppeling tussen beleidsdoelen en uitvoering gemaakt te worden: hoe en op welke wijze dragen de activiteiten bij aan de beleidsdoelen? Vanuit het ministerie van EZ is gesignaleerd dat het voor het Voedingscentrum blijkbaar lastig is (geweest) om invulling te geven aan deze nieuwe rol. Dit omdat in de concepten voor deze jaarplannen nieuwe beleidsontwikkelingen in te beperkte mate betrokken werden en – als spiegelbeeld daarvan – wat (te) veel werd voortgeborduurd

op voorgaande jaarplannen. Het gevolg hiervan was dat er door het Voedingscentrum verschillende concepten vervaardigd – en door EZ becommentarieerd – dienden te worden. Hierdoor kwamen de jaarplannen, die voldeden aan de ‘EZ-eisen’, later beschikbaar waardoor ook de committering van de middelen (verder) vertraagd werd.

Zoals gezegd, heeft het Voedingscentrum vanaf 2011 – meer dan in de voorgaande periode – moeten ‘zoeken en aftasten’ op welke beleidsdoelen en speerpunten van het EZ-beleid zij zich (vooral) moest richten. Dit uit zich ook in de verschillende naamgeving van de jaarplannen van 2011 en 2012 voor de projectensubsidie van het ministerie van EZ. In 2011 droeg dit jaarplan de titel programma Duurzaam eten terwijl dit plan in 2012 de titel Voedselveiligheid, Voedselkwaliteit en Voedselverspilling meekreeg.

Hierboven is al ter sprake gekomen dat er gedurende de evaluatieperiode sprake is geweest van **een incidenteel knelpunt** in de **projectensubsidie** van het ministerie van EZ. Uit de evaluatie is gebleken dat het gebruikelijk was dat de formele committeringen vanuit het ministerie van EZ richting het Voedingscentrum in de loop van een jaar plaatsvonden. De praktijk was dus dat het Voedingscentrum vanaf het begin van een jaar al startte met de uitvoering van haar (EZ-)activiteiten waarna de EZ-committeringen later in het jaar volgden. In de evaluatieperiode spoorden deze committeringen ook altijd met datgene waarop het Voedingscentrum geanticipeerd had. Het Voedingscentrum baseerde zich daarbij op de besprekingen rondom de nieuwe jaarplannen die in het voorgaande jaar hadden plaatsgevonden en op de ervaringen met de EZ-bijdragen in de voorgaande jaren.

In 2012 werd het Voedingscentrum echter in negatieve zin verrast door met name de projectensubsidie van het ministerie. Het Voedingscentrum had er op geanticipeerd – en het jaarplan Voedselveiligheid, Voedselkwaliteit en Voedselverspilling daar ook op gebaseerd – dat het ministerie hiervoor (wederom) ongeveer 2,2 miljoen euro ter beschikking zou stellen. In de loop van 2012 werd echter duidelijk – formeel in juli 2012 – dat het ministerie hier drastisch op wilde korten, namelijk 1 miljoen euro. Dit bracht voor het Voedingscentrum de nodige problemen met zich mee, onder andere omdat zij vanaf begin 2012 al gestart was met de betreffende activiteiten en daarbij dus uitgegaan was van een veel ruimer budget. Daarom tekende het Voedingscentrum – uiteindelijk met succes – bezwaar aan tegen deze korting. Doordat er pas eind 2012 duidelijkheid kwam over de uitkomsten van dit bezwaar heeft de uitvoering van het programma Voedselveiligheid, Voedselkwaliteit en Voedselverspilling daardoor een aanzienlijke vertraging opgelopen. Met het ministerie van EZ is dan ook afgesproken om het overgrote deel van de middelen van circa 1 miljoen euro, die als resultaat van het bezwaar alsnog beschikbaar kwamen voor dit programma, in 2013 in te zetten.

De oorspronkelijke (basis)thema’s van het Voedingscentrum waren gezond en veilig voedsel. Gedurende de evaluatieperiode zijn daar vanuit het ministerie van EZ enkele **thema’s** aan **toegevoegd**. Het gaat daarbij met name om de thema’s duurzaamheid (duurzaam voedsel) en voedselverspilling. Dit laatste thema kan overigens als een nadere verbijzondering van – c.q. invulling van – het thema duurzaamheid worden gezien. Uit de gesprekken met vertegenwoordigers van dit ministerie is gebleken dat er grote tevredenheid bestaat over de wijze waarop het Voedingscentrum deze nieuwe

thema's opgepakt en uitgevoerd heeft. Enerzijds zijn deze thema's in de optiek van deze EZ-vertegenwoordigers naadloos ingesluit in de organisatie en activiteiten van het Voedingscentrum. Anderzijds geven deze personen aan dat de bijbehorende activiteiten op een kwalitatief hoogwaardige wijze uitgevoerd zijn.

De kansen en mogelijkheden voor het Voedingscentrum om naar de **toekomst** een **bijdrage** te leveren aan de **beleidsdoelen en -prioriteiten** van het **ministerie van EZ** liggen op een aantal terreinen. Allereerst is het zo dat het ministerie van EZ nog steeds een beleidsmatige rol speelt bij de thema's voedselkwaliteit, voedselveiligheid en duurzaamheid. Dit zijn ook thema's waar het Voedingscentrum in de afgelopen periode actief mee is geweest en (dus) de nodige kennis en expertise mee heeft opgebouwd.

Verder vormt het **topsectorenbeleid** een belangrijk speerpunt van het EZ-beleid. De agri&food sector vormt één van deze topsectoren. Zoals uit het navolgende nog zal blijken, kan het Voedingscentrum bijdragen aan het versterken van deze sector. Enerzijds doordat het Voedingscentrum via haar voorlichting en communicatie over voeding richting consumenten het maatschappelijk draagvlak voor (de ondersteuning van) deze sector kan versterken. Daarbij kunnen consumenten ook een cruciale rol spelen om andere verdienmodellen én/of innovaties binnen de land- en tuinbouw geïmplementeerd te krijgen, bijvoorbeeld via het creëren van een markt voor (niche) producten met een hoge toegevoegde waarde voor boeren en tuinders. Met haar communicatie richting consumenten op het gebied van gezond (en duurzaam) voedsel kan het Voedingscentrum hier een rol in spelen.

Anderzijds omdat het Voedingscentrum bij kan dragen aan het **versterken** van (schakels van) de **agri&food keten** zelf. Daarbij dient overigens aangetekend te worden dat ook consumenten integraal onderdeel – namelijk het 'sluitstuk' – van deze keten vormen. Wat dit aangaat hecht het ministerie van EZ er dan ook groot belang aan dat het Voedingscentrum naar de toekomst (extra) inzet op het zoeken van strategische samenwerkingspartners binnen deze keten. Aan de ene kant omdat dit de slagkracht van het Voedingscentrum richting consumenten kan versterken. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan samenwerking tussen het Voedingscentrum en private partijen die er op gericht zijn om het belang van gezond (en duurzaam) voedsel bij de consument op het netvlies te krijgen en/of om de keuzemogelijkheden daarvoor te vergroten of te vergemakkelijken. Samen met private partners – zoals de retail – kan het Voedingscentrum meer invloed uitoefenen op het aankoopgedrag van consumenten. Aan de andere kant omdat het Voedingscentrum ook een rol kan spelen bij het versterken van de concurrentiekracht van (schakels van) de agri&food keten zelf. In de navolgende paragraaf zullen we daarvan een aantal voorbeelden presenteren.

### **Samenwerking NVWA**

De **Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA)** is een specifieke uitvoeringsorganisatie van het ministerie van EZ. De NVWA heeft onder andere als taak om de veiligheid van voedsel te bewaken. Daarmee zijn er ook raakvlakken met het Voedingscentrum. In hoofdstuk 2 hebben we dan ook gezien dat er sprake is van een liaison tussen het NVWA en het Voedingscentrum. Aan het begin van de evaluatieperiode was deze liaison ook sterk geborgd in die zin dat de samenwerking

tussen de NVWA en het Voedingscentrum als een specifiek project bestempeld werd. Naast het ministerie van EZ droeg ook de NVWA bij aan de financiering van dit project c.q. deze liaison. Mede hierdoor was in die periode een medewerker van het Voedingscentrum permanent 'gestationeerd' bij de NVWA. Vanaf 2009 is deze liaison echter niet meer vervat in een specifiek project en werd de samenwerking met de NVWA als een reguliere activiteit gezien die vanuit de basissubsidie werd gefinancierd. De stationering van een Voedingscentrum-medewerker bij de NVWA kwam daarmee ook te vervallen.

Vanaf dat moment kan er op hoofdlijnen een tweetal typen contacten tussen het Voedingscentrum en het NVWA worden onderscheiden. In de eerste plaats vindt er bilateraal – of via bijeenkomsten – uitwisseling van kennis en informatie plaats. Daarbij informeren het Voedingscentrum en NVWA elkaar bijvoorbeeld over initiatieven die op stapel staan, resultaten van onderzoeken die uitgevoerd zijn en kunnen zij een adviserende rol naar elkaar spelen. Zo participeert het Voedingscentrum bijvoorbeeld wel eens in klankbordgroepen van onderzoeken die door het NVWA uitgevoerd worden. De uitwisseling van informatie en kennis is er ook op gericht dat het Voedingscentrum haar voorlichting en communicatie kan stroomlijnen met de NVWA. Uit de door ons gevoerde gesprekken is het beeld naar voren gekomen dat deze 'reguliere' uitwisseling van kennis en informatie goed verloopt en ook een meerwaarde voor beide partijen heeft.

Een tweede belangrijk terrein waar de NVWA en het Voedingscentrum elkaar 'raken' – en er sprake is van onderlinge contacten – heeft betrekking op voedselcrises. In de evaluatieperiode heeft zich een aantal van deze crises voorgedaan zoals rondom de EHEC-bacterie en zalm. De bedoeling is dat in dergelijke situaties de NVWA en het Voedingscentrum (en ook het RIVM) gezamenlijk optrekken en zoveel mogelijk met heldere en eenduidige boodschappen naar buiten treden. De NVWA heeft in dergelijke situaties het voortouw maar de bedoeling is wel dat bij voedselcrises het Voedingscentrum van meet af aan geïnformeerd en betrokken wordt. Dit omdat daarmee het Voedingscentrum dan – in bijvoorbeeld persberichten die uitgaan vanuit het NVWA – in staat is om direct het handelingsperspectief voor consumenten in te brengen en daarvoor ook een verwijzing op te nemen naar de website van het Voedingscentrum. Ook kan het Voedingscentrum daarmee tijdig haar eigen informatievoorziening aanpassen, bijvoorbeeld door aanpassingen in haar website door te voeren. Om het bovenstaande te realiseren zijn er vanuit het Voedingscentrum en de NVWA enkele contactpersonen aangewezen. Deze personen ontmoeten elkaar – ook buiten voedselcrises om – regelmatig om kennis en informatie uit te wisselen.

Ondanks dat deze contacten op zich (dus) goed verlopen is uit de evaluatie gebleken dat in de afgelopen periode de samenwerking en afstemming tussen de NVWA en het Voedingscentrum bij voedselcrises niet altijd vlekkeloos gegaan is. Bij de meest recente voedselcrisis rondom zalm trokken het Voedingscentrum en de NVWA in grote lijnen wel gezamenlijk op volgens bovenstaande uitgangspunten. Bij de EHEC crisis was hiervan echter in mindere mate sprake. Bij deze crisis werd het Voedingscentrum dusdanig laat geïnformeerd dat zij niet voldoende in staat was om van meet af aan de 'vertaalslag' naar de consument te maken (handelingsperspectief in te brengen) en wat 'achter de feiten aanliep'.

Uit de evaluatie komen de volgende oorzaken naar voren voor het niet bij voorbaat en in alle situaties geborgd zijn van de beoogde samenwerking en afstemming tussen de NVWA en het Voedingscentrum bij voedselcrises. In de eerste plaats is, mede door reorganisaties bij de NVWA, de samenwerking en afstemming tussen beide partijen sterk persoonsgebonden terwijl bovendien het aantal personen dat hiervoor zorg draagt beperkt is. Dit zorgt ervoor dat de continuïteit van de samenwerking kwetsbaar is. Wanneer aan één van beide kanten iemand tijdelijk afwezig is, stagneren de contacten. Per saldo is er dan ook sprake van een 'afbreukrisico'. De mate waarin de samenwerking en afstemming tussen het Voedingscentrum en de NVWA adequaat verloopt in situaties van voedselcrises is namelijk sterk afhankelijk van de beschikbaarheid van de relevante contactpersonen bij beide organisaties. Bij de zalm crisis was hiervan sprake maar niet bij de EHEC crisis (in verband met meer langdurig ziekteverlof).

Samenhangend hiermee zijn, in de tweede plaats, de gezamenlijk te ondernemen stappen bij voedselcrises niet duidelijk en herkenbaar – zodat deze ook stappen 'breder' bekend zijn bij medewerkers – vastgelegd in protocollen of werkafspraken. Dit heeft, als derde oorzaak, ook te maken met het gegeven dat er geen sprake is van een formele 'verantwoordelijkheidslijn' en/of 'hiërarchische lijn' tussen de NVWA en het Voedingscentrum.

Per saldo is de huidige samenwerking en afstemming tussen beide partijen in het geval van voedselcrises dus nog kwetsbaar. Hier ligt naar de toekomst dan ook een verbeterpunt. We komen daar in de aanbevelingen op terug.

Overigens signaleert de NVWA – net als het RIVM – dat zij de laatste tijd duidelijk meer vragen van individuele consumenten over voeding/voedselveiligheid krijgt. De achterliggende oorzaak hiervoor is waarschijnlijk het afschaffen van de consumenten Informatielijn bij het Voedingscentrum.

### **Samenwerking RIVM**

Verder werkt het Voedingscentrum in de praktijk ook samen met het **RIVM**. Allereerst is het Voedingscentrum betrokken bij het Centrum Gezond Leven (CGL) van het RIVM. Aangezien het hier vooral om een VWS-activiteit of -taak gaat hebben we deze vorm van samenwerking in de evaluatie buiten beschouwing gelaten.

Verder werken het Voedingscentrum en het RIVM samen rondom de thema's **Voeding en Gezondheid** en **Voedselveiligheid**. Een goed voorbeeld daarvan is de Levensmiddelen databank (LEDA). Het RIVM en het Voedingscentrum beheren deze databank gezamenlijk. Daarbij draagt het RIVM zorg voor het aanleveren van gegevens en het Voedingscentrum verwerkt deze gegevens in de LEDA. Het Voedingscentrum destilleert hieruit bijvoorbeeld ook allergie-informatie voor consumenten. De evaluatie levert het beeld op dat deze vorm van samenwerking tussen het RIVM en het Voedingscentrum adequaat verloopt.

Verder vindt er meer op continue basis kennis en informatie-uitwisseling plaats tussen het Voedingscentrum en het RIVM. Dit verloopt vooral via de onderzoekers van het RIVM en de kennismedewerkers van het Voedingscentrum. Deze medewerkers hebben immers

als taak om onderzoeken op het gebied van voeding te volgen om daaruit eventueel nieuwe wetenschappelijke inzichten te destilleren en die inzichten dan te verwerken in de 'producten' van het Voedingscentrum. Het RIVM vormt hiervoor natuurlijk een belangrijke kennisbron waar het Voedingscentrum dan ook gebruik van maakt. Of, anders geformuleerd, het RIVM verzorgt de kennis en feiten terwijl het Voedingscentrum zorg draagt voor de communicatie daarover.

Overigens zien de geraadpleegde vertegenwoordigers van kennisinstellingen – het RIVM en de WUR – nog wel kansen voor verdere versterking van de samenwerking tussen hun organisatie en het Voedingscentrum. Deze personen verwachten namelijk dat er bij hun organisatie nog meer kennis en informatie beschikbaar is die relevant kan zijn voor de voorlichting en communicatie vanuit het Voedingscentrum. Tegelijkertijd signaleren deze personen echter dat het 'ontsluiten' van deze kennis de nodige tijd en energie vergt terwijl de capaciteit van het Voedingscentrum hiervoor, vanwege de bezuinigingen, juist tanende is.

Samenhangend met het voorgaande punt is vanuit het Voedingscentrum aangegeven dat zij graag intensiever c.q. directer betrokken zou willen worden bij het articuleren van kennisvragen voor het beleidsondersteunend onderzoek dat door het ministerie van EZ gefinancierd wordt. Het Voedingscentrum heeft soms kennisvragen die zij graag nader uitgezocht zou willen zien door kennisinstellingen zoals de WUR. Nu kan het Voedingscentrum deze kennisvragen alleen op een indirecte wijze – namelijk via de betrokken ministeries – op de agenda proberen te krijgen. Het Voedingscentrum zou hier graag in meer directe zin bij betrokken worden waardoor het articuleren van haar kennisvragen en de terugkoppeling van resultaten vanuit uitvoerende kennisinstellingen niet via 'schakels' hoeft te verlopen.

### **3.4 Samenwerking met het bedrijfsleven**

In de evaluatieperiode is het Voedingscentrum meer in gaan zetten op **samenwerking met *private partijen***. Dit wordt niet alleen door Voedingscentrum-medewerkers maar ook vanuit de gesprekken met externe partners – waaronder dus ook private partijen – bevestigd. Ook de externe partners signaleren dat het Voedingscentrum hierin duidelijk pro-actiever is geworden. Bij deze private samenwerking kan bijvoorbeeld worden gedacht aan initiatieven met Albert Heijn en met Lidl die er op gericht zijn om het belang van gezonde voeding bij (basis)scholen onder de aandacht te brengen. Verder is het Voedingscentrum bijvoorbeeld ook betrokken bij het Nationaal Schoolontbijt zoals dat door de bakkerijsector wordt verzorgd. Een laatste voorbeeld is dat het Voedingscentrum samen met de Koninklijke Horeca Nederland actief is om onder horecaondernemers te stimuleren dat zij (nog) meer inzetten op het thema gezonde voeding (menu's).

Aan de intensivering van de samenwerking met de private sector liggen zowel inhoudelijke als financiële overwegingen ten grondslag. In **inhoudelijke zin** kunnen private partijen bijvoorbeeld de nodige creativiteit – qua communicatie-uitingen – inbrengen terwijl zij dikwijls ook over een groot bereik onder consumenten beschikken. Dit laatste geldt bijvoorbeeld voor de retail met hun winkelveestigingen en consumenten-

bladen. Het belang van dit bereik is voor het Voedingscentrum in de afgelopen jaren sterk toegenomen. Dit omdat het voor haar, zoals we in het voorgaande hebben gezien, niet meer geoorloofd is om massamediacampagnes uit te voeren via radio en tv. Dit maakt dat het Voedingscentrum andere sporen moet bewandelen om de consument te bereiken en haar naamsbekendheid op peil te houden.

Verder stimuleert met name ook het ministerie van EZ de samenwerking van het Voedingscentrum met partners in de agri&food keten. Enerzijds omdat deze samenwerking mogelijk bij kan dragen aan versterking van deze topsector. Anderzijds omdat gezamenlijk optreden met private partijen de slagkracht van het Voedingscentrum richting consumenten kan versterken. In de voorgaande paragraaf zijn deze meerwaarden van samenwerking met private partijen al aan bod gekomen.

Wat de **financiële overwegingen** betreft heeft het Voedingscentrum in de afgelopen periode met bezuinigingen te maken gehad. Daardoor kan een 'taakverdeling' waarbij het Voedingscentrum een rol speelt bij het ontwikkelen en leveren van 'content' en private partijen zorg kunnen dragen voor een bredere uitrol daarvan een interessante en kosten efficiënte optie zijn. Het Voedingscentrum kan dan immers besparen op de kosten voor het bereiken van consumenten en het handhaven c.q. versterken van haar naamsbekendheid. Uit de gesprekken met vertegenwoordigers van het Voedingscentrum is overigens wel naar voren gekomen dat het 'engineeren' van de samenwerking met private partijen ook de nodige tijdsinzet vergt. Hierdoor kan een deel van de 'winst' van het tegen lagere kosten bereiken van consumenten weer verloren gaan.

Hoewel het Voedingscentrum dus actiever de samenwerking met het bedrijfsleven is gaan zoeken, signaleren de geraadpleegde private partijen meer **recentelijk** wel dat de mogelijkheden van het Voedingscentrum, om een **inbreng** te leveren in gezamenlijke initiatieven, **afnemen**. Dit als gevolg van de bezuinigingen. Om de samenwerking met het Voedingscentrum op peil te houden of uit te breiden zouden private partijen hun inbreng (financieel en/of in menskracht) dus moeten verhogen. Dit is echter lang niet altijd mogelijk, bijvoorbeeld omdat ook private partijen te maken hebben met grenzen aan budget en menskracht. In deze zin staat de samenwerking met het bedrijfsleven dus wel onder druk.

Hoewel vrijwel alle respondenten – zowel vertegenwoordigers van private als niet-private partijen – de intensivering van de samenwerking met private partijen toejuichen, worden hierbij wel **kanttekeningen** geplaatst. De meer algemene overkoepelende rode draad die hieruit te destilleren valt is dat het van cruciaal belang wordt geacht dat deze samenwerking **niet ten koste** gaat van de **onafhankelijkheid** van het Voedingscentrum. Alle partijen onderkennen immers dat het Voedingscentrum – door zowel consumenten als bedrijven – gezien wordt als een autoriteit op het gebied van gezonde (en veilige) voeding. Onafhankelijkheid vormt daarvoor echter een cruciale pijler. Indien zelfs maar de schijn van belangenverstrengeling met private partijen ontstaat, zal dit direct ten koste gaan van haar imago en positie als onafhankelijke en deskundige autoriteit op dit gebied. Daarmee zal ook direct de meerwaarde van het Voedingscentrum voor zowel consumenten als bedrijven teloor gaan. 'Vertrouwen komt te voet maar gaat te paard'. Betrokkenheid van het Voedingscentrum heeft nu voor het bedrijfsleven (nog) een



belangrijke meerwaarde. Dit omdat het 'merk' Voedingscentrum vertrouwen uitstraalt en deuren opent – naar de consument of andere partijen – die anders gesloten zouden blijven. Aantasting van het imago van onafhankelijkheid reduceert direct de (meer)waarde van het 'merk' Voedingscentrum voor het bedrijfsleven.

Alle respondenten signaleren dan ook dat het Voedingscentrum **sterk moet inzetten** op het bewaken van het precare **evenwicht** tussen **samenwerking** met private partijen enerzijds en haar onafhankelijkheid anderzijds. De gesprekspartners hebben ook suggesties gedaan hoe dit gerealiseerd kan worden. De belangrijkste rode draden daaruit zijn de volgende:

- Het Voedingscentrum dient geen 'vehikel' te worden van private initiatieven maar zelf 'the lead' te houden. Daarmee wordt bedoeld dat het Voedingscentrum eerst zelf een strategie dient te ontwikkelen over welke activiteiten zij wil ontplooien en wie daarvoor dan de doelgroepen zijn. Vervolgens zal zij dienen te bepalen in hoeverre (distributiekanaalen van) private partijen hierbij een rol kunnen spelen. Met andere woorden, samenwerking met private partijen dient steeds getoetst te worden aan de ambities van het Voedingscentrum. Deze samenwerking is geen doel op zich maar een middel om bij te dragen aan het realiseren van de Voedingscentrumambities.
- Het Voedingscentrum dient zorg te dragen voor voldoende 'spreiding' van samenwerking over verschillende typen private partijen. Voorkomen dient te worden dat de samenwerking zich te zeer concentreert op een beperkt aantal private spelers. Daarmee wordt te veel de suggestie van belangenverstrengeling gewekt.
- Er dient voorkomen te worden dat het Voedingscentrum zich voor haar diensten of inspanningen laat betalen door het bedrijfsleven. Vanuit het gezegde 'diens brood men eet wiens woord men spreekt' zal een dergelijke financiering het onafhankelijk imago van het Voedingscentrum aantasten.
- Er dienen heel zorgvuldige keuzes te worden gemaakt van de onderwerpen waarop samengewerkt wordt met private partijen. Primair dient het hierbij te gaan om onderwerpen die niet ter discussie staan en (dus) kunnen rekenen op een groot maatschappelijk draagvlak. Het onderwerp 'voedselverspilling' vormt hiervan een goed voorbeeld.
- Het Voedingscentrum heeft een 'code' voor samenwerking met andere partijen. Deze code heeft als doel om de onafhankelijkheid van het Voedingscentrum te borgen bij samenwerkingsprojecten. Deze code dient dus ook zorgvuldig en consequent toegepast te worden bij samenwerkingsprojecten met het bedrijfsleven.

Uit het bovenstaande blijkt in feite al dat er vanuit de respondenten **beperkt draagvlak** bestaat voor (gedeeltelijke) **private financiering** van het Voedingscentrum. We hebben dit in de gesprekken ook nog eens expliciet getoetst door de externe partners te vragen naar de mogelijkheden voor – en wenselijkheid van – deze vorm van financiering. Daarin werd dit beperkte draagvlak (nogmaals) bevestigd. Ook de geraadpleegde private partijen zijn deze mening toegedaan. Dit geldt zowel voor de situatie waarin zij zelf bij zouden dragen als voor de situatie waarin andere private partijen dit voor hun rekening zouden nemen. Als onderbouwing hiervoor wordt er op gewezen dat de belangrijkste meerwaarde van het Voedingscentrum, ook voor private partijen, haar imago is van een onafhankelijke en deskundige partij – een autoriteit – op het gebied van gezond (en veilig) voedsel. Financiering vanuit private partijen staat hier op gespannen voet mee.

Deze financiering heeft namelijk als groot risico dat er – al dan niet terecht – vanuit de samenleving en/of consumenten twijfels kunnen ontstaan over de onafhankelijkheid van het Voedingscentrum. Gelet op het bovenstaande pleiten vrijwel alle typen gesprekspartners – waaronder dus ook de private partijen – voor een **blijvende sterke financiële betrokkenheid van de overheid**.

Voor zover er nog wel mogelijkheden voor private financiering worden gezien, heeft dit met name betrekking op **projectfinanciering** en (dus) zeker niet de basisfinanciering van het Voedingscentrum. Echter, dit dient dan ‘met gesloten beurzen’ plaats te vinden. Daarmee wordt bedoeld dat het Voedingscentrum zich vooral richt op het ontwikkelen van de content (bijvoorbeeld het ontwikkelen van lesmateriaal, brochures e.d.) terwijl het bedrijfsleven de verspreiding daarvan voor haar rekening neemt. In feite gaat het hier dus om een formule voor samenwerking zoals die nu al door het Voedingscentrum wordt toegepast in de samenwerking met de retail (zie hierboven).

Naast voordelen voor het Voedingscentrum – die hiervoor al aan bod zijn gekomen – zijn er ook **voordelen** voor het **bedrijfsleven** verbonden aan de **samenwerking** met het **Voedingscentrum**. Het gaat hier om de volgende voordelen, die overigens ook door de geraadpleegde vertegenwoordigers van het bedrijfsleven onderschreven worden. Allereerst kan betrokkenheid van het Voedingscentrum leiden tot een **groter bereik en impact** van **initiatieven** die (mede) door het **bedrijfsleven** ontplooid worden. Dit heeft alles te maken met het sterke imago van het Voedingscentrum: een (onafhankelijke en deskundige) autoriteit op het gebied van gezond (en veilig) voedsel. Betrokkenheid van het Voedingscentrum is als het ware een waarborg of keurmerk voor een goed initiatief. Daarmee slagen bedrijven er in om – samen met het Voedingscentrum – partijen te bereiken die anders ‘de deur gesloten’ zouden hebben gehouden. Betrokkenheid van het Voedingscentrum heeft er bijvoorbeeld toe geleid dat scholen of partijen zoals de Hartstichting met dergelijke initiatieven mee zijn gaan doen.

Verder kan betrokkenheid van het Voedingscentrum ook als vehikel fungeren om **bedrijven** uit de agri&food cluster **effectiever te betrekken** en/of om **vernieuwingen** op het gebied van gezond (en veilig) voedsel **beter geïmplementeerd** te krijgen. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan het werven van bedrijven als ‘sponsor’ van het Nationaal Schoolontbijt. Of aan het mobiliseren van bedrijven om te participeren in een gezamenlijk initiatief voor de monitoring van eventuele residuen (gewasbeschermingsmiddelen) op groente en fruit (Food Compass). Andere voorbeelden zijn het vergroten van de bewustwording van het belang van gezond voedsel (menu’s) bij horeca-ondernemers en/of het stimuleren van deze ondernemers om concrete stappen op dit gebied te zetten. Betrokkenheid van het Voedingscentrum draagt er per saldo aan bij dat dergelijke ondernemersgerichte initiatieven beter ‘landen’ en effect sorteren bij het bedrijfsleven. Uiteindelijk kan het Voedingscentrum daarmee dus ook een rol spelen bij het versterken van de concurrentiekracht van bedrijven binnen de agri&food sector. Of, anders geformuleerd, het Voedingscentrum kan een ondersteunende rol voor deze topsector spelen.

Samenvattend kan dus gesteld worden dat **samenwerking** tussen het Voedingscentrum en het bedrijfsleven tot een **win-win situatie** voor beide partijen kan leiden. Voor private

partijen hangt de win vooral samen met het gebruik kunnen maken van het imago van het Voedingscentrum als autoriteit op het gebied van gezond (en veilig) voedsel. Voor het Voedingscentrum ligt deze meerwaarde vooral in het bereik dat private partijen kunnen inbrengen. De distributiekkanalen van private partijen bieden het Voedingscentrum de mogelijkheid om de consumenten op een effectieve wijze te bereiken en (daarmee) haar naamsbekendheid zo veel mogelijk in stand te houden/te vergroten. In paragraaf 4.5. lichten we de wijze waarop het Voedingscentrum betrokken is bij private initiatieven nader toe.

Alle geraadpleegde private partijen hebben in de afgelopen jaren ervaring opgedaan met samenwerking met het Voedingscentrum. Zij zijn daar zonder uitzondering positief over. Hiervoor werden de volgende argumenten gegeven. Allereerst is er op gewezen dat het Voedingscentrum gevoel voor de realiteit heeft 'waar een sector staat'. Het Voedingscentrum treedt daarbij niet belerend op in de zin van 'alleen dit is goed' maar is bereid om samen met de sector 'stapjes vooruit te zetten'. Het Voedingscentrum is (dus) pragmatisch en constructief in de samenwerking. Ook wordt door vertegenwoordigers van de private sector naar voren gebracht dat de afspraken goed nagekomen worden en dat de onderlinge communicatie adequaat verloopt. Een laatste sterk punt dat door alle geraadpleegde private partijen is genoemd is dat de inhoudelijke kwaliteit van het werk van het Voedingscentrum (zeer) goed is. Enerzijds wordt daarmee bedoeld dat private partijen signaleren dat het Voedingscentrum inderdaad deskundig is op het gebied van gezond (en veilig) voedsel. Dit uit zich bijvoorbeeld in zinvolle adviezen en content die vanuit het Voedingscentrum ingebracht wordt. Anderzijds constateren private partijen dat het Voedingscentrum deskundig is waar het gaat om communicatie (naar consumenten en/of bedrijven). Ook op dit punt levert het Voedingscentrum een zinvolle inbreng in de samenwerking met private partijen.

Hierboven is al aan bod gekomen dat **private partijen** het Voedingscentrum vooral als een autoriteit op het gebied van gezond (en veilig) voedsel zien. Deze partijen bleken **niet** of maar in beperkte mate **op de hoogte** te zijn van het feit dat het Voedingscentrum daarnaast ook ingezet heeft op het thema **duurzame voeding**. Het Voedingscentrum speelt voor de geraadpleegde vertegenwoordigers van private partijen dan ook geen rol bij de invulling van hun informatiebehoefte op het gebied van duurzame voeding. Samenhangend hiermee pleiten deze personen dan ook sterk voor een **focus op gezond (en veilig) voedsel** van het Voedingscentrum. Enerzijds omdat het Voedingscentrum op dit thema een sterke naam heeft en er op dit terrein – denk ook aan de problematiek rondom obesitas – nog heel veel te doen valt. Anderzijds omdat duurzame voeding in de optiek van private partijen een ander thema is. Daarbij wordt er bijvoorbeeld op gewezen dat duurzame voeding diverse dimensies (dierenwelzijn, milieu, arbeidsomstandigheden, e.d.) heeft. Daardoor kan er ook een spanningsveld met gezond of veilig voedsel ontstaan.

Samenhangend hiermee wijzen vertegenwoordigers vanuit de private sector er op dat het vanuit het oogpunt van herkenbaarheid en positionering niet wenselijk is dat het Voedingscentrum zich met te veel thema's bezig gaat houden. Dit vertroebelt het beeld waarvoor het Voedingscentrum staat. Zeker ook vanwege de bezuinigingen ligt het volgens deze respondenten nog meer voor de hand dat het Voedingscentrum de

beperkte middelen geconcentreerd inzet op het thema gezond (en veilig) voedsel in plaats van deze te 'versnipperen' over meerdere thema's.

Vertegenwoordigers van het bedrijfsleven hebben er overigens geen moeite mee indien het Voedingscentrum het thema duurzaamheid meer in **aanvullende zin** meeneemt. Dus daar waar het 'niet bijt' met gezond (en veilig) voedsel en 'duurzaamheidsaspecten' nog een extra overweging kunnen zijn om gezonde producten te kopen ('naast gezond is dit ook duurzaam omdat...').

Bij de geraadpleegde niet-private partijen bestaat een meer diffuus beeld waar het gaat om het thema duurzaam voedsel. Een deel van deze partijen kan zich er wel in vinden indien het Voedingscentrum dit als prioritair thema oppakt. Deze respondenten wijzen er met name op dat dit zo'n belangrijk thema is dat ook het Voedingscentrum hier niet aan voorbij kan gaan. Een ander deel van deze respondenten zit meer op de lijn zoals die door vertegenwoordigers van het bedrijfsleven geventileerd is (zie hierboven).

## 4. MEERWAARDE EN RESULTATEN VOEDINGSCENTRUM-ACTIVITEITEN

### 4.1 Inleiding

In hoofdstuk 2 hebben we besproken welke typen activiteiten het Voedingscentrum in de periode 2008-2012 ondernomen heeft. Gezien het feit dat de evaluatie betrekking heeft op het 'EZ-deel' van het Voedingscentrum hebben we ons daarbij vooral gericht op die activiteiten die (mede) vanuit dit departement financieel ondersteund zijn. Datzelfde zullen we doen voor de meerwaarde en resultaten van het Voedingscentrum die in dit hoofdstuk centraal staan. Ook daarbij zullen we ons concentreren op dit type activiteiten.

Daartoe gaan we in paragraaf 4.2 eerst in op de doelrealisatie van de programma's/projecten Voedselkwaliteit en Duurzaam eten. We schenken afzonderlijk aandacht aan deze programma's/projecten. Enerzijds omdat de projectensubsidie van het ministerie van EZ hier voor een belangrijk deel (bij Voedselkwaliteit) dan wel geheel (bij Duurzaam eten) bestemd was. Anderzijds omdat er (daarom) voor deze projecten/programma's enkele specifieke doelstellingen golden en er ook ingezet is op het monitoren van de doelrealisatie daarvan. Het gaat hierbij om doelstellingen die in samenspraak tussen het ministerie van EZ en het Voedingscentrum tot stand gekomen zijn. Vervolgens zoomen we in paragraaf 4.3 in op resultaten die met behulp van de instellingssubsidie zijn behaald. Daarna bespreken we in paragraaf 4.4 de resultaten die met de programma's en projecten – waar EZ financieel bij betrokken is geweest – zijn gerealiseerd. In paragraaf 4.5 ten slotte gaan we in op de meerwaarde van het Voedingscentrum zoals die uit de gesprekken met externe partners naar voren is gekomen.

### 4.2 Doelrealisatie overall doelstellingen

In hoofdstuk 2 is al ter sprake gekomen dat de projectensubsidies van het ministerie van EZ in de periode 2008-2010 voor een belangrijk deel ingezet zijn voor het project Voedselkwaliteit. Dit project had tot doel om consumenten meer kennis te verschaffen over gezond en duurzaam voedsel zodat zij bewustere keuzes kunnen maken. Vanuit dit project is bijvoorbeeld ook de campagne Nederland kiest bewust uitgevoerd met spotjes op radio en tv (zoals Een kip kan niet kiezen, jij wel).

Bij de start van het project Voedselkwaliteit is een drietal **kwantitatieve doelstellingen** geformuleerd, namelijk:

- In 2011 kent 80% van de Nederlanders de campagne Nederland kiest bewust.
- In 2011 realiseert 85% van de Nederlanders zich dat men door de keuze voor bepaalde producten invloed heeft op het welzijn van dieren in de veehouderij.
- In 2011 weegt 33% van de consumenten dierenwelzijn mee bij de aankoopbeslissing van vlees.

In deze doelstellingen komt het duurzaamheidsthema **dierenwelzijn** heel nadrukkelijk naar voren. De achtergrond hiervan is dat het Voedingscentrum binnen het project

Voedselkwaliteit in eerste instantie – mede op verzoek van het ministerie van EZ – vooral ingezet heeft op dit thema.

Vanaf 2009 zijn binnen het project Voedselkwaliteit ook andere duurzaamheidsthema's – en dan met name **milieuaspecten** – meer geaccentueerd. Daarom zijn vanaf dat moment twee extra doelstellingen toegevoegd, te weten:

- In 2011 realiseert 69% van de Nederlanders zich dat men door de keuze voor bepaalde producten invloed heeft op het milieu.
- In 2011 gaat 33% van de consumenten bewust op zoek naar producten die het milieu zo min mogelijk belasten.

Gedurende de looptijd van het project Voedselkwaliteit is de voortgang van de doelrealisatie van bovenstaande doelstellingen voortdurend gemonitord. In tabel 4.1 vatten we de uitkomsten van de betreffende onderzoeken samen. Voor alle jaren geldt dat de cijfers de stand van zaken aan het eind van het betreffende jaar weergeven. Dat betekent dat de cijfers van 2010 betrekking hebben op eind 2010/begin 2011 en (daarmee) als eindresultaat kunnen worden beschouwd<sup>6</sup>.

**Tabel 4.1 Resultaten doelstellingen Campagne Nederland kiest bewust**

Doelstelling	2006	2007	2008	2009	2010
In 2011 kent 80% van de Nederlanders de campagne Nederland kiest bewust	71%	73%	47%	58%	42%
In 2011 realiseert 85% van de Nederlanders zich dat men door de keuze voor bepaalde producten invloed heeft op het welzijn van dieren in de veehouderij	65%	66%	66%	66%	69%
In 2011 weegt 33% van de consumenten dierenwelzijn mee bij de aankoopbeslissing van vlees	22%	23%	26%	25%	32%
In 2011 realiseert 70% van de Nederlanders zich dat men door de keuze voor bepaalde producten invloed heeft op het milieu en het klimaat	niet gemeten	62%	63%	66%	68%
In 2011 gaat 33% van de consumenten bewust op zoek naar producten die het milieu zo min mogelijk belasten	niet gemeten	20%	23%	21%	30%

Bron: *Motivaction (2006-2010)*

Op basis van tabel 4.1 kunnen enkele belangrijke conclusies worden getrokken over de realisatie van de doelstellingen zoals die rondom het project Voedselkwaliteit geformuleerd zijn. In de eerste plaats blijkt dat – met uitzondering van de doelstelling rondom de bekendheid van de campagne – bij de (andere) doelstellingen sprake is geweest van een stijgende lijn. Of, anders geformuleerd, deze doelstellingen hebben zich in de **wenselijke richting ontwikkeld**.

<sup>6</sup> Achteraf gezien had de tijdsperiode waarbinnen deze doelstelling gerealiseerd had moeten worden dus scherper afgebakend kunnen worden. Nu is namelijk niet precies duidelijk wat onder 'in 2011' verstaan dient te worden. Is dat begin 2011, of eind 2011 of medio 2011?

In de tweede plaats blijkt dat drie doelstellingen eind 2010/begin 2011 min of meer zijn **gerealiseerd**. Op dat moment realiseerde zich inderdaad (bijna) 70% van de Nederlanders dat de keuze voor bepaalde producten invloed heeft op het milieu en het klimaat. Verder woog toen ongeveer een derde deel van de consumenten dierenwelzijn mee in de aankoopbeslissing van vlees terwijl eveneens ongeveer een derde deel van de consumenten bewust zocht naar producten met een minimale milieubelasting. De doelstelling dat 85% van de Nederlanders op dat moment wist dat zij met hun keuzes invloed hebben op dierenwelzijn in de veehouderij is niet gerealiseerd. Wel zien we dat dit aandeel in de loop der tijd toegenomen is.

In de derde plaats valt op dat de **bekendheid** van de campagne Nederland kiest bewust vanaf 2008 niet is toegenomen, maar **gedaald is**. Het Voedingscentrum verklaart deze terugval door te wijzen op het verbod op grote mediacampagnes dat het laatste kabinet Balkenende heeft opgelegd. Hierdoor mocht het Voedingscentrum niet langer gebruikmaken van radio- en tv-spotjes. Daarnaast zijn andere partijen na 2008 ook actiever gaan communiceren waardoor de 'unieke' bekendheid van de uitingen van het Voedingscentrum afnam. Het Voedingscentrum is zich daarom meer gaan focussen op bereikbare groepen consumenten. Dat wil zeggen consumenten die openstaan voor duurzaam eten.

In 2011 is de projectensubsidie van het ministerie van EZ geheel ingezet voor het programma Duurzaam eten. Twee typen kwantitatieve doelstellingen vanuit het project Voedselkwaliteit zijn ook in het programma Duurzaam eten opgenomen. Wel heeft daarbij een aanpassing plaatsgevonden. De betreffende doelstellingen zijn namelijk niet voor consumenten in het algemeen geformuleerd maar voor **consumenten die in principe open staan voor een duurzame voedselkeuze**. Voor deze consumenten luiden de aangescherpte doelstellingen als volgt:

- Eind 2011 weegt 44% van de consumenten uit de doelgroep dierenwelzijn mee bij de aankoopbeslissing van vlees.
- Eind 2011 gaat 41% van de consumenten uit de doelgroep bewust op zoek naar producten die het milieu zo min mogelijk belasten.

Ook voor het volgen van de doelrealisatie van deze doelstellingen zijn monitoronderzoeken uitgevoerd. In tabel 4.2 hebben we een aantal belangrijke resultaten daarvan samengevat.

**Tabel 4.2 Resultaten doelstellingen programma Duurzaam eten**

Doelstelling	2008	2009	2010	2011
Eind 2011 weegt 44% van de consumenten uit de doelgroep dierenwelzijn mee bij de aankoopbeslissing van vlees	35%	34%	41%	41%
Eind 2011 gaat 41% van de consumenten uit de doelgroep bewust op zoek naar producten die het milieu zo min mogelijk belasten	28%	28%	38%	39%

Bron: Voedingscentrum, 2010

Uit de resultaten van bovenstaande tabel blijkt dat de gestelde doelen eind 2011 niet helemaal gerealiseerd zijn, maar dat de 'finish wel in het zicht' gekomen is. Bovendien zien we dat de percentages voor beide doelstellingen een stijgende tendens vertonen.

Hiervoor hebben we dus kunnen zien dat er voor de EZ-projectensubsidies – en dan met name voor de programma's/projecten Voedselkwaliteit en Duurzaam eten – concrete (kwantitatieve) doelstellingen geformuleerd waren. Een belangrijke vraag is echter in hoeverre deze doelstellingen – en dan met name de doelrealisatie daarvan – ook **iets zegt over de prestaties c.q. effectiviteit** van (de activiteiten van) het Voedingscentrum. In onze optiek is hiervan maar in beperkte mate sprake. Met uitzondering van de doelstellingen over de bekendheid van de campagne (zie tabel 4.1) gaat het namelijk om doelstellingen die niet één op één – of in belangrijke mate – 'aangestuurd' worden door het Voedingscentrum. Zo krijgen consumenten vanuit veel meer invalshoeken en communicatiekanalen – dan alleen het Voedingscentrum – informatie aangereikt over bijvoorbeeld aspecten van dierenwelzijn bij de aankoop van vlees. Ook partijen zoals de Dierenbescherming, Wakker Dier en de partij voor de Dieren – om maar enkele willekeurige voorbeelden te noemen – zijn op dit terrein actief. Dat geldt ook voor de andere doelstellingen – met uitzondering van de doelstelling voor de bekendheid van de campagne – die in bovenstaande tabellen opgenomen zijn. Bovendien heeft de overheid ook zelf met diverse andere instrumenten – zoals de subsidieregeling IDSH, fiscale instrumenten als MIA/Vamil, het convenant Marktontwikkeling Verduurzaming Dierlijke Producten en het Platform Verduurzaming Voedsel – eveneens ingezet op duurzaamheidsthema's die in bovenstaande doelstellingen centraal staan.

Dit maakt in onze optiek dat de ontwikkeling van bovenstaande indicatoren betrekkelijk weinig zegt over de prestaties of effectiviteit van de betreffende activiteiten van het Voedingscentrum. Zo is het in theorie mogelijk dat een bepaalde indicator in de loop der tijd terugloopt terwijl het Voedingscentrum voor de betreffende doelstelling wel goed gepresteerd heeft. Zonder het Voedingscentrum zou de betreffende indicator nog verder teruggevallen zijn. Naar de toekomst verdient het in onze optiek dan ook aanbeveling om bij het formuleren van doelstellingen sterker te letten op de vraag in hoeverre het reëel is om te veronderstellen dat het Voedingscentrum **significant invloed** uit kan oefenen op de betreffende doelstellingen. We komen hier in de aanbevelingen op terug.

Het ontbreken van een duidelijk (causaal) verband tussen de prestaties van het Voedingscentrum enerzijds en de ontwikkeling van het merendeel van de hierboven gepresenteerde doelstellingen (indicatoren) anderzijds is ook door een deel van de respondenten naar voren gebracht. Deze personen waren van mening dat de uitgevoerde monitoronderzoeken desondanks wel zinvol waren geweest. Dit omdat daarmee zicht werd gekregen op de vraag welke tendensen zich in de Nederlandse samenleving voordeden op variabelen die ook voor het werk van het Voedingscentrum interessant waren. Daarmee konden de resultaten van deze onderzoeken als input dienen voor de (jaar)plannen van het Voedingscentrum. Dus als uit deze onderzoeken bijvoorbeeld bleek dat het aandeel consumenten dat bewust op zoek gaat naar producten die het milieu minder belasten terugliep dan kon op grond daarvan besloten worden dat het Voedingscentrum hier extra op in ging zetten. Dit omdat het blijkbaar dan niet goed ging met deze doelstelling en het daarom zinvol was dat ook het Voedingscentrum een bijdrage zou proberen te leveren om het tij te keren (zonder haar één op één verantwoordelijk te houden voor de ontwikkeling van deze indicator).



### 4.3 Resultaten instellingssubsidie

In deze en de volgende paragraaf gaan we in op (andere) resultaten die het Voedingscentrum met haar EZ-gerelateerde activiteiten heeft weten te behalen. Mede gelet op het beschikbare budget voor de evaluatie hebben we er daarbij in overleg met de opdrachtgever voor gekozen om hiervoor geen aanvullend veldwerk uit te voeren maar vooral gebruik te maken van al beschikbaar materiaal. Een belangrijke bron daarvoor waren de zogenoemde resultatenoverzichten die het Voedingscentrum jaarlijks vervaardigd heeft. In de jaarplannen werd onder andere uitgewerkt welke doelstellingen nagestreefd werden terwijl in de resultatenoverzichten aangegeven werd in hoeverre deze doelstellingen behaald waren. Met de resultatenoverzichten legde het Voedingscentrum in feite ook verantwoording af aan de betrokken departementen. We hebben deze overzichten – net als een aantal andere bronnen (zie de literatuurlijst) – geanalyseerd. In het navolgende zullen we een aantal belangrijke bevindingen daarvan presenteren.

Alvorens daartoe over te gaan merken we eerst het volgende op. Bij het analyseren van het betreffende materiaal hebben we geconstateerd dat het in de evaluatieperiode gebruikelijk was dat zowel in de jaarplannen als in de resultatenoverzichten daarvan een zeer groot aantal doelstellingen opgenomen werd. Bovendien is gebleken dat een aanzienlijk deel van deze **doelstellingen kwalitatief van aard** was waarbij nadere toetsing van de doelrealisatie niet of nauwelijks mogelijk was en (dus) ook niet gemonitord werd. Enkele voorbeelden van dergelijke kwalitatieve doelstellingen – die in de jaarplannen opgenomen werden – zijn: 'beter kennisniveau bij consument over gezond en veilig voedsel door inzet publieke media' of 'efficiënt benutten beschikbare expertise en instrumentarium van het Voedingscentrum'. In de bijbehorende resultatenoverzichten werd over deze doelstellingen dan gerapporteerd in termen van bijvoorbeeld 'gerealiseerd' of 'goed verlopen'.

Overigens is in de jaarplannen en bijbehorende resultatenoverzichten niet uitsluitend met dergelijke kwalitatieve doelstellingen gewerkt. Ook werden in de jaarplannen wel **kwantitatieve (meetbare) doelstellingen** opgenomen zoals het aantal unieke bezoekers aan de website, het aantal consumenten dat gebruikmaakt van de Informatielijn of het aantal brochures dat verspreid zou worden. In de resultatenoverzichten werden hiervoor dan ook concrete cijfers opgenomen over het feitelijk aantal behaalde unieke bezoekers, het feitelijk aantal gebruikers van de Informatielijn en het feitelijk aantal verspreide brochures.

Het meer algemene beeld van de analyses van jaarplannen en resultatenoverzichten is echter wel dat er in de evaluatieperiode gewerkt is met een groot aantal – en voor een belangrijk deel kwalitatieve – doelstellingen. Hierin kan in onze optiek nog wel een verbeterslag gemaakt worden. We komen daar in onze aanbevelingen op terug. Overigens is uit de gesprekken met vertegenwoordigers van het ministerie van EZ gebleken dat er ook bij dit departement behoefte bestaat om de doelstellingen van het Voedingscentrum meer 'SMART' te maken. In het jaarplan 2013 heeft het ministerie hier dan ook extra op ingezet.

Gelet op het bovenstaande hebben we ons bij het in kaart brengen van de resultaten van de verschillende programma's en projecten dan ook vooral geconcentreerd op meer kwantitatieve of tastbare zaken. Bovendien hebben we daarbij het accent gelegd op de (financieel) meer omvangrijkere programma's en projecten. We volgen wat dit aangaat dus in feite dezelfde aanpak als in hoofdstuk 2.

### **Resultaten generieke activiteiten/instellingssubsidie**

We presenteren eerst de resultaten die samenhangen met activiteiten die door het Voedingscentrum vanuit de *instellingssubsidie* zijn ontplooid. In de volgende paragraaf gaan we in op de resultaten die met behulp van de projectensubsidies van EZ zijn behaald.

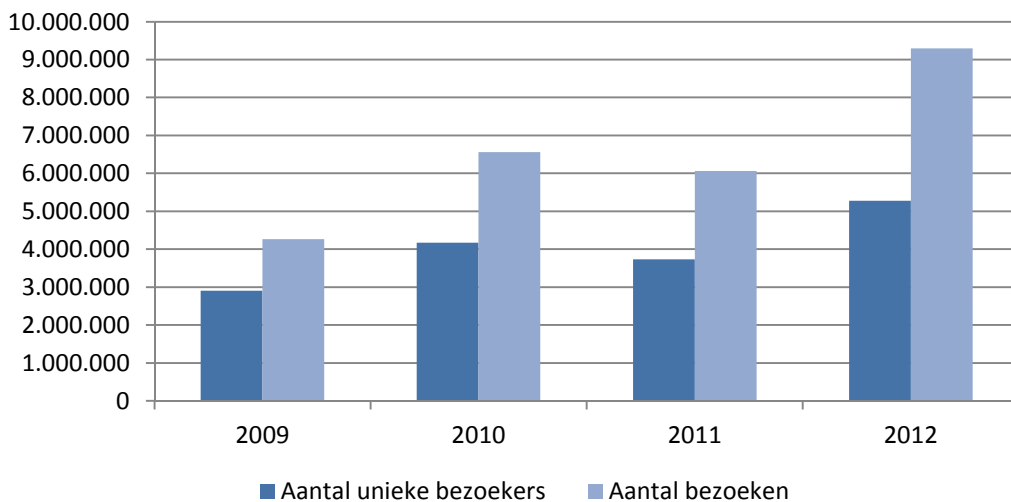
Zoals we in hoofdstuk 2 hebben uitgewerkt is de instellingssubsidie in de periode 2008-2010 gebruikt voor de bekostiging van de basisproducten en basisfaciliteiten. In de jaren 2011 en 2012 is de instellingssubsidie hoofdzakelijk aangewend voor de basisprogramma's Gezond en bewust eten in 2011 en Goed geïnformeerd kiezen in 2012. De basisproducten en basisfaciliteiten uit de periode 2008-2010 zijn in de jaren 2011 en 2012 in de basisprogramma's ondergebracht. Van een aantal van deze basisproducten hebben we het gebruik en bereik kunnen achterhalen. Het gaat hierbij met name om een aantal generieke communicatiemiddelen zoals de website, de Informatielijn voor consumenten en verspreiding van gedrukte materialen.

#### Bereik en gebruik digitale media

De *website* [www.voedingscentrum.nl](http://www.voedingscentrum.nl) van het Voedingscentrum en communicatie via internet en het mobiele netwerk zijn voor het Voedingscentrum steeds belangrijker geworden. Dat heeft enerzijds te maken met een toename van de mogelijkheden van ICT en communicatie via nieuwe media zoals Twitter, Hyves, Facebook, LinkedIn en het gebruik van apps. Anderzijds ziet het Voedingscentrum zich door bezuinigingen ook genoodzaakt om hiervan meer gebruik te maken.

In figuur 4.1 hebben we het websitebezoek gedurende de evaluatieperiode 2009-2012 weergegeven. Omdat over het jaar 2008 geen vergelijkbare cijfers beschikbaar waren, hebben we dit jaar niet in de figuur opgenomen.

**Figuur 4.1** Aantal bezoekers [www.voedingscentrum.nl](http://www.voedingscentrum.nl)



Bron: Voedingscentrum (2013)

Aan de uitkomsten uit figuur 4.1 kunnen enkele conclusies worden verbonden. In de eerste plaats blijkt dat het **bezoek aan de website** over de hele periode is **toegenomen**. Verder is te zien dat het gebruik van de website in 2011 wat inzakte ten opzichte van 2010. Het Voedingscentrum geeft aan dat dit waarschijnlijk te maken heeft met een verminderde zichtbaarheid doordat het Voedingscentrum na 2010 stopte met het uitzenden van tv-spotjes. Door die mindere zichtbaarheid was ook de vindbaarheid van het Voedingscentrum online verslechterd. In 2012 neemt het bezoek aan de website vervolgens een hoge vlucht. Het Voedingscentrum heeft deze ontwikkeling toegelicht door aan te geven dat zij in 2011 haar website anders is gaan inrichten zodat deze beter via Google vindbaar is. Daarnaast heeft het Voedingscentrum in 2012 budget aangewend om haar zichtbaarheid te vergroten door Google Ads in te kopen. Dit houdt in dat links naar het Voedingscentrum in beeld komen op het moment dat de internetgebruiker bepaalde zoekwoorden in Google invoert. Dit laatste verklaart vooral de sterke groei in het bezoek van de website. Uit onderzoek van het Voedingscentrum is namelijk gebleken dat de helft van de stijging van het aantal unieke bezoekers te danken is aan de inkoop van Google Ads.

Na het verbod op massa-mediale communicatie via met name televisie is het Voedingscentrum vanaf 2011 (nog) meer in gaan zetten op internet als communicatiemiddel. Daarnaast is het beleid van het Voedingscentrum er de laatste jaren op gericht om zoveel mogelijk tools en websites onder de hoofdwebsite onder te brengen. Het Nieuwe Eten is nu bijvoorbeeld te raadplegen met de URL [www.voedingscentrum.nl/het-nieuwe-eten](http://www.voedingscentrum.nl/het-nieuwe-eten). Deze keuze is gemaakt om ervoor te zorgen dat de consument de website en tools beter weet te vinden. Overigens zijn (nog) niet alle tools en websites onder de hoofdwebsite gerangschikt (zie hierna).

Bovenstaande figuur bevat alleen de bezoekcijfers van de hoofdwebsite van het Voedingscentrum. Bezoek aan andere websites en online tools van het Voedingscentrum zoals [mijn.voedingscentrum.nl](http://mijn.voedingscentrum.nl), [www.caloriechecker.nl](http://www.caloriechecker.nl) en [www.hetnieuweeten.nl](http://www.hetnieuweeten.nl) zijn niet meegerekend. Indien ook het bezoek aan dergelijke websites meegeteld wordt dan is het

totale netwerk van het Voedingscentrum in 2012 meer dan 15 miljoen keer bezocht. Dat is een forse toename ten opzichte van 2011 toen dit aantal op 11,5 miljoen uitkwam. Deze cijfers illustreren het grote bereik van het Voedingscentrum.

Het Voedingscentrum beschikt ook over een **webshop** waar zij een groot aantal schriftelijke documenten aanbiedt. Deze webshop werd in de jaren 2008-2010 gemiddeld ongeveer 450.000 keer per jaar bezocht. Ook hier zien we een toename in 2012. In dat jaar werd de webshop namelijk meer dan een half miljoen keer bezocht (538.000 maal). In het onderstaande komen we nog terug op de verspreiding van schriftelijk materiaal via de webshop.

Naast haar websites maakt het Voedingscentrum ook van andere digitale en online mogelijkheden gebruik. Vanaf 2009 is het Voedingscentrum bijvoorbeeld actief op **Facebook**. Via deze sociale netwerksite brengt het Voedingscentrum haar activiteiten onder de aandacht en presenteert zij ook gezonde en duurzame recepten. Verder benut het Voedingscentrum ook **Twitter**. Enkele medewerkers van het Voedingscentrum zijn actief op Twitter terwijl het Voedingscentrum ook over een algemeen Twitteraccount beschikt. De twitteractiviteiten van het Voedingscentrum werden in 2012 door meer dan 10.000 personen gevolgd en het Voedingscentrum heeft in 2012 meer dan 10.000 tweets verstuurd.

In 2011 is het Voedingscentrum gestart met de ontwikkeling van **apps** voor mobiele telefoons. Online tools als Balansdag, Eetwijzer, Slim koken en Etikettenwijzer zijn in 2012 door middel van een app te gebruiken. Slim koken en Balansdag waren in 2012 de populairste apps met elk meer dan 70.000 gebruikers. In totaal werden deze vier apps van het Voedingscentrum in 2012 bijna 220.000 keer gedownload.

Het Voedingscentrum maakt in haar digitale communicatie ook gebruik van **nieuwsbrieven** die per mail worden verzonden. Daarbij worden verschillende nieuwsbrieven samengesteld. De frequentie van het verschijnen van deze nieuwsbrieven varieert. In tabel 4.3 hebben we de frequentie en het bereik van de drie nieuwsbrieven met de meeste abonnees weergegeven. Over het jaar 2008 zijn geen gegevens beschikbaar of werden de genoemde nieuwsbrieven nog niet aangeboden.

**Tabel 4.3 Voorbeelden nieuwsbrieven, frequentie en aantal abonnees per jaar**

Nieuwsbrief	Frequentie	2009	2010	2011	2012
Het Nieuwe Eten	Maandelijks	44.020	96.995	108.858	108.533
Magazine	Maandelijks	66.886	51.876	55.723	75.889
Menu van de Week	Wekelijks	34.610	19.828	26.126	33.763

Bron: Voedingscentrum (2013)

De nieuwsbrieven genoemd in tabel 4.3 zijn voor een breed publiek bedoeld. De nieuwsbrief Het Nieuwe Eten was gericht op consumenten die gezonder wilden gaan eten. De verschijning van deze nieuwsbrief is stopgezet met het beëindigen van het project Het Nieuwe Eten eind 2012. De nieuwsbrief Magazine bevat algemene informatie over het Voedingscentrum terwijl het Menu van de Week voor een hele week recepten

voor gezond en lekker eten bevat. Naast deze meer generieke nieuwsbrieven zijn er de laatste jaren ook voor specifieke doelgroepen nieuwsbrieven verschenen. Enkele belangrijke voorbeelden hiervan zijn nieuwsbrieven die gericht zijn op een gezonde schoolkantine, de hygiënecode of op professionals. Het aantal abonnees van deze nieuwsbrieven varieerde in 2012 van enkele honderden tot ruim 6.000. Verder geldt voor deze nieuwsbrieven dat het aantal abonnees ten opzichte van 2011 is toegenomen.

In tabel 4.3 is te zien dat de oplage van de maandelijkse nieuwsbrief Magazine in 2012 fors is toegenomen. We hebben bij het Voedingscentrum getoetst hoe deze sterke toename verklaard kan worden. Het Voedingscentrum heeft aangegeven dat de abonnees van Het Nieuwe Eten dat in 2012 gestopt is, het aanbod hebben gekregen om hun abonnement om te zetten in een abonnement op de maandelijkse nieuwsbrief (Magazine) of het Menu van de Week. Ongeveer 20.000 abonnees hebben daar gehoor aan gegeven.

#### Schriftelijk materiaal

Naast digitaal materiaal verspreidt het Voedingscentrum via met name professionals en haar webshop ook schriftelijk materiaal. Dit materiaal wordt grotendeels gratis verspreid. In tabel 4.4 hebben we een overzicht gegeven van het aantal schriftelijk materiaal dat in de evaluatieperiode onder consumenten is verspreid.

**Tabel 4.4      Verspreiding schriftelijk materiaal (in aantallen)**

Schriftelijk materiaal	2008	2009	2010	2011	2012
Gratis en verkocht materiaal	1.000.000	1.000.000	1.200.000	1.560.000	2.033.000

Bron:                Voedingscentrum (2013)

Op basis van tabel 4.4 kunnen we enkele conclusies trekken. Allereerst is te zien dat het Voedingscentrum een **groot aantal gedrukte materialen verspreid** en verkoopt. Daarnaast blijkt dat deze verspreiding in de periode 2008-2012 **sterk is gegroeid**. Vooral in 2012 is de verspreiding van schriftelijk materiaal fors toegenomen. Volgens het Voedingscentrum wordt deze sterke groei veroorzaakt doordat professionals zoals de GGD, consultatiebureaus en diëtisten voorheen moesten betalen voor publicaties uit de basisreeks. In 2011 is de basisreeks (met uitzondering van verzendkosten) gratis geworden.

Wat het gratis materiaal betreft, zijn de volgende publicaties in 2012 het meest verspreid:

- Folder Eet Gezond! Schijf van Vijf: 280.000 stuks.
- Overgewicht (basisreeks): 166.000 stuks.
- De eerste hapjes (120.000 stuks).
- Gezond eten en bewegen met kinderen 1-4 jaar: 135.000 stuks.
- Gezond eten en bewegen met kinderen 9-13 jaar: 110.000 stuks.
- Gezond eten en bewegen met kinderen 4-8 jaar: 107.000 stuks.

Uit deze opsomming blijkt dat het gratis materiaal gericht op gezond voedsel voor kinderen veel aftrek vindt. Via de webshop kunnen consumenten ook publicaties van het Voedingscentrum kopen. In hoofdstuk 2 hebben we al aangegeven welke inkomsten het

Voedingscentrum uit de verkoop van voorlichtingsmateriaal genereert. Publicaties die in 2012 het vaakst over de 'toonbank' gingen waren:

- Eettabel: 20.000 stuks.
- Bewaarwijzer: 20.000 stuks.
- Vetwijzer: 10.000 stuks.
- Voorleesboekje na-aapje: 5.800 stuks.
- Voedingsadviezen bij diabetes: 4.600 stuks.
- Alles over afvallen: 4.200 stuks.
- Alles over sport en voeding: 3.900 stuks.

#### Free publicity

Doordat het Voedingscentrum geen gebruik meer mag maken van radio en tv-spotjes moet zij naar alternatieve wegen zoeken om in de publiciteit te komen. Naast het benutten van de mogelijkheden van internet en moderne media biedt **free publicity** voor het Voedingscentrum kansen zichzelf te presenteren aan consumenten en andere stakeholders. Onder free publicity verstaan we gratis media-aandacht via radio, televisie, geschreven media of internet. In tabel 4.5 hebben we weergegeven hoe vaak het Voedingscentrum in de afgelopen jaren via free publicity in het nieuws is gekomen. De cijfers uit 2008 en 2009 zijn niet beschikbaar of niet vergelijkbaar met cijfers uit de laatste jaren en laten we daarom buiten beschouwing.

**Tabel 4.5 Aantal malen dat Voedingscentrum via free publicity in het nieuws gekomen is**

Jaar	2010	2011	2012
Free publicity	820	1.320	3.589

Bron: Voedingscentrum (2013)

De tabel maakt duidelijk dat het Voedingscentrum er in de loop van de jaren steeds beter in is geslaagd om via free publicity in het nieuws te komen. Opvallend is vooral de sterke toename in 2012. We hebben het Voedingscentrum gevraagd om een toelichting voor deze forse stijging te geven. Het Voedingscentrum geeft te kennen dat zij – doordat zij niet meer aan haar bekendheid kan werken door middel van tv-spotjes – haar mediabeleid in 2011 drastisch heeft moeten wijzigen. Deze wijziging houdt in dat het Voedingscentrum veel **proactiever** is gaan werken **richting media en externe partners**. Dit heeft het Voedingscentrum gedaan door directe contacten op te bouwen met redacties van kranten en televisie. Daarnaast verspreidt het Voedingscentrum haar boodschap via websites van externe partijen waar zij afspraken mee heeft weten te maken. Voorbeelden van externe partijen waar het Voedingscentrum afspraken mee heeft gemaakt zijn gezondheidsnet.nl, 24Kitchen, Libelle en margriet.nl. Door deze wijzigingen in haar mediabeleid is het aantal malen dat het Voedingscentrum via free publicity in het nieuws kwam fors toegenomen.

Een goed voorbeeld van free publicity is de betrokkenheid van het Voedingscentrum bij 24Kitchen. Het Voedingscentrum is in het voorjaar van 2012 een samenwerking met 24Kitchen aangegaan. Deze samenwerking houdt in dat het Voedingscentrum zitting neemt in de raad van advies van 24Kitchen en haar kennis inbrengt bij het programma de

Makkelijke Maaltijd. Bij dit programma komt het logo van het Voedingscentrum in beeld. 24Kitchen trekt maandelijks ongeveer 1 miljoen kijkers.

### Informatielijn

Via de **Informatielijn** konden consumenten – telefonisch of per mail – vragen stellen aan het Voedingscentrum. Per 1 januari 2012 is de Informatielijn als gevolg van bezuinigingen opgeheven. In tabel 4.6 hebben we cijfers opgenomen betreffende het gebruik van de Informatielijn in de periode 2009-2011. In de tabel is het aantal consults per telefoon en per mail bij elkaar opgeteld. We hebben deze niet kunnen uitsplitsen omdat niet voor alle jaren duidelijk was welk aandeel per telefoon of per mail afgehandeld was. Over het jaar 2008 waren geen vergelijkbare cijfers beschikbaar. Daarom hebben we dit jaar buiten de tabel gehouden.

**Tabel 4.6 Gebruik Informatielijn**

Jaar	2009	2010	2011
Gebruik Informatielijn	26.191	27.294	20.663

Bron: Voedingscentrum (2013)

Uit de tabel blijkt dat het gebruik van de Informatielijn rond de 25.000 aanvragen schommelde. Uit de jaarverslagen van het Voedingscentrum blijkt dat het aantal vragen dat per mail werd gesteld en afgehandeld in de loop van de tijd groeide, terwijl bij het aantal telefonische consults juist sprake was van een dalende ontwikkeling.

Zoals gezegd, is de Informatielijn voor consumenten **begin 2012 beëindigd**. Dit impliceert dat consumenten niet meer kunnen bellen of mailen met hun persoonlijke vragen. Deze aanpassing geldt overigens niet voor professionals zoals diëtisten en gewichtsconsulenten. Zij kunnen nog steeds gebruikmaken van een telefonisch spreekuur tussen 10.00 en 12.00 uur op maandag en donderdag en ook kunnen zij hun vragen nog per mail kwijt.

Het feit dat de Informatielijn voor consumenten is opgeheven, betekent overigens niet dat zij voor hun vragen geen beroep meer kunnen doen op het Voedingscentrum. Het Voedingscentrum heeft met name via haar website enkele maatregelen genomen om het gemis van de Informatielijn enigszins te compenseren. Zo kunnen consumenten gebruikmaken van de rubriek 'veel gestelde vragen' en kunnen zij informatie vinden door een account aan te maken op mijn.voedingscentrum.nl. Daarnaast heeft het Voedingscentrum voor consumenten met een persoonlijke gezondheidsvraag aan haar website een zoekmachine toegevoegd waarmee de consument de dichtstbijzijnde diëtist of gewichtsconsulent kan vinden. Verder kunnen technische vragen over de online tools 'Eetmeter' en 'Caloriechecker' door consumenten – via een contactformulier – nog steeds bij een medewerker van het Voedingscentrum worden neergelegd. Door de ontwikkeling en inzet van deze alternatieven nam het beroep op de Informatielijn in 2011 af.

We roepen overigens in herinnering dat zowel de NVWA als het RIVM recentelijk merken dat consumenten zich meer tot hen gaan wenden voor vragen over voeding. Het

afschaffen van de Informatielijn van het Voedingscentrum is daar waarschijnlijk debet aan.

Eerder in deze evaluatie is al ter sprake gekomen dat het Voedingscentrum in de loop van de evaluatieperiode steeds meer in is gaan zetten op publiek private samenwerking (PPS). Eén van de redenen daarvoor is dat het Voedingscentrum via de (omvangrijke) distributiekanaalen van private partijen ook consumenten kan bereiken. Zo heeft het Voedingscentrum in de afgelopen jaren meerdere keren mee kunnen liften met bladen van supermarkten door een bijdrage te leveren over gezond voedsel of het bewaren van voedsel. Samenwerking met supermarkten is aantrekkelijk omdat vrijwel alle Nederlandse consumenten bij supermarkten boodschappen doen. Met een artikel in een blad van een retailpartij is het Voedingscentrum dan verzekerd van een podium van honderdduizenden tot soms wel enkele miljoenen consumenten. Daarnaast heeft het Voedingscentrum bijdragen geleverd aan bladen van zorgverzekeraars over gezond voedsel.

#### 4.4 Resultaten projectensubsidies

We zullen nu ingaan op de resultaten die behaald zijn met activiteiten die (mede) vanuit de projectensubsidies van het ministerie van EZ gefinancierd zijn. We roepen daarbij nogmaals in herinnering dat we wat dit aangaat geen uitputtend overzicht nastreven maar ons zullen concentreren op (financieel) meer omvangrijke activiteiten en belangrijkere resultaten. In hoofdstuk 2 hebben we al aandacht geschonken aan de typen activiteiten die (mede) vanuit de EZ-projectensubsidie bekostigd zijn. In het navolgende zullen we daar zo veel mogelijk bij aansluiten. Dat geldt ook voor de indeling in perioden. Net als in hoofdstuk 2 zullen we in het onderstaande een drietal perioden onderscheiden: 2008-2010, 2011 en 2012. Dit omdat dit aansluit bij de wijze waarop de projectensubsidies vanuit het ministerie van EZ verstrekt zijn.

##### Projectensubsidies 2008-2010

Qua financieel volume was het project **Voedselkwaliteit** in de periode 2008-2010 het meest omvangrijk. Rondom dit project was een aantal kwantitatieve doelstellingen geformuleerd. In paragraaf 4.2 zijn we al ingegaan op de doelrealisatie daarvan.

In de **consumentenonderzoeken** is ook steeds gevraagd naar de bekendheid van de campagne Nederland kiest bewust. Daarbij is een onderscheid gemaakt tussen spontane bekendheid en geholpen bekendheid (zie tabel 4.7).

Tabel 4.7 Bekendheid televisiecampagnes Voedingscentrum

Bekendheid	2008	2009	2010	2011
Spontane bekendheid	4%	2%	11%	10%
Geholpen bekendheid	42%	47%	57%	42%

Bron: *Motivaction (2011)*

Uit de tabel blijkt dat de campagne – zeker indien consumenten daarbij wat op weg geholpen werden (door voorbeelden te noemen van spotjes die uitgezonden zijn) –



behoorlijk bekend was. Op het hoogtepunt in 2010 was meer dan de helft van de consumenten hier bijvoorbeeld bekend mee.

Eén van de onderdelen van het project Voedselkwaliteit bestond uit de **campagne Nederland kiest bewust**. Vanuit deze campagne werden reclamespots op tv (en in 2007 ook via radio) uitgezonden. Uit consumentenonderzoeken van Motivaction is gebleken dat deze spots door consumenten gemiddeld gewaardeerd werden met het rapportcijfer 6,7. Uit deze onderzoeken kwam verder naar voren dat consumenten de spot als duidelijk en geloofwaardig bestempelden en dat zij daardoor aangezet werden tot nadenken over duurzaamheidsaspecten van voedsel.

Vanuit de campagne is niet alleen ingezet op televisiereclame, maar is ook gebruikgemaakt van **online en gedrukte media**. Bij de inzet van online en gedrukte media is gekozen voor meer verdieping ten opzichte van de tv-spotjes. Zo zijn er advertenties geplaatst in de NRC, de Volkskrant, Trouw, het Parool, de Metro en voor de jeugd in de weekkrant Sevendays. Deze bladen hebben samen een oplage van meer dan 1 miljoen exemplaren. Online is op nu.nl, margriet.nl en Vrouwonline geadverteerd. Op de website van het Voedingscentrum kunnen consumenten de **Klimaatweegschaal** invullen. Dit instrument is in 2009 en 2010 respectievelijk 28.000 en 30.000 keer ingevuld. Verder is een banner-campagne met quizvragen op internet ingezet. Ongeveer 530.000 personen hebben de eerste quizvraag beantwoord 286.000 personen zijn tot en met de laatste vraag gekomen.

Kinderen en tieners vormden belangrijke doelgroepen van het project Voedselkwaliteit. Vanuit het programmaonderdeel **Jeugd en Onderwijs** is dan ook ingezet op deze doelgroepen. De activiteiten voor de jeugd hebben daarbij hoofdzakelijk uit twee onderdelen bestaan: onderwijs en voorlichtingscampagnes. Voor het basisonderwijs en het voortgezet onderwijs zijn lespakketten ontwikkeld. **Smaaklessen** (en Schoolgruiten) zijn bestemd voor het basisonderwijs en **Weet Wat Je Eet** is op het voortgezet onderwijs gericht. Naast deze activiteiten voor het onderwijs is binnen het project Voedselkwaliteit de voorlichtingscampagne **Lekker Belangrijk!** gestart. We bespreken eerst de resultaten van de onderwijsactiviteiten en komen daarna terug op Lekker Belangrijk!

Smaaklessen is een lespakket voor het basisonderwijs. Dit pakket is voor alle groepen van het basisonderwijs bedoeld. Het lespakket bestaat uit vier onderdelen die elk twee jaar van het basisonderwijs beslaan (dus groep 1/2, groep 3/4, et cetera). Het doel van Smaaklessen is om kinderen gezond voedsel te laten beleven en hen aan het denken te zetten over gezond en duurzaam voedsel. Het initiatief is in 2006 van start gegaan als een gezamenlijk programma van de WUR, de agrarisch hogescholen, het Voedingscentrum en Pierre Wind. Het Voedingscentrum heeft een adviserende rol bij de invulling van het lesmateriaal. Schoolgruiten is in 2009 geïntegreerd in Smaaklessen. Basisscholen kunnen meedoen aan Schoolgruiten. Dat houdt in dat kinderen twee keer per week in de ochtendpauze groente en fruit eten. Na afloop van het project Voedselkwaliteit (in 2010) zijn de Smaaklessen voortgezet in de programma's Duurzaam eten (in 2011) en Voedselkwaliteit, Voedselveiligheid en Voedselverspilling (in 2012). In tabel 4.8 geven we een overzicht van het aantal deelnemende basisscholen aan Smaaklessen weer. In het navolgende zullen we ook de cijfers voor de laatste jaren presenteren.

**Tabel 4.8 Aantal geregistreerde smaaklesscholen**

Schooljaar	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
Smaaklesscholen	500	1.150	1.800	2.100

Bron: Voedingscentrum (2013)

Uit tabel 4.8 blijkt dat het aantal deelnemende scholen sinds de start van **Smaaklessen** in 2006 in vier jaar tijd meer dan verviervoudigde. In de periode 2006-2010 is dus sprake geweest van een sterke **groei van het aantal scholen** dat het programma Smaaklessen benut. Het Voedingscentrum geeft te kennen dat tussen 2006 en 2009 ook 55 BSO's zich hebben aangemeld voor Smaaklessen. In 2009 is daarom besloten om voor BSO's specifiek materiaal te ontwikkelen en de inschrijving voor BSO's stop te zetten. Het Voedingscentrum beschikt niet over de exacte aantallen leerlingen die hebben deelgenomen aan de Smaaklessen. Uit cijfers van de PO Raad blijkt dat basisscholen in de periode 2006-2009 gemiddeld 224 leerlingen hebben<sup>7</sup>. Wanneer we van dit gemiddelde uitgaan heeft het aantal door Smaaklessen bereikte leerlingen zich van ruim 100.000 in het schooljaar 2006/2007 ontwikkeld tot bijna 500.000 in 2009/2010. Er zijn geen cijfers over het bereik van Schoolgruiten beschikbaar.

Het programma **Weet Wat Je Eet** is bedoeld voor kinderen in de leeftijd van 12 tot 18 jaar in het voortgezet en het MBO-onderwijs. Weet Wat Je Eet is een interactief online lesprogramma. In dit lesprogramma wordt ook aandacht aan andere producten van het Voedingscentrum besteed zoals de Schijf van Vijf en de Eetmeter. Het Voedingscentrum beschikt niet over cijfers van het gebruik van Weet Wat Je Eet voor de schooljaren 2007/2008 en 2008/2009, maar wel over de cijfers van de laatste jaren. In het schooljaar 2009/2010 maakten 435 scholen in het voortgezet of MBO-onderwijs gebruik van het lesmateriaal. In totaal ging het daarbij om 1.406 klassen van 30 leerlingen. Dus aan het eind van het schooljaar 2009/2010 heeft het lesprogramma Weet Wat Je Eet meer dan 40.000 leerlingen bereikt. In het navolgende bespreken we het bereik van Weet Wat Je Eet van de laatste jaren.

Zoals gezegd is het Voedingscentrum naast leermiddelen voor scholen in 2006 ook gestart met de **voorlichtingscampagne Lekker Belangrijk!** Deze campagne had als doel om kinderen op een interactieve manier te voorzien van informatie over gezond en duurzaam voedsel. Daartoe is een aantal communicatiemiddelen ingezet. In de eerste plaats is de **website** [www.lekkerbelangrijk.nl](http://www.lekkerbelangrijk.nl) ontwikkeld. Deze website trok in de jaren, 2008, 2009, 2010 respectievelijk 198.000, 169.328 en 166.180 unieke bezoekers. Omdat in 2009 en 2010 een ander meetsysteem is gebruikt zijn deze cijfers niet goed te vergelijken met 2008. Duidelijk is wel dat de website jaarlijks duizenden bezoekers trok. Via de website konden kinderen onder meer het spel **Supershopper** spelen. Dit is een spel waarmee kinderen een digitale winkel ingaan met een boodschappenlijstje. In de digitale winkel moeten ze keuzes voor producten maken waarbij vervolgens de effecten op maatschappelijke thema's zoals gezondheid, duurzaamheid, milieu, fair trade en dierenwelzijn zichtbaar gemaakt worden. Supershopper is in totaal 109.689 keer gespeeld in de periode 2008-2012. In 2011 is de website van Lekker Belangrijk!

<sup>7</sup> <http://www.poraad.nl/content/cijfers-uit-de-sector>

geïntegreerd in die van het Voedingscentrum. Naast de website biedt het Voedingscentrum aan kinderen en begeleiders sinds 2007 het **magazine Lekker Belangrijk!** aan. Inmiddels zijn er tot en met 2012 acht nummers van dit magazine verschenen. Het magazine wordt verspreid door het mee te sturen met andere jongerenmagazines zoals Donald Duck of CosmoGirl en door bibliotheken. In de periode 2007-2010 verscheen het blad zes keer met een oplage die tussen de 650.000 en 750.000 lag. Uit een toelichting van het Voedingscentrum blijkt dat het verschil in oplage afhangt van het verspreidingskanaal. Het ingezette verspreidingskanaal is vervolgens weer afhankelijk van de grootte van de subsidie. In de jaren 2007-2010 is Lekker Belangrijk! met jongerenbladen meegezonden. Dat is een relatief kostbaar verspreidingskanaal met een hoge oplage. Als gevolg van bezuinigingen zijn in 2011 en 2012 minder kostbare verspreidingskanalen ingezet. Hieronder gaan we in op de verschijning en verspreiding van het magazine in 2011 en 2012.

De laatste twee onderdelen van het project Voedselkwaliteit zijn **kennis** en **projectmanagement**. Deze beide onderdelen vormen respectievelijk de inhoudelijke en organisatorische basis van het project Voedselkwaliteit. Onder het kopje kennis heeft het Voedingscentrum namelijk gewerkt aan de uitbreiding en actualisatie van factsheets op het gebied van dierenwelzijn, klimaat en voedselverspilling. Dit heeft geresulteerd in een online encyclopedie waarin ook aspecten van duurzaamheid worden benoemd en in uitbreiding van de receptensite en de Levensmiddelenbank met duurzaamheidsaspecten. Daarnaast is verkennend onderzoek verricht op thema's als land- en watergebruik, voedselzekerheid en biodiversiteit. Hierbij is contact gezocht met externe partners om bevindingen op deze nieuwe thema's te toetsen. Ten slotte heeft het onderzoek van de afdeling Kennis binnen het project Voedselkwaliteit geleid tot de actualisatie van keuzetabellen voor het tussensegment en voor vis.

Vanuit het projectmanagement zijn de andere onderdelen van het project Voedselkwaliteit aangestuurd en beheerd.

#### NVWA

In 2008 was de **samenwerking** tussen het Voedingscentrum en de **NVWA** nog een los project. In 2008 is de samenwerking met de NVWA geherstructureerd. Dat heeft erin geresulteerd dat de structurele liaison die tot en met 2008 tussen het Voedingscentrum en de NVWA bestond is opgeheven. Vanaf 2009 zijn de middelen die voor deze samenwerking werden gereserveerd teruggeschroefd en wordt de samenwerking met de NVWA bekostigd vanuit de instellingssubsidie (en niet langer vanuit een projecten-subsidie).

#### Goed bewaren, niet verspillen

Het project **Goed bewaren, niet verspillen** uit 2009 is op twee belangrijke thema's van het Voedingscentrum gericht, namelijk **voedselveiligheid en voedselverspilling** (duurzaamheid). Door voedsel goed te bewaren kan de consument het veilig gebruiken. Bovendien leidt goed bewaren tot minder weggooien – en dus minder verspilling – van voedsel. In het kader van dit project zijn twee typen activiteiten ondernomen. In de eerste plaats is twee weken lang een radiospot uitgezonden op stations waar gezinsmanagers relatief vaak op afstemmen. Verder is door het Voedingscentrum een brochure

samengesteld en verspreid. Deze brochure is in 2010 bijna 10.000 keer aangevraagd en verspreid. Uit de evaluatie blijkt dat de radiospot naar schatting twee derde deel van de luisteraars van betreffende stations bereikt heeft. Ten slotte genereerde het project veel free publicity van radio, tv en geschreven media.

#### Voorkom Voedselverspilling

Het thema voedselverspilling heeft in 2010 door middel van het project **Voorkom Voedselverspilling** een plaats gekregen. Doel van dit project was om consumenten bewust te maken van hun eigen voedselverspilling en hen te wijzen op hoe dit te voorkomen valt door **slimmer te kopen, te koken en te bewaren**. Het ging hier om een gezamenlijk initiatief van het Voedingscentrum en Milieu Centraal. Het project bestond uit een aantal activiteiten die we in tabel 4.9 samengevat hebben. In deze tabel hebben we ook opgenomen welke resultaten met de betreffende activiteiten behaald zijn.

**Tabel 4.9 Resultaten project Voorkom Voedselverspilling**

Doelstelling	Doelrealisatie	Toelichting
1. Lancering platform	Gerealiseerd	50.000 bezoekers online platform
2. Radiospot	Gerealiseerd	In drie periodes uitgezonden, eerste twee periodes met een bereik van 63% van de luisteraars en in de laatste periode 52%
3. Updaten bewaarwijzer	Gerealiseerd	Ongeveer 50.000 verspreid
4. Onderzoek naar bewustzijn consument	Gerealiseerd	2.633 consumenten hebben meegedaan.

In de eerste plaats is dus het **platform** [www.etenisomopteeten.nl](http://www.etenisomopteeten.nl) ontwikkeld en gelanceerd. Deze lancering heeft ook aandacht van radio, televisie (NOS) en geschreven media (De Telegraaf, AD, Trouw, Metro, Pers en regionale bladen en tijdschriften) gekregen. Bij de lancering is ook specifiek de doelgroep jongeren betrokken. Zo is rondom deze lancering een artikel opgenomen in het Schoolmagazine voor tieners in het voortgezet onderwijs. Dit blad heeft een oplage van 750.000 stuks. Op het platform kunnen consumenten informatie, testen en instrumenten vinden om inzicht te krijgen in de eigen voedselverspilling. De lancering had plaats in oktober 2010. Uit de eindafrekening van het project blijkt dat het platform in maart 2011 inmiddels door 50.000 consumenten bezocht was.

Verder zijn er vanuit het project Voorkom Voedselverspilling twee **radiospots** gemaakt die in drie perioden uitgezonden zijn. In tabel 4.9 hebben we het bereik van deze spots weergegeven. Verder heeft er, als derde activiteit, een **update** plaatsgevonden van de eerder ontwikkelde **Bewaarwijzer** zodat deze beter aansloot bij Eten is om op te eten. Deze vernieuwde Bewaarwijzer is 50.000 keer gedrukt en verspreid (met name via het online platform).

Ten slotte is een **onderzoek** onder consumenten uitgevoerd naar het bewustzijn van voedselverspilling. Ruim 2.500 consumenten hebben hun medewerking aan dit onderzoek verleend.

### Gezondheid en meerwaarden in aanbod bepalend onderwijs

Het project **Gezondheid en meerwaarden in aanbod bepalend onderwijs (GMAO)** is in 2009 van start gegaan en in 2010 afgerond. Het project had als doel (zie ook hoofdstuk 2) om bij toekomstig medewerkers in de foodbranche meer bewustzijn over het belang van gezond en duurzaam voedsel te kweken. Het project was dus gericht op het onderwijs.

In paragraaf 2.3 hebben we uitgewerkt dat dit project uit drie activiteiten bestond. In tabel 4.10 hebben we deze activiteiten samengevat alsmede de resultaten die daarmee behaald zijn.

**Tabel 4.10 Resultaten project GMAO**

Doelstelling	Doelrealisatie	Toelichting
1. Inventarisatie van aanbod bepalend onderwijs	Gerealiseerd	Rapport opgesteld met uitkomsten inventarisatie
2a. Relatieopbouw met voedingsgerelateerde opleidingen in het algemeen	Gerealiseerd	Gesprekken gevoerd met hogescholen. Gastlessen, workshop en presentatie gegeven over gezond voedsel in het onderwijs. Verder is de HBO-prijsvraag omgedoopt tot Voedingscentrum Bachelors Award
2b. Drie gastcolleges aan retailopleidingen	Niet gerealiseerd	1 gastcollege gegeven
2c. Twee gastcolleges voor docentenopleiding voor horecavak scholen	Gerealiseerd	5 gastcolleges gegeven
2d. Gesprekken voeren met leermiddelenmakers van horeca-opleidingen	Gerealiseerd	Meerdere afspraken met Stichting Vakbekwaamheid Horeca (SVH)
2e. Verkennende gesprekken met Hoge Hotelschool Den Haag	Gerealiseerd	Gastcolleges gegeven en plan opgesteld om gezond en duurzaam meer in opleiding in te bedden
3. Ontwikkeling onderwijsmateriaal	Gerealiseerd	Bijdrage aan lesmateriaal derden, ontwikkeling reader en digitale les en aanpassing website Voedingscentrum

Op basis van de inventarisatie is er voor gekozen om de focus qua activiteiten in eerste instantie op het HBO te leggen. Uit tabel 4.10 blijkt dat nagenoeg alle doelstellingen van het GMAO project gerealiseerd zijn. We gaan er vanuit dat de resultaten van bovenstaande tabel voor zich spreken. Alleen de laatste doelstelling van het GMAO project zullen we nog kort toelichten. Deze doelstelling betrof het leveren van een bijdrage – door het Voedingscentrum – aan de ontwikkeling van lesmateriaal. In dit kader is bijvoorbeeld de al eerder door het Voedingscentrum ontwikkelde **HBO-reader Meer dan lekker** geëvalueerd, heeft er aan de hand daarvan een inhoudelijke update plaatsgevonden en is de vernieuwde reader in een oplage van 2.000 stuks uitgebracht. In 2011 is de tweede druk van deze reader verschenen. Voor MBO horeca-opleidingen is de **digitale les Vet gezond in de horeca** ontwikkeld. Ook heeft het Voedingscentrum adviezen gegeven richting andere partijen die dergelijk onderwijsmateriaal ontwikkelen. Zo heeft het Voedingscentrum de inhoud van het Albert Heijn lesprogramma Ik eet het

beter gecontroleerd. Ten slotte heeft het Voedingscentrum haar website voor het voeding gerelateerde onderwijs aangepast. Op de website zijn nu voor alle onderwijsniveaus materialen te raadplegen.

#### Overige projecten

Het project **Gezonde schoolkantine** bestond in de eerste jaren vooral uit de **stimuleringsprijs** voor de Gezonde schoolkantine. Uit tabel 4.11 blijkt dat in totaal meer dan 300 scholen mee hebben gedaan met deze wedstrijd. Dat betekent dat ongeveer een kwart van alle scholen voor voortgezet onderwijs in één van de jaren hebben meegedongen naar de stimuleringsprijs. In de tabel is ook te zien dat het deelnemersveld in de loop van de jaren toenam.

**Tabel 4.11 Deelname scholen aan Stimuleringsprijs Gezonde schoolkantine**

Periode	2006-2007	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Totaal
Aantal deelnemende scholen	20	62	90	139	311

Bron: [www.gezondeschoolkantine.nl](http://www.gezondeschoolkantine.nl)

De stimuleringsprijs is voor het laatst in het schooljaar 2010-2011 georganiseerd. De laatste jaren spitsten de activiteiten van de Gezonde schoolkantine zich toe op de ontwikkeling en het up to date houden van de website en de verspreiding van een nieuwsbrief. Hieronder zullen we daar dieper op in gaan.

De ontwikkeling van het project Paraplu kenmerk is uiteindelijk niet doorgezet omdat het Platform Verduurzaming Voedsel in het najaar van 2009 van start ging en dit thema heeft opgepakt.

Ten slotte heeft het Voedingscentrum in opdracht van EZ onderzoek gedaan naar hoe informatie uit de Levensmiddelen databank beter te ontsluiten is voor consumenten.

#### **Projecten subsidie 2011**

In 2011 werd de EZ-projectensubsidie volledig aangewend voor het programma Duurzaam eten. In paragraaf 2.3 hebben we de programmalijnen daarvan al toegelicht. We zullen nu op een zelfde wijze als hiervoor de belangrijkste resultaten van dit programma presenteren.

Binnen de programmalijn **Duurzamer Consumenten** heeft het Voedingscentrum activiteiten ontplooid om gezondheid en duurzaamheid met elkaar te verbinden. Hiervoor zijn verschillende activiteiten ondernomen. In de eerste plaats is het advies van de Gezondheidsraad '*Richtlijnen goede voeding ecologisch belicht*' van medio 2011 vertaald in zes concrete tips voor consumenten hoe gezond en duurzaam eten samen kunnen gaan. Deze tips zijn ook op de website van het Voedingscentrum opgenomen met daaraan gekoppeld links naar relevante instrumenten zoals het Menu van de Week, de Viswijzer, de Klimaatweegschaal en 12 tips tegen voedselverspilling.

Om consumenten te ondersteunen om bij het doen van boodschappen meer op duurzaamheid te letten is het Voedingscentrum verder vanuit deze programmalijn een

advertentiecampagne met **boodschappenlijstjes** begonnen. De boodschappenlijstjes zijn zowel online als via geprinte advertenties verspreid. De boodschappenlijstjes zijn in dagbladen als NRC, Volkskrant, Trouw en Metro verschenen. Deze dagbladen hebben een gezamenlijke oplage van bijna 1,2 miljoen exemplaren. Daarnaast hebben de boodschappenlijstjes ook op websites als smulweb.nl, mijnreceptenboek.nl en de website van het Voedingscentrum gestaan. Bij de online lijstjes konden consumenten ook vragen beantwoorden om zo hun lijstje duurzamer te maken. In 2011 zijn de boodschappenlijstjes meer dan 65.000 keer bezocht. Motivaction heeft onderzoek gedaan naar het bereik van de boodschappenlijstjes. Hieruit is gebleken dat in 2011 12% van de consumenten de campagne rondom boodschappenlijstjes kende. Daarnaast heeft het Voedingscentrum voor duurzaam boodschappen doen een speciale ingang op haar website gemaakt: [www.voedingscentrum.nl/boodschap](http://www.voedingscentrum.nl/boodschap).

Verder zijn vanuit de programmalijn Duurzamer Consumeren ook enkele instrumenten ontwikkeld en ingezet. In de eerste plaats is de zogenoemde **Optimeal tool** ontwikkeld. Met dit instrument kunnen consumenten een menu selecteren waarbij de gecombineerde keuze voor gezond voedsel en de minimale uitstoot van broeikasgas wordt geoptimaliseerd. Dit instrument kan nog niet door consumenten worden gebruikt via de website. Wel is rond kerst 2012 dit instrument via de Nationale Denktank ingezet bij het maken van een duurzaam kerstmenu. Verder is de **Klimaatweegschaal** uitgebreid en is een nieuwe versie hiervan in 2011 ingezet. In totaal hebben 19.000 consumenten dit instrument in 2011 gebruikt. Op Lowlands 2011 is de **Voedselafdruk tool** gelanceerd en is een hoorcollege over de voedselafdruk gegeven. Met deze tool kunnen consumenten hun eigen voedselafdruk berekenen. Deze tool is ook via de website van het Voedingscentrum ter beschikking gesteld en is in 2011 door 90.000 bezoekers ingevuld. Daarnaast zijn in 2011 over de voedselafdruk 1.000 tweets verstuurd die in totaal 200.000 twitteraars hebben bereikt.

De tweede programmalijn van Duurzaam eten is **Voedselverspilling**. Ook rond deze programmalijn zijn in 2011 verschillende activiteiten ontplooid. In de eerste plaats is het **online platform** [www.etenisomopteeten.nl](http://www.etenisomopteeten.nl) – wat in 2010 vanuit het project Voorkom Voedselverspilling geïnitieerd was – in 2011 binnen deze programmalijn voortgezet. In 2011 heeft dit platform 242.000 unieke bezoekers getrokken. Verder is in 2011 de eerste digitale nieuwsbrief van Eten is om op te eten naar 250 geïnteresseerden gemaild. Vanaf 2012 verschijnt deze nieuwsbrief één keer per maand.

Ook heeft het Voedingscentrum in 2011 vanuit deze programmalijn op verschillende **evenementen** – zoals Lowlands, Week van de Smaak, Food4You, de Herman Wijffelsprijs en de Margriet Winterfair – met een stand gestaan. Tijdens deze evenementen is de stand van het Voedingscentrum door meer dan 130.000 mensen bezocht en zijn 50.000 **Bewaarwijzers** uitgedeeld.

Naast de Bewaarwijzer zijn enkele andere hulpmiddelen zoals een film, de app Slim Koken en een folder ontwikkeld om consumenten te wijzen op voedselverspilling en weggooigedrag. De film – die tijdens de Margriet Winterfair is gelanceerd – introduceert het thema voedselverspilling en geeft tips hoe dit tegen te gaan is. In 2011 is de zojuist genoemde app door 4.200 gebruikers getest en zijn er verbeterpunten verzameld voor

een nieuwe versie. In het voorgaande is al aan de orde gekomen dat deze app vervolgens in 2012 door meer dan 70.000 consumenten werd gedownload. De ontwikkelde folder over weggooidrag is 5.000 keer verspreid, met name via de hierboven genoemde evenementen.

Verder heeft het Voedingscentrum in 2011 met Lidl de actie 'Koop er vandaag 1 en krijg er later 1 gratis' ontplooid. Deze actie is gecombineerd met de inzet van boodschappen-blokjes. Vanuit dit initiatief zijn via de Lidl-winkels 600.000 boodschappen-blokjes verspreid die consumenten helpen om alleen producten te kopen die ze ook echt gebruiken en zo dus verspilling tegen te gaan. Verder is de actie gepromoot door middel van advertenties in de Telegraaf (oplage van ca. 0,6 miljoen) en het weekkrantje van de Lidl (oplage 1,6 miljoen).

De derde programmalijn van het programma Duurzaam eten was **Jeugd**. In feite zijn in 2011 binnen deze programmalijn de activiteiten voor de jeugd uit het programma Voedselkwaliteit (2006-2010) voortgezet. Zo is vanuit deze programmalijn de **basisreeks voor gezond eten en bewegen** voor kinderen voortgezet. In het voorgaande hebben we al cijfers gepresenteerd over de verspreiding van de publicaties uit deze basisreeks. Verder zijn de **lesprogramma's** voor het **basis- en voortgezet onderwijs** – Smaaklessen en Weet Wat Je Eet – binnen deze programmalijn gecontinueerd. Aan het eind van het schooljaar 2010/2011 maakten 2.355 scholen van Smaaklessen en 368 scholen (dat zijn 1.136 klassen) van Weet Wat Je Eet gebruik. Dit betekent dat met Smaaklessen in 2011 meer dan een half miljoen leerlingen in het basisonderwijs en dat met Weet Wat Je Eet bijna 35.000 leerlingen in het voortgezet- en MBO-onderwijs zijn bereikt. Ten opzicht van 2010 is het bereik van Smaaklessen gegroeid met 12%, terwijl het bereik van Weet Wat Je Eet afnam met 15%. Ook is in 2011 het leefstijlmagazine FF Serieus met een oplage van 150.000 exemplaren voor leerlingen uit groep 8 verspreid.

Het project de **Gezonde schoolkantine** is in 2011 binnen deze programmalijn vervolgd. Uit tabel 4.10 blijkt dat in 2011 de stimuleringsprijs voor het laatst is georganiseerd. Aan deze laatste editie deden 139 scholen voor voortgezet onderwijs mee. In 2011 verschenen daarnaast elf digitale nieuwsbrieven en is de website [www.gezondeschoolkantine.nl](http://www.gezondeschoolkantine.nl) opgezet en bijgehouden. De nieuwsbrief is in 2011 verzonden aan 235 abonnees. Op de website is nieuws over het project te lezen en kunnen belangstellenden materialen downloaden om het project binnen de eigen school uit te rollen. De activiteiten van Lekker Belangrijk! hebben in 2011 een vervolg gekregen binnen deze programmalijn. Dit houdt in dat de website Lekker Belangrijk! in 2011 is geïntegreerd in de hoofdwebsite van het Voedingscentrum en dat het Lekker Belangrijk! magazine één keer verscheen in een oplage van 150.000. Als gevolg van bezuinigingen is de oplage fors lager dan in de voorgaande jaren toen deze minstens 650.000 stuks was. Het blad is in 2011 niet meer meegezonden met jongerenbladen, maar verspreid via bibliotheken en scholen.

De vierde programmalijn was gericht op **foodprofessionals**. Het Voedingscentrum heeft in 2011 tal van gesprekken gevoerd met **onderwijsinstellingen en branche-organisaties** om de thema's gezond en duurzaam te vervlechten in het **onderwijsmateriaal**. Verder is vanuit deze programmalijn in 2011 de tweede editie van de HBO-reader uitgekomen en in een oplage van 2.000 stuks gedrukt. In 2011 zijn daarvan 800



exemplaren verspreid. Voor MBO-opleidingen is de online module Meer dan lekker in de horeca ontwikkeld. In totaal hebben vijf scholen deze module in 2011 gebruikt. Ook voor de retail is een online module (Meer dan lekker in de super) ontwikkeld. Hierbij waren de brancheorganisatie CBL en de twee retail-organisaties Deen en Plus betrokken. Verder was het Voedingscentrum betrokken bij het controleren van de content van onderwijsmateriaal van derden. Een goed voorbeeld hiervan is het project **Ik eet het beter** van Albert Heijn. Vanuit deze programmaliijn is de Bachelors Award voor de zevende keer georganiseerd. Bij drie hogescholen werd deelname aan de award als vast onderdeel van het curriculum opgenomen.

### **Projectensubsidie in 2012**

In 2012 werd de projectensubsidie van EZ aangewend voor het programma Voedselkwaliteit, Voedselveiligheid en Voedselverspilling. Hieronder zullen we beknopt aandacht schenken aan de (tussentijdse) resultaten die behaald zijn met activiteiten die het Voedingscentrum vanuit dit programma geïnitieerd heeft. We zullen dat beknopt doen omdat het Voedingscentrum enerzijds te maken had met (onverwachte) bezuinigingen rondom dit programma (zie hoofdstuk 2). Daardoor heeft zij in 2012 verschillende onderdelen van dit programma opgeschort of uitgesteld. Voorbeelden hiervan zijn de consumentenmonitor van Motivaction, de nieuwsbrief van Eten is om op te eten en gastlessen voor docenten hoger onderwijs. Anderzijds waren ten tijde van de evaluatie nog maar in beperkte mate gegevens voorhanden over de resultaten van de activiteiten die wel voortgang hadden gevonden.

Vanuit de programmaliijn **Voedselkwaliteit** is in 2012 de tool **Optimeal** verder ontwikkeld en ingezet bij het duurzaam kerstmenu. Daarnaast is de **Voedselafdruk** uitgebreid met het thema watergebruik. De Voedselafdruk is in de eerste acht maanden van 2012 45.000 keer ingevuld. Daarnaast is de Klimaatweegschaal via de website van het Voedingscentrum 12.000 keer ingevuld in 2012.

Om communicatie rond **voedselveiligheid** meer te stroomlijnen heeft het Voedingscentrum in 2012 geïnventariseerd welke kennis er bij de NVWA, EZ en VWS, de productschappen, het RIVM en de GGD beschikbaar is. Na deze inventarisatie was het de bedoeling om hulpmiddelen richting consumenten over veilig omgaan met eten te verspreiden. Als gevolg van bezuinigingen is deze activiteit echter naar 2013 verschoven.

Op het gebied van **voedselverspilling** heeft het Voedingscentrum in 2012 een aantal activiteiten voortgezet of ontwikkeld. Begin 2012 is de nieuwsbrief van Eten is om op te eten vier keer verspreid. Daarna is deze vanwege de bezuinigingen gestopt. De website [www.etenisomopteeten.nl](http://www.etenisomopteeten.nl) is onder de hoofdwebsite van het Voedingscentrum ondergebracht. Daarnaast heeft het Voedingscentrum met een stand op de huishoudbeurs gestaan die door 60.000 bezoekers bezocht is.

Tot oktober 2012 zijn 60.000 Bewaarwijzers verspreid. De koelkast van het Voedingscentrum is ingezet op de huishoudbeurs (1.000 bezoeken) en opnieuw op Lowlands (3.000 bezoeken). Er is een nieuwe versie van de app Slim Koken ontwikkeld welke tot oktober 2012 80.000 keer gedownload is.

Net als in 2011 is samen met Lidl in 350 winkels de actie 1+1 gratis uitgevoerd. Daarbij zijn ook bewaartips voor basisproducten als brood, zuivel, groenten en fruit uitgedeeld. Daarnaast is in 2012 bij Lidl een actie rond de betekenis van de kwalificaties Tenminste Houdbaar Tot (THT) en Te Gebruiken Tot (TGT) uitgevoerd. Dit om voedselverspilling te voorkomen. Vanuit deze actie zijn 1,6 miljoen folders verspreid en zijn naar schatting 1,2 miljoen consumenten bereikt.

Een ander voorbeeld van samenwerking met retail is een actie van Deen Supermarkten en het Voedingscentrum tegen voedselverspilling. Vanuit deze actie is een koeltas ontwikkeld met daarop bewaartips van het Voedingscentrum afgebeeld. Er zijn 150.000 koeltassen verspreid en daarnaast is aandacht voor deze actie gevraagd in het Deen-informatieblad Boodschappen. Dit blad heeft een oplage van 800.000 stuks.

De activiteiten voor de jeugd zijn in 2012 ondergebracht in de programmalijn **Jeugd** van het programma Voedselkwaliteit, Voedselveiligheid en Voedselverspilling. In 2011 was al een start gemaakt met het stroomlijnen van de activiteiten voor het primair en voortgezet onderwijs. Deze ontwikkeling is in 2012 doorgezet in een doorlopende leerlijn waarin **Smaaklessen** en **Weet Wat Je Eet** geïntegreerd zijn. In het schooljaar 2011/2012 maakten in totaal 2.740 basisscholen en 325 scholen voor voortgezet- en MBO-onderwijs gebruik van de leermiddelen van het Voedingscentrum. Hiermee zijn respectievelijk ruim 600.000 leerlingen in het primair onderwijs en ruim 30.000 leerlingen in het voortgezet- en MBO-onderwijs bereikt. Wat lesmateriaal betreft heeft het Voedingscentrum Albert Heijn ondersteund door de content van het online platform Ik eet het beter te controleren.

De samenwerking met Lidl is eind 2011 voortgezet met het project **Fitfoodfunfactor**. Dit is een **lesprogramma** voor basisscholen (groep 5-8) om een gezonde leefstijl te promoten. Het project is dus breder dan alleen gezond voedsel. Ook bewegen is onderdeel van het project. Naast Lidl is de Hartstichting initiatiefnemer van het project. Het Voedingscentrum heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan de ontwikkeling van de docentenhandleiding en werkbladen van dit lesprogramma. Vanuit dit project wordt ook een **roadshow** met een Amerikaanse schoolbus uitgevoerd. Deze roadshow is eind 2011 gestart. Dit houdt in dat een schoolbus drie dagen per week langs scholen gaat om voorlichting te geven over gezond voedsel. Leerlingen kunnen bijvoorbeeld in de bus gezonde traktaties maken. Op het moment van de evaluatie werd met deze roadshow het 10.000ste kind bereikt. Verder heeft de samenwerking van het Voedingscentrum, Lidl en de Hartstichting geresulteerd in het Lidl **Kinderkookboek**. Recepten uit dit kinder-kookboek zijn in de maanden april, juni, september, oktober en december in een oplage van 90.000 stuks per keer via Lidl-winkels verspreid.

Het project **Gezonde schoolkantine** is in 2012 net als in het voorgaande jaar binnen de programmalijn jeugd voortgezet. Als gevolg van bezuinigingen is de stimuleringsprijs Gezonde schoolkantine in 2012 niet georganiseerd. Wel zijn middelen ingezet om de website in de lucht te houden en de digitale nieuwsbrief te schrijven en verspreiden. Deze nieuwsbrief verscheen in 2012 16 keer verspreid over het hele jaar. In totaal is deze nieuwsbrief onder 402 abonnees verspreid.

Ten slotte heeft het Voedingscentrum haar activiteiten voor professionals in 2012 in de programmalijs **foodprofessionals** voortgezet. Dat hield in dat in 2012 de Bachelor Award voor de achtste keer is georganiseerd en dat het Voedingscentrum contacten met het CBL en de KHN heeft gelegd om duurzaamheid op te nemen in leermiddelen voor het MBO-onderwijs. De eerder genoemde HBO-reader werd in 2012 door drie HBO-instellingen gebruikt. Daarmee is ook de oorspronkelijke doelstelling, om hiermee minstens drie HBO-instellingen te bereiken, gerealiseerd. Het ROC Mondriaan heeft in 2012 de MBO-module Het Nieuwe Eten opgezet en heeft daarvoor gebruikgemaakt van adviezen en informatie van het Voedingscentrum.

## 4.5 Bevindingen externe stakeholders

In de gesprekken met de externe partners van het Voedingscentrum zijn we ook ingegaan op het nut en de meerwaarde van het Voedingscentrum. Daarbij hebben we aandacht besteed aan de vraag welke toegevoegde waarde zij ontleen aan het Voedingscentrum. In deze paragraaf presenteren we de belangrijkste rode draden daaruit. Eerst bespreken we enkele meer algemene bevindingen, die breed gedragen worden door (bijna) alle externe partners. Daarna zoomen we in op enkele meerwaarden van het Voedingscentrum die vooral gerelateerd zijn aan het bedrijfsleven respectievelijk het onderwijs.

### Algemene bevindingen

Meer in het algemeen signaleren alle geconsulteerde externe partners dat het Voedingscentrum met name een **autoriteit** is op het gebied van **gezond en veilig voedsel**. Voor duurzaam voedsel is dat in mindere mate het geval. Een belangrijke verklaring hiervoor is waarschijnlijk dat het Voedingscentrum minder lang en consistent met dit thema aan de slag is geweest dan met de thema's gezond en veilig voedsel. Bovendien is het thema duurzaam voedsel recentelijk ook meer naar de achtergrond verdwenen bij de activiteiten van het Voedingscentrum. In paragraaf 3.4 hebben we meer uitgebreid beschreven hoe externe partners aankijken tegen het thema duurzaamheid bij het Voedingscentrum.

De status van 'autoriteit' op het gebied van gezond en veilig voedsel is in de optiek van de externe partners gestoeld op een aantal pijlers die we nu successievelijk de revue zullen laten passeren.

Allereerst is vanuit de externe partners aangegeven dat het Voedingscentrum over een **grote naamsbekendheid** beschikt in die zin dat een meerderheid van de Nederlanders bekend is met het Voedingscentrum. Dit wordt overigens ook bevestigd vanuit de gegevens die we in tabel 4.7 hierboven gepresenteerd hebben.

Verder is door de externe partners naar voren gebracht dat het Voedingscentrum ook over de nodige **kennis** en **deskundigheid** beschikt waar het gaat om **gezond, veilig (en duurzaam) voedsel**. Diverse partners hebben dat ook daadwerkelijk 'aan den lijve ondervonden' in samenwerkingsprojecten die zij met het Voedingscentrum uitgevoerd hebben. In dergelijke projecten had het Voedingscentrum namelijk veelal een belangrijke

taak bij het verzorgen van de 'content' waarbij deze deskundigheid duidelijk naar voren is gekomen.

Samenhangend met het voorgaande punt is er door vrijwel alle externe partners op gewezen dat het Voedingscentrum haar kennis over gezond, veilig (en duurzaam) voedsel op een **goed toegankelijke wijze** heeft weten om te zetten naar **informatie en voorlichting voor consumenten**. Resultaten van wetenschappelijk onderzoek worden daarbij op een aantrekkelijke en begrijpelijke wijze vertaald naar 'voorlichtingsproducten'. Ook dit wordt in feite gestaafd door de cijfers die hiervoor gepresenteerd zijn over bijvoorbeeld het gebruik van de website van het Voedingscentrum.

Vanuit diverse externe partners is er bovendien op gewezen dat het Voedingscentrum ook de nodige **creativiteit** ten toon spreid in haar **voorlichtingsactiviteiten**. Enerzijds weet zij daardoor de aandacht van de doelgroepen te trekken. Anderzijds worden daarmee ook nieuwe doelgroepen bereikt. Voorbeelden van effectieve voorlichtingsactiviteiten, die door vrijwel externe partners genoemd zijn, zijn de Schijf van Vijf en de campagnes Een kip kan niet kiezen, jij wel respectievelijk Een varken kan niet kiezen, jij wel.

Vanuit de externe partners is overigens naar voren gebracht dat het Voedingscentrum er steeds beter in slaagt om het wegvallen van traditionele massacommunicatiemiddelen zoals radio en televisie te compenseren met andere meer vernieuwende communicatiekanalen zoals social media en haar eigen website. Daarnaast weet het Voedingscentrum steeds meer gebruik te maken van (commerciële) partijen met een groot consumentenbereik.

Nog een andere belangrijke pijler betreft de **onafhankelijke positie** van het Voedingscentrum, die door alle geraadpleegde externe partners onderkend wordt. Deze positie hangt ook samen met het feit dat het Voedingscentrum niet verbonden is aan bepaalde productgroepen zoals brood, zuivel, vlees of vis. Daardoor kan het Voedingscentrum op een integrale wijze – over de productgroepen heen – voorlichting en advies geven aan consumenten, bedrijven en foodprofessionals.

Hoewel verbeteringen mogelijk zijn – met name waar het gaat om de 'stroomlijning' van de informatievoorziening met de NVWA – signaleren de externe partners dat het Voedingscentrum in de afgelopen periode bij **voedselcalamiteiten** een **toegevoegde waarde** voor met name **consumenten** heeft gehad. In het geval van voedselcalamiteiten richt de NVWA zich in eerste instantie op het betrokken bedrijfsleven en – tot een bepaalde hoogte – op de consumenten. Het Voedingscentrum heeft in aanvulling daarop dan ook een toegevoegde waarde richting consumenten. Deze toegevoegde waarde bestaat met name uit het aanreiken van handelingsperspectieven voor de consument: wat er bijvoorbeeld gedaan moet worden met reeds aangeschafte producten die een risico vormen op het gebied van voedselveiligheid. In deze zin kan het Voedingscentrum als 'ondersteunende zender' van de NVWA fungeren, iets wat bij de recente voedselcalamiteit rondom zalm ook daadwerkelijk plaatsgevonden heeft.

In de gesprekken met externe partners is verder naar voren gebracht dat het Voedingscentrum ook een **'witte vlek' invult** waar het gaat om voorlichting aan consumenten over gezond, veilig (en duurzaam) voedsel. Zij konden niet of nauwelijks partijen noemen die zich daar (deels) ook op richten. Invulling van deze witte vlek is in de optiek van de externe partners met name ook belangrijk omdat de consument in de dagelijkse praktijk zeer veel commercieel gedreven informatie over voedsel op zich afkrijgt. Voor de consument is het lastig – zo niet onmogelijk – om uit dit 'marketinggeweld' heldere informatie over gezondheid, veiligheid en duurzaamheid van voedsel te destilleren. Met het Voedingscentrum wordt de consument één centraal punt aangeboden waar dergelijke informatie op onafhankelijke wijze gepresenteerd wordt.

Naar de toekomst toe verwachten externe partners dat de unieke positie van het Voedingscentrum als onafhankelijke bron van informatie op het gebied van gezonde, veilige (en duurzame) voeding voor consumenten alleen nog maar versterkt zal worden. Dit omdat andere 'voorlichtingsbureaus' over voeding aan het verdwijnen zijn. Hierbij zijn dan met name de voorlichtingsbureaus genoemd die – bijvoorbeeld via de Productschappen – verbonden waren aan specifieke doelgroepen (en in die zin dus wel minder onafhankelijk waren dan het Voedingscentrum).

Zoals hierboven al min of meer ter sprake kwam, waren de oorspronkelijke (basis)thema's van het Voedingscentrum gezond en veilig voedsel. In de evaluatieperiode zijn daar met name vanuit het ministerie van EZ de thema's dierenwelzijn en voedselverspilling – als nadere verbijzondering van het thema duurzaamheid – aan toegevoegd. Vanuit de gesprekken met vertegenwoordigers van dit ministerie bestaat er (grote) tevredenheid over de wijze waarop het Voedingscentrum deze nieuwe thema's opgepakt heeft. Meer in het algemeen onderkennen vrijwel alle geconsulteerde externe partners dat het Voedingscentrum een aanjaagfunctie heeft gehad om **duurzaamheid** en **dierenwelzijn** te **agenderen** bij voedselproductie en voedselconsumptie. Daarmee heeft zij ook gestimuleerd dat het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties meer met deze thema's aan de slag zijn gegaan.

In het verlengde van de voorgaande punten onderkennen alle geconsulteerde externe partners dan ook dat het Voedingscentrum er in de afgelopen periode goed in geslaagd is om consumenten – maar ook bedrijven, foodprofessionals en scholen – te informeren over gezond, veilig, (en duurzaam) voedsel. Daarbij heeft zij een link weten te leggen tussen het voedselsysteem en de burger. Meer specifiek heeft het Voedingscentrum consumenten handelingsperspectieven aangereikt voor een onderbouwde keuze van (gezond en duurzaam) voedsel alsmede voor het zorgvuldig omgaan en bewaren van voedsel (voedselveiligheid). Dat daarbij ook de consument zelf het Voedingscentrum goed weet te vinden is gebleken uit de cijfers die we hiervoor gepresenteerd hebben over het bereik van verschillende 'producten' van het Voedingscentrum dan wel over het beroep dat consumenten daarop doen. Per saldo kan dan ook worden geconcludeerd dat het **Voedingscentrum** (daarmee) een **bijdrage** heeft geleverd aan het **realiseren** van de **beleidsdoelstellingen** van het ministerie van EZ (en VWS) op het gebied van gezond, veilig en duurzaam voedsel.

In het voorgaande hoofdstuk kwam al ter sprake dat het Voedingscentrum vanaf 2011 is gaan werken met jaarplannen die op zichzelf stonden (en niet meer als uitwerking van een meerjarenplan). Externe partners die daar bekend mee waren, maar ook vertegenwoordigers van het Voedingscentrum, hebben er daarbij op gewezen dat dit ten koste kan gaan van de effectiviteit van de inspanningen van het Voedingscentrum. Hiervan is met name sprake indien de jaarplannen inhoudelijk te veel fluctueren waardoor (te) veel kortstondige initiatieven ontplooid worden. In de optiek van deze respondenten zit de kracht (effectiviteit) van initiatieven namelijk ook in de herhaling. Dit is niet – of minder – mogelijk bij initiatieven die maar een korte levenscyclus hebben.

### Bedrijfsleven

Zoals hierboven aangegeven en eerder in paragraaf 3.4 kort beschreven, beschikt het Voedingscentrum over veel gezag op het gebied van gezond, veilig (en duurzaam) voedsel. Dit maakt het Voedingscentrum tot een aantrekkelijke samenwerkingspartner, ook voor het **bedrijfsleven**. Vertegenwoordigers van het bedrijfsleven spraken wat dit aangaat van het Voedingscentrum als een **sterk ‘merk’** waar zij graag gebruik van maken. Zo is er door vertegenwoordigers van het bedrijfsleven bijvoorbeeld op gewezen dat het Voedingscentrum over goede ingangen beschikt met onderwijsinstellingen, regionale GGD-organisaties en partijen zoals de Hartstichting of het Diabetes Fonds. Vanuit de externe partners – waaronder ook alle geraadpleegde vertegenwoordigers van het bedrijfsleven – is dan ook aangegeven dat het een grote meerwaarde biedt indien het Voedingscentrum haar naam aan een initiatief verbindt. Participatie van het Voedingscentrum ‘opent deuren’ die anders gesloten zouden blijven en vergroot daarmee de effectiviteit van initiatieven.

Eenzijds kan het daarbij gaan om **initiatieven** die zich richten op **consumenten** en **scholen**. Uit de evaluatie is gebleken dat ook het bedrijfsleven – bijvoorbeeld vanuit de context van MVO – meer initiatieven gaat ontplooiën op het terrein van gezond, veilig en/of duurzaam voedsel. De effectiviteit daarvan – vooral in de zin van het bereiken van de doelgroepen – is sterk gebaat met betrokkenheid van het Voedingscentrum. Dit omdat er bij scholen en consumenten vrijwel altijd zekere reserves bestaan om in zee te gaan met uitsluitend privaat gedreven initiatieven. Participatie van het Voedingscentrum schept wat dit aangaat vertrouwen waardoor consumenten wel open staan voor dergelijke gezamenlijke initiatieven.

Anderzijds is uit de raadpleging van externe partners gebleken dat het Voedingscentrum ook een positieve rol kan spelen bij **initiatieven** die zich richten op het **versterken** van (schakels van) de **agri&food keten** zelf. Aan de ene kant vanwege het feit dat het Voedingscentrum invloed heeft op het ‘sluitstuk’ van deze keten: de consument. Daarmee kan het Voedingscentrum bijvoorbeeld een rol spelen om via de consumenten deze keten ‘aan te sturen’ om daarmee bepaalde vernieuwingen geïmplementeerd te krijgen (ketenomkering). Daarnaast kan het Voedingscentrum daarmee ook invloed uitoefenen op de maatschappelijke acceptatie van deze topsector. Zo komen onderdelen van deze keten – mede omdat voedsel ook ‘emotie’ is – bijvoorbeeld regelmatig negatief in het nieuws. Van het Voedingscentrum kan in dergelijke situaties dan een belangrijke stabiliserende of neutraliserende werking uitgaan omdat zij balans of evenwicht aan kan brengen in de informatievoorziening. Dit doordat zij in haar informatievoorziening feit en

fictie over (on)gezondheids- en veiligheidsaspecten van voedsel probeert te ontrafelen en het Voedingscentrum ook bij consumenten een groot gezag geniet.

Aan de andere kant is er vanuit de geraadpleegde vertegenwoordigers van het bedrijfsleven aangegeven dat er van betrokkenheid van het Voedingscentrum ook een katalyserende werking richting de eigen achterban uit kan gaan. Of, anders geformuleerd, dat het bedrijfsleven binnen de agri&food cluster daardoor gestimuleerd wordt om vernieuwingen door te voeren en/of gezamenlijk op te treden. Net als bij de consumenten straalt betrokkenheid van het Voedingscentrum vertrouwen uit waardoor ondernemers meer en sneller in beweging komen.

Bovenstaande rollen van het Voedingscentrum worden in feite ook gestaafd door de typen samenwerkingsprojecten die zij in de afgelopen jaren met het bedrijfsleven opgezet heeft en de spreiding daarvan over verschillende schakels van de agri&food keten (primaire sector, horeca, retail e.d.). Het intensiveren van de samenwerking met private partijen, waarvan in de evaluatieperiode sprake is geweest, kan op een breed draagvlak vanuit de externe partners rekenen. Wel wordt daarbij nadrukkelijk de kanttekening geplaatst – ook door vertegenwoordigers van het bedrijfsleven zelf – dat dit nooit ten koste mag gaan van de onafhankelijkheid van het Voedingscentrum.

#### Onderwijs

Naast haar meerwaarde richting overheid (realisatie beleidsdoelstellingen), consumenten en bedrijfsleven heeft het Voedingscentrum in de afgelopen periode ook de nodige **initiatieven** richting het **onderwijs** ontplooid. In het voorgaande zijn deze initiatieven en het bereik daarvan al meer gedetailleerd aan bod gekomen. Daaruit is bijvoorbeeld gebleken dat het Voedingscentrum zich op verschillende onderwijsvormen heeft gericht, dat daarbij verschillende instrumenten ingezet zijn en dat een aantal van deze instrumenten een groot bereik heeft gekend.

In essentie heeft het Voedingscentrum in de afgelopen periode een tweetal typen instrumenten ingezet richting het onderwijs. In de eerste plaats heeft het Voedingscentrum **voorlichtingsactiviteiten** ontplooid over gezond (en duurzaam) voedsel richting leerlingen van het basisonderwijs, voortgezet onderwijs en het MBO. Doel hiervan was om kinderen en jongeren meer kennis bij te brengen van gezond en duurzaam voedsel om hen zo te faciliteren dat zij hierin verantwoorde keuzes kunnen maken.

In de tweede plaats heeft het Voedingscentrum **leermiddelen** voor het beroepsonderwijs – op het gebied van levensmiddelentechnologie, landbouw, horeca en retail – ontwikkeld en/of heeft zij een bijdrage geleverd aan lesmateriaal van derden. Via deze opleidingen worden de toekomstige foodprofessionals opgeleid. Met dit spoor wordt beoogd om foodprofessionals bewust te maken van (meer)waarden van voedsel zoals duurzaamheid en gezondheid zodat zij deze kennis ook in hun toekomstige beroep gaan toepassen. Dit spoor kan daarmee op termijn dus bijdragen aan vergroting van het aanbod van gezond en duurzaam voedsel.

In aanvulling op bovenstaande initiatieven richting het onderwijs is vanuit de gesprekken met externe partners nog naar voren gebracht dat het Voedingscentrum over **goede**

**netwerken en contacten met scholen** beschikt. Zo hebben alle geraadpleegde vertegenwoordigers van het bedrijfsleven aangegeven dat zij dankzij – en samen met – het Voedingscentrum (wel) in contact konden komen met scholen om hun gezamenlijke initiatieven op het gebied van gezond voedsel uit te dragen. Zonder betrokkenheid van het Voedingscentrum was dit (vrijwel) onmogelijk geweest.



## 5. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

### 5.1 Inleiding

In dit afrondende hoofdstuk zullen we in paragraaf 5.2 eerst de belangrijkste conclusies presenteren die uit de evaluatie te destilleren zijn. Vervolgens komen in paragraaf 5.3 de lessen naar de toekomst aan bod. We zullen deze lessen presenteren in de vorm van aanbevelingen.

### 5.2 Conclusies

In deze paragraaf komen, zoals gezegd, de belangrijkste conclusies van de evaluatie aan bod. We maken daarbij een onderscheid naar conclusies die vooral gerelateerd zijn aan het thema 'organisatie en uitvoering' respectievelijk het thema 'meerwaarde en resultaten'.

#### **Organisatie en uitvoering**

Uit de evaluatie is gebleken dat de **organisatie en uitvoering** van EZ-taken door het Voedingscentrum in de afgelopen jaren **over het algemeen voorspoedig** en **doelmatig** verlopen is. Er zijn wat dit aangaat dan ook geen majeure knelpunten uit de evaluatie naar voren gekomen. Wel zijn er op onderdelen verbeteringen mogelijk die hieronder nog ter sprake zullen komen.

Bovenstaande algemene conclusie kan vanuit een aantal sporen worden onderbouwd. Allereerst is gebleken dat de **aansturing** vanuit het **ministerie van EZ** – waar het de uitvoering van EZ-taken betreft – in **grote lijnen soepel** verloopt. Enerzijds heeft dit te maken met een vaste systematiek van overlegmomenten, met bijbehorende agenda-punten, die in de loop der jaren ontwikkeld is en goed blijkt te voldoen. Aan deze overlegmomenten neemt ook het ministerie van VWS deel. Mede daardoor verloopt ook de afstemming (van de aansturing) met dit ministerie voorspoedig. Dit wordt overigens eveneens bevorderd door het feit dat de ministeries van EZ en VWS enkele jaren geleden – met de nota Voeding en Gezondheid – een gezamenlijke beleidsvisie op gezond voedsel ontwikkeld hebben. Anderzijds is er ook sprake van 'korte lijnen' waardoor er in de uitvoering snel geschakeld kan worden tussen het ministerie van EZ en het Voedingscentrum.

Wel zijn er in de relatie tussen het ministerie van EZ en het Voedingscentrum enkele **aandachtspunten voor de toekomst** uit de evaluatie te destilleren. Allereerst is gebleken dat met name de laatste jaren het ontwikkelen en geaccordeerd krijgen van jaarplannen van het Voedingscentrum aanzienlijk meer tijd en energie vergen. Enerzijds heeft dit te maken met het feit dat er niet meer gewerkt wordt met meerjarenplannen waaruit jaarplannen 'gedestilleerd' kunnen worden. Anderzijds is met de wisselende kabinetten de beleidsomgeving, waar het gaat om gezond, veilig (en duurzaam) voedsel, minder stabiel geworden. Dit vraagt ook meer van het Voedingscentrum waar het gaat om het anticiperen op actuele beleidsontwikkelingen. Verder hebben (het tempo van) bezuinigingen in relatie tot het moment van formele beschikkingen vanuit het ministerie

van EZ in 2012 tot een incidenteel knelpunt in de uitvoering van de EZ-projectensubsidie geleid. In de loop van 2012 werd het Voedingscentrum met een bezuiniging van de EZ-projectensubsidie geconfronteerd die (veel) hoger uitviel dan verwacht was. Het Voedingscentrum heeft daar met succes<sup>8</sup> bezwaar tegen aangetekend maar het een en ander had wel als consequentie dat er vertraging is opgetreden bij de uitvoering van een deel van de activiteiten die vanuit de EZ-projectensubsidie bekostigd wordt.

De **samenwerking** en **afstemming** van het Voedingscentrum en partijen als de **NVWA** en het **RIVM** verloopt, waar het de uitvoering van EZ-taken betreft, veelal adequaat. Het RIVM is voor het Voedingscentrum een belangrijke leverancier van kennis en gegevens – bijvoorbeeld voor de Levensmiddelendatabank – waar het gaat om gezond en veilig voedsel. Wat de NVWA betreft worden enerzijds min of meer continu onderling kennis en gegevens uitgewisseld. Anderzijds is het de bedoeling dat in geval van voedselcalamiteiten de NVWA en het Voedingscentrum gezamenlijk optrekken. De opzet is daarbij dat het Voedingscentrum in dergelijke situaties van meet af aan betrokken en geïnformeerd wordt zodat zij tijdig de ‘vertaalslag’ naar consumenten kan maken (consumenten ‘handelingsperspectieven’ aanreiken). Uit de evaluatie is gebleken dat het realiseren van deze ambitie wisselend verlopen is in de afgelopen periode. De belangrijkste onderliggende verklaring daarvoor is dat de beoogde samenwerking en afstemming vooralsnog sterk persoonsgebonden is en nog (te) weinig structureel ingebed is in beide organisaties. Recente reorganisaties bij de NVWA zijn hier mede debet aan.

Voor de evaluatie is ook een aantal **externe partners** van het Voedingscentrum geconsulteerd, waaronder ook vertegenwoordigers van het bedrijfsleven. Daaruit is naar voren gekomen dat deze externe partners de **organisatie en uitvoering** van (EZ-)taken door het Voedingscentrum **positief waarderen**. Als onderbouwing daarvan is met name gewezen op aspecten zoals de creativiteit die het Voedingscentrum daarbij ten toon spreid, de aantrekkelijkheid en toegankelijkheid van het voorlichtingsmateriaal dat het Voedingscentrum uitgeeft en de goede kennis van de materie die uit dit materiaal blijkt.

Uit de evaluatie is verder gebleken dat het Voedingscentrum met name de afgelopen jaren **sterker** is gaan **inzetten op samenwerking met het bedrijfsleven**. Eén van de redenen daarvoor is dat het Voedingscentrum – vanwege richtlijnen vanuit de Rijksoverheid – geen gebruik meer mag maken van massamediacampagnes via radio en tv. Daardoor moest zij op zoek gaan naar alternatieve wegen om consumenten op meer grootschalige wijze te bereiken met haar ‘boodschappen’ en haar naamsbekendheid zo veel mogelijk op peil te houden. Over het algemeen is de taakverdeling in deze samenwerkingsprojecten dat het Voedingscentrum vooral een belangrijke rol heeft bij het verzorgen van de ‘content’ van dergelijke gezamenlijke initiatieven. Het bedrijfsleven neemt daarbij vooral het voortouw bij het verspreiden van deze content (in supermarkten, via retailbladen e.d.).

De geraadpleegde vertegenwoordigers van het **bedrijfsleven** zijn unaniem **positief** over de **samenwerking** met het **Voedingscentrum**. De belangrijkste rode draden in de verklaringen die hiervoor gegeven zijn, zijn de volgende. Allereerst wordt geconstateerd

---

<sup>8</sup> Dit omdat de bezuiniging te laat aangekondigd was.

dat het Voedingscentrum niet alleen over veel kennis op het gebied van gezond en veilig voedsel beschikt maar ook heel goed weet hoe en op welke wijze dergelijke kennis vertaald kan worden naar consumenten of naar scholen/leerlingen. Verder is door alle respondenten vanuit het bedrijfsleven naar voren gebracht dat het Voedingscentrum ook een prettige en betrouwbare samenwerkingspartner is. Afspraken worden nagekomen en de medewerkers van het Voedingscentrum zijn erg betrokken bij de thematiek.

Het belangrijkste aandachtspunt voor de samenwerking met het bedrijfsleven dat uit de evaluatie naar voren is gekomen, is dat er wel voor gewaakt dient te worden dat het **Voedingscentrum onafhankelijk blijft**. Het imago van onafhankelijkheid vormt namelijk ook de kern van de meerwaarde van het Voedingscentrum voor het bedrijfsleven maar dit imago is wel kwetsbaar indien de samenwerking met het bedrijfsleven wordt gezocht. Daarom wordt het door de externe partners – waaronder ook alle geraadpleegde vertegenwoordigers van het bedrijfsleven – **onwenselijk** geacht dat het **bedrijfsleven** (deels) zorg gaat dragen voor de **financiering** (van basisactiviteiten) van het Voedingscentrum. Voor zover het bedrijfsleven financieel betrokken is bij samenwerkingsprojecten met het Voedingscentrum dient dit ‘met gesloten beurzen’ plaats te vinden. In feite wordt daarmee dus de ‘formule’ bedoeld zoals hierboven beschreven: het Voedingscentrum levert inbreng bij de content en het bedrijfsleven neemt de distributie van deze content voor haar rekening.

Meer in het algemeen duiden de resultaten van de evaluatie er op dat de **doelmatigheid** van de uitvoering van de (EZ-)taken door het Voedingscentrum in de afgelopen jaren **toegenomen** is. Hiervoor zijn twee belangrijke oorzaken aan te geven. In de eerste plaats is er sprake geweest van een vrij grote continuïteit in de personele bezetting. Hierdoor heeft er bij het personeel opbouw van kennis en ervaringen plaatsgevonden waardoor taken in de loop der tijd efficiënter uitgevoerd konden worden. In de tweede plaats hebben bij de selectie van af te stoten typen activiteiten, als gevolg van bezuinigingen, doelmatigheidsoverwegingen een belangrijke rol gespeeld. Er is dan ook vooral ‘gesneden’ in die activiteiten die relatief gezien het minst doelmatig waren (zoals de Informatielijn voor consumenten). Verder zijn uit de evaluatie ook geen taken naar voren gekomen waar de doelmatigheid duidelijk te wensen over laat. Niet alle activiteiten zijn gelukt of even succesvol geweest, maar dit is natuurlijk ook inherent aan het grote aantal verschillende typen activiteiten dat het Voedingscentrum uitgevoerd heeft.

### **Meerwaarde en resultaten**

In de evaluatieperiode werden voor de uitvoering van de EZ-taken een aantal **overall kwantitatieve doelstellingen** geformuleerd waarvan de doelrealisatie ook gemonitord werd. Uit de evaluatie is gebleken dat deze doelstellingen deels (vrijwel) gerealiseerd zijn maar deels ook niet. De belangrijkste afwijking had te maken met de bekendheid van de campagne ‘Nederland kiest bewust’. Het aandeel Nederlanders dat daarmee bekend was viel uiteindelijk ruimschoots lager uit dan het oorspronkelijke ambitieniveau. Dit laat zich echter voor een belangrijk deel verklaren uit het feit dat het Voedingscentrum – iets wat oorspronkelijk niet voorzien was – geen massamediacampagnes op radio en tv meer uit mocht voeren. Een bevinding van de evaluatie is dat voor de overige kwantitatieve doelstellingen gold dat deze zodanig geformuleerd waren dat zij feitelijk niet één op één gekoppeld konden worden aan de ‘prestaties’ van het Voedingscentrum. Hierdoor is het

in feite ook niet mogelijk om een (causaal) verband te leggen tussen de doelrealisatie van de betreffende doelstellingen en de effectiviteit van (de activiteiten van) het Voedingscentrum. Deze doelstellingen hadden namelijk bijvoorbeeld betrekking op het aandeel Nederlanders dat aspecten van dierenwelzijn of milieuaspecten betreft bij hun aankoopbeslissingen. Het Voedingscentrum is daarbij echter maar één van de vele partijen en initiatieven die daarop invloed heeft.

Naast de hierboven besproken doelstellingen werd er ook in de **jaarplannen** consequent aandacht besteed aan het formuleren van **doelstellingen** voor de verschillende typen activiteiten die het Voedingscentrum voornemens was om te ontplooiën. Na afloop van elk jaar legde het Voedingscentrum – via **'resultatenoverzichten'** – dan ook systematisch verantwoording af over de doelrealisatie van de betreffende doelstellingen. Uit de evaluatie is gebleken dat er in de jaarplannen een groot aantal doelstellingen opgenomen werd. Een belangrijk deel hiervan was kwalitatief van aard waardoor het dan ook lastig vast te stellen viel in hoeverre en in welke mate dergelijke doelstellingen al dan niet gerealiseerd waren. Daarnaast was een deel van de doelstellingen wel kwantitatief van aard (meetbaar). Veelal ging het daarbij om **output-doelstellingen** van het Voedingscentrum zoals het aantal te bereiken consumenten, scholen en/of leerlingen.

Uit een analyse van de doelrealisatie van dergelijke output-doelstellingen is gebleken dat het Voedingscentrum in de evaluatieperiode **aanzienlijke prestaties** heeft geleverd. Enkele belangrijke voorbeelden hiervan zijn de volgende. Allereerst is gebleken dat het Voedingscentrum een **grote bekendheid** geniet bij Nederlandse consumenten. Zo bezoeken jaarlijks miljoenen Nederlanders de website van het Voedingscentrum. In 2012 werd deze website bijvoorbeeld meer dan 9 miljoen keer bezocht terwijl het aantal unieke 'hits' daarbij op ruim 5 miljoen uitkwam.

In aanvulling op de website hebben we kunnen constateren dat het Voedingscentrum in de loop van de evaluatieperiode ook **actiever** is gaan **inzetten** op **social media** zoals Facebook en Twitter. Eén van de redenen daarvoor is het hierboven al genoemde gegeven dat het Voedingscentrum, vanwege het verbod op massamediacampagnes, alternatieve paden moet bewandelen om de doelgroepen te bereiken. Samenhangend hiermee is het Voedingscentrum vrij recentelijk ook gestart met de ontwikkeling van **'apps'** zoals Slim Koken en Balansdag. Het succes van dit spoor blijkt wel uit het feit dat de apps van het Voedingscentrum in 2012 al meer dan 200.000 keer werden gedownload. Verder weet het Voedingscentrum de doelgroep ook met (digitale) nieuwsbrieven te bereiken. Zo is het aantal abonnees van de maandelijkse nieuwsbrief van het Voedingscentrum in enkele jaren gegroeid naar meer dan 75.000 abonnees.

Naast digitale informatie heeft het Voedingscentrum in de afgelopen periode ook een **groot aantal schriftelijke brochures en boekjes verspreid**. In 2012 ging het bijvoorbeeld om meer dan 2 miljoen exemplaren. Het overgrote deel van deze informatie wordt gratis verstrekt terwijl het resterende deel – ruim 10% van de verspreide aantallen schriftelijke exemplaren – verkocht wordt. Belangrijke voorbeelden van dergelijk schriftelijk materiaal zijn de folder 'Eet Gezond! Schijf van Vijf', de basisreeks 'Overgewicht' en diverse materialen die gericht zijn op gezond voedsel bij kinderen.

Verder is uit de evaluatie gebleken dat het Voedingscentrum ook **actief** geweest is richting **scholen**. Daarbij is een **breed 'spectrum'** van het onderwijs – variërend van het basis- tot en met het hoger onderwijs – **bereikt**. Bij het bereiken van het onderwijs wordt overigens ook nauw samengewerkt met het bedrijfsleven en dan met name de retail en de horeca. In essentie heeft het Voedingscentrum een tweetal verschillende typen activiteiten ontplooid richting het onderwijs.

In de eerste plaats zijn **onderwijsactiviteiten** (ontwikkeling lespakketten) voor het onderwijs uitgevoerd. Bekende voorbeelden hiervan zijn Smaaklessen (voor het basisonderwijs) en Weet wat je Eet (voor het voortgezet en MBO onderwijs). Bij Smaaklessen heeft het Voedingscentrum een adviserende rol bij de ontwikkeling van het lesmateriaal. In de periode 2006 tot 2012 hebben ruim 2.700 scholen deelgenomen aan dit initiatief. Daarmee zijn circa 600.000 scholieren bereikt. Weet wat je eet is een interactief online lesprogramma waarin ook andere producten van het Voedingscentrum geïntegreerd zijn. Ten tijde van de evaluatie namen ongeveer 1.500 scholen en naar schatting ruim 40.000 leerlingen deel aan dit lesprogramma.

Vermeldenswaard is verder nog dat het Voedingscentrum ook betrokken is geweest bij de ontwikkeling van lesprogramma's voor **foodprofessionals**. Daartoe heeft zij onder andere een HBO-reader (Meer dan lekker) ontwikkeld. Op het moment van de evaluatie maakten een drietal hogescholen – die foodprofessionals opleiden – gebruik van deze reader. Doel van deze reader is om deze leerlingen (nog) bewuster te maken van andere 'meerwaarden' van voeding (dan smaak en prijs) zoals gezondheid, dierenwelzijn, milieu en fair trade. De achterliggende gedachte daarbij is dat indien toekomstige foodprofessionals zich hier bewuster van worden dat dit op termijn zal leiden tot een uitbreiding van het aanbod van gezond en duurzaam voedsel. Naast activiteiten voor het HBO heeft het Voedingscentrum voor MBO-horeca opleidingen de digitale les Vet gezond in de horeca ontwikkeld. Meer in het algemeen heeft het Voedingscentrum haar website ook aangepast voor het voeding gerelateerde onderwijs. Op de website zijn voor verschillende onderwijsniveaus materialen te verkrijgen.

In de tweede plaats heeft het Voedingscentrum **voorlichtingscampagnes** richting het onderwijs opgezet. Een belangrijk voorbeeld daarvan is de campagne Lekker Belangrijk! die als doel had om kinderen te voorzien van informatie over gezond en duurzaam voedsel. Naast een specifieke website [www.lekkerbelangrijk.nl](http://www.lekkerbelangrijk.nl) (die inmiddels geïntegreerd is in de centrale website van het Voedingscentrum) is daartoe ook het magazine Lekker Belangrijk! uitgegeven. Ten tijde van de evaluatie waren er acht nummers van dit magazine verschenen met een gemiddelde oplage van ruim een half miljoen.

Meer recentelijk is het Voedingscentrum, eveneens in samenwerking met private partijen, actiever aan de slag gegaan met het thema **Voedselverspilling**. Daartoe is bijvoorbeeld een online platform opgezet dat in 2011 door meer dan 240.000 bezoekers is bezocht. Ook zijn er verschillende versies van een brochure Bewaarwijzer (door)ontwikkeld waarvan er ten tijde van de evaluatie circa 160.000 zijn verspreid.

Naast het analyseren van de verschillende resultatenoverzichten hebben we ook in de gesprekken met **externe partners** aandacht besteed aan de **meerwaarde** van het **Voedingscentrum**. Daaruit is over het algemeen een **(zeer) positief beeld** uit naar voren gekomen. De belangrijkste verklaringen daarvoor zijn de volgende. Allereerst wordt door deze partners unaniem onderkend dat het Voedingscentrum een autoriteit is – en ook zo gezien wordt – op het gebied van gezond en veilig voedsel. Deze autoriteit is gestoeld op een aantal pijlers. Allereerst heeft dit te maken met de grote naamsbekendheid die het Voedingscentrum volgens deze externe partners heeft. Verder beschikt het Voedingscentrum in de optiek van de externe partners over de nodige kennis en deskundigheid op het gebied van gezond en veilig voedsel. Dit weet zij bovendien op een goed toegankelijke – en ook creatieve – wijze te vertalen naar informatie en voorlichting voor consumenten. Een andere belangrijke pijler wordt gevormd door de onafhankelijke positie van het Voedingscentrum. Daardoor is zij in staat om op een integrale – over productgroepen heen – en objectieve wijze voorlichting en advies te geven. In deze zin vult het Voedingscentrum dan ook een ‘witte vlek’ in.

Zoals hiervoor al ter sprake kwam, is uit de evaluatie naar voren gekomen dat het Voedingscentrum actiever is gaan inzetten op **samenwerking** met het bedrijfsleven. Uit de raadpleging van vertegenwoordigers van het bedrijfsleven is gebleken dat samenwerking met het Voedingscentrum ook **voor het bedrijfsleven** belangrijke **toegevoegde waarde** heeft. Naast inbreng van kennis en creativiteit (door het Voedingscentrum) wijzen de private partners daarbij ook op het belang van de netwerken en contacten van het Voedingscentrum. Door samen te werken met het Voedingscentrum worden deuren – bij consumenten, scholen, leerlingen – geopend die anders gesloten zouden blijven. Deze samenwerking resulteert voor het bedrijfsleven dus in een grotere effectiviteit van initiatieven. Verder kan het Voedingscentrum ook een rol spelen bij het versterken van (schakels van) de agri&food keten. Enerzijds heeft het Voedingscentrum een belangrijke relatie met het sluitstuk van deze keten: de consument. Daarmee heeft het Voedingscentrum met haar activiteiten niet alleen invloed op de maatschappelijke acceptatie van deze topsector maar kan zij ook een rol spelen om – via de consumenten – deze keten ‘aan te sturen’ om daarmee de ontwikkeling en implementatie van vernieuwingen te stimuleren. Anderzijds blijkt betrokkenheid van het Voedingscentrum ook voor ondernemersgerichte initiatieven van belang te zijn. Deze betrokkenheid straalt namelijk ook richting ondernemers (net als consumenten) ‘vertrouwen’ uit waardoor ondernemers meer en sneller in beweging komen bij het ontwikkelen dan wel adopteren van vernieuwingen.

In de optiek van (alle) geraadpleegde externe partners is het Voedingscentrum er in de afgelopen jaren goed in geslaagd om consumenten – maar ook bedrijven, food-professionals en scholen – te informeren over gezond, veilig (en duurzaam) voedsel. Dit wordt in feite ook onderschreven vanuit de hierboven gepresenteerde cijfers over het bereik van de verschillende ‘producten’ van het Voedingscentrum. Per saldo kan dan ook geconcludeerd worden dat het Voedingscentrum (daarmee) een **bijdrage** heeft geleverd aan het **realiseren** van de **beleidsdoelstellingen** van het ministerie van EZ (en VWS) en daarmee als een **effectief ‘instrument’** te bestempelen valt.

### 5.3 Aanbevelingen

In deze afsluitende paragraaf presenteren we de lessen naar de toekomst die uit de resultaten van de evaluatie te destilleren zijn. Daartoe zullen we in het navolgende een aantal aanbevelingen formuleren. We zullen de aanbevelingen onderbouwen vanuit de resultaten van de evaluatie.

1. Continueer en intensiveer als Voedingscentrum de samenwerking met het bedrijfsleven in de breedte.

#### Achtergrond

In de afgelopen jaren is het Voedingscentrum sterker gaan inzetten op samenwerking met het bedrijfsleven. Uit de resultaten van de evaluatie blijkt dat deze samenwerking een win-win situatie voor beide partijen op kan leveren. Een belangrijke win voor het Voedingscentrum is bijvoorbeeld dat met de distributiekanaal van private partijen grote groepen consumenten bereikt kunnen worden. Deze win is des te belangrijker geworden vanwege het feit dat het Voedingscentrum geen massamediacampagnes meer uit mag voeren. Voor het bedrijfsleven is de win vooral gelegen in het feit dat betrokkenheid van het Voedingscentrum initiatieven meer 'status' geeft en daardoor ook resulteert in een grotere ontvankelijkheid bij de doelgroepen (consumenten, scholen e.d.). Naar de toekomst toe verdient het dan ook aanbeveling om deze ingeslagen weg (versterkt) te continueren. Daarbij zal er wel voor gewaakt dienen te worden dat de samenwerking niet tot een klein aantal private partijen beperkt wordt maar dat hierin steeds naar verbreding gezocht wordt. Dit om te voorkomen dat het onafhankelijke imago van het Voedingscentrum hierdoor aangetast wordt.

2. Maak de financiering van het Voedingscentrum niet (te zeer) afhankelijk van het bedrijfsleven.

#### Achtergrond

Cruciaal voor het functioneren van het Voedingscentrum is haar onafhankelijke imago. Dit imago is voor een belangrijk deel ook gestoeld op het feit dat het Voedingscentrum voornamelijk door de overheid gefinancierd wordt en (dus) niet afhankelijk is van financiële bijdragen vanuit het bedrijfsleven. Uit de evaluatie is gebleken dat de externe partners – waaronder ook het bedrijfsleven zelf – het van groot belang vinden dat naar de toekomst de onafhankelijkheid van het Voedingscentrum gewaarborgd blijft. Alleen dan blijft het Voedingscentrum namelijk een interessante samenwerkingspartner. Private financiering staat hier op sterk gespannen voet mee. Dit omdat het risico dan erg groot is dat er – vanuit het spreekwoord 'wiens brood men eet diens woord men spreekt' – vraagtekens gezet zullen worden bij de onafhankelijkheid van het Voedingscentrum. Voor zover er sprake is van private financiering zou dit dan ook vooral betrekking dienen te hebben op (mede)financiering van projecten (en geen directe financiering van het Voedingscentrum zelf). Hierbij kan gedacht worden aan samenwerkingsprojecten 'met gesloten beurzen' zoals die nu al plaatsvinden: het Voedingscentrum helpt bij de content en het bedrijfsleven neemt de kosten voor verspreiding daarvan voor haar rekening.

### 3. Continueer de financiële betrokkenheid van het ministerie van EZ.

#### **Achtergrond**

Vanuit de evaluatie zijn er meerdere argumenten te geven voor voortzetting van financiële betrokkenheid van het ministerie van EZ. Allereerst is gebleken dat het Voedingscentrum zich in de afgelopen jaren adequaat van haar EZ-taken gekweten heeft. Daarnaast speelt het ministerie van EZ nog steeds een beleidsmatige rol bij de thema's voedselkwaliteit, voedselveiligheid en duurzaamheid. Dit zijn thema's waar het Voedingscentrum in de afgelopen jaren actief mee is geweest en (dus) de nodige kennis en expertise mee heeft opgebouwd. Verder hebben we kunnen zien dat het Voedingscentrum sterker in is gaan zetten op samenwerking met het bedrijfsleven en dat het bedrijfsleven daar ook een meerwaarde aan ontleent. Samenhangend hiermee kan het Voedingscentrum naar de toekomst ook een ondersteunende rol spelen bij het topsectorenbeleid van het ministerie van EZ en dan met name voor de agri&food sector. In de eerste plaats omdat het Voedingscentrum via haar voorlichting over voeding het maatschappelijk draagvlak voor deze sector kan versterken. Ten tweede omdat consumenten als 'sluitstuk' van de agri&food keten een sleutelrol vervullen om innovaties te stimuleren dan wel geïmplementeerd te krijgen. Met haar voorlichting richting consumenten kan het Voedingscentrum hier dus een rol in spelen. In de derde plaats hebben we kunnen zien dat het Voedingscentrum ook een rol kan spelen bij het versterken van (schakels van) de agri&food keten zelf. De kennis, het netwerk en de autoriteit van het Voedingscentrum kunnen helpen om ondernemers aan te zetten tot vernieuwingen.

### 4. Ga (weer) met meerjarenplannen werken.

#### **Achtergrond**

In essentie zijn er twee argumenten te geven voor de aanbeveling om weer met meerjarenplannen te gaan werken. In de eerste plaats is gebleken dat het werken met jaarplannen – waarvan in de tweede helft van de evaluatieperiode sprake was – van zowel het Voedingscentrum als het ministerie van EZ de nodige tijd en energie vergt. In de periode dat er nog met meerjarenplannen werd gewerkt, kostte het ontwikkelen van meerjarenplannen ook wel de nodige inspanningen maar in de jaren daarna konden de jaarplannen dan wel betrekkelijk eenvoudig uit de meerjarenplannen gedestilleerd worden. In deze zin kan het werken met meerjarenplannen dus ten goede komen aan de doelmatigheid.

In de tweede plaats maakt het werken met jaarplannen het voor het Voedingscentrum lastig om langere termijn initiatieven te ontplooiën. Dit omdat het onzeker is of een bepaalde activiteit volgend jaar nog wel gefinancierd zal worden. Dit kan bij bepaalde initiatieven ten koste gaan van de doeltreffendheid, bijvoorbeeld omdat de kracht van communicatie-uitingen ook mede bepaald wordt door de herhaling daarvan. Op grond hiervan zou dan ook overwogen kunnen worden om bij de instellingssubsidie bijvoorbeeld met een meerjarenplan voor vier jaar te gaan werken en bij de projectensubsidie een termijn van bijvoorbeeld twee jaar aan te houden.



## 5. Tracht het formele traject van toekenning van middelen te versnellen.

### **Achtergrond**

In de praktijk komt de formele beschikking van het ministerie van EZ gedurende het lopende jaar af. In de eerste jaren van de evaluatieperiode heeft dit ook geen fricties opgeleverd. In 2012 is dit voor de projectensubsidie echter anders verlopen waardoor het Voedingscentrum haar planning van activiteiten drastisch moest veranderen. Mede gezien deze ervaring verdient het aanbeveling om formele beschikkingen van het ministerie van EZ te vervroegen. Om dit te realiseren is het enerzijds wenselijk dat het Voedingscentrum er in haar planning rekening mee houdt dat het geaccordeerd krijgen van haar jaarplannen meer doorlooptijd vergt dan voorheen. Deze langere doorlooptijd heeft er in de afgelopen jaren namelijk toe geleid dat het Voedingscentrum later dan gebruikelijk (en wenselijk) was haar jaarplannen bij EZ in kon dienen waardoor de betreffende beschikkingen ook in de tijd doorschoven. Anderzijds is het wenselijk dat het ministerie van EZ tot een verkorting van de formele beoordelingsprocedure tracht te komen.

## 6. Kom tot een prioritering en 'indikking' van het aantal doelstellingen.

### **Achtergrond**

Uit de evaluatie is gebleken dat het Voedingscentrum in haar jaarplannen en resultatenoverzichten gewerkt heeft met een (zeer) groot aantal doelstellingen. Een belangrijk deel daarvan was bovendien kwalitatief van aard waardoor het niet eenduidig vast te stellen viel óf dan wel in welke mate dergelijke doelstellingen gerealiseerd waren. Verder hebben we kunnen zien dat er ook niet echt sprake was van een prioritering van doelstellingen in bijvoorbeeld hoofd- en nevendoelestellingen. Gelet op deze bevindingen verdient het in de eerste plaats aanbeveling om naar de toekomst tot een aanzienlijke reductie van het aantal doelstellingen te komen. Daarbij ligt het voor de hand om vooral te 'snijden' in de meer kwalitatieve doelstellingen. In de tweede plaats kan het een meerwaarde hebben om een onderscheid in kern- versus afgeleide doelstellingen te maken.

## 7. Formuleer doelstellingen die direct(er) gekoppeld zijn aan het functioneren en de 'prestaties' van het Voedingscentrum.

### **Achtergrond**

In de evaluatieperiode is ook wel met een aantal meetbare (kwantitatieve) doelstellingen voor het Voedingscentrum gewerkt. Echter, voor het merendeel van deze doelstellingen gold in feite dat er sprake was van een vrij zwak verband met de 'prestaties' van het Voedingscentrum. Dit omdat naast (de activiteiten van) het Voedingscentrum ook veel andere initiatieven en partijen invloed hebben op de realisatie van deze doelstellingen. Dit geldt bijvoorbeeld voor doelstellingen die betrekking hebben op het aandeel consumenten dat aspecten van milieu of dierenwelzijn betreft bij hun aankoopbeslissingen.

Naar de toekomst toe verdient het dan ook aanbeveling om doelstellingen te formuleren die directer gerelateerd zijn aan de prestaties van het Voedingscentrum. Enerzijds zou daarbij gekozen kunnen worden voor een aantal gekwantificeerde outputdoelstellingen, iets wat nu (deels) ook al plaatsgevonden heeft in de jaarplannen. Voorbeelden hiervan zijn het aantal consumenten dat per jaar een beroep doet op de website, het aantal op te zetten samenwerkingsprojecten met bedrijven, het aantal scholen dat in projecten betrokken wordt, enzovoort. Anderzijds zou periodiek een meting onder consumenten (en eventueel bedrijven uit de agri&food) uitgevoerd kunnen worden. Daarin zouden dan bijvoorbeeld de bekendheid van (bepaalde activiteiten van) het Voedingscentrum, de waardering daarvoor en de impact daarvan op gedragsverandering in kaart gebracht kunnen worden. De resultaten daarvan zouden vervolgens afgezet kunnen worden tegen doelstellingen die van te voren voor deze variabelen (bekendheid, waardering, impact op gedrag) geformuleerd zijn.

## 8. Structureer de samenwerking met de NVWA.

### **Achtergrond**

Met name rondom voedselcalamiteiten kan de samenwerking en afstemming tussen de NVWA en het Voedingscentrum nog verbeterd worden. Dit omdat in de huidige situatie het succes daarvan te veel persoonsgebonden is. Het verdient dan ook aanbeveling om deze samenwerking en afstemming meer structureel in te bedden in beide organisaties. Daartoe zouden enerzijds protocollen of werkafspraken over hoe gezamenlijk te handelen bij voedselcalamiteiten op papier gezet kunnen worden. Anderzijds zouden deze protocollen of werkafspraken vervolgens ook breder bekend gemaakt dienen te worden binnen zowel de NVWA als het Voedingscentrum. Hiermee kan gerealiseerd worden dat meer personen (dan nu) bekend zijn met het antwoord op de vraag hoe en op welke wijze de NVWA en het Voedingscentrum hun activiteiten op elkaar af dienen te stemmen bij voedselcrises.

## 9. Focus als Voedingscentrum naar de toekomst op de thema's gezond en veilig voedsel.

### **Achtergrond**

De resultaten van de evaluatie duiden er op dat het Voedingscentrum vooral als autoriteit gezien wordt op het gebied van gezond en veilig voedsel. Dit zijn in feite de 'vensters' naar de buitenwereld en rondom deze thema's zoekt bijvoorbeeld ook het bedrijfsleven de samenwerking met het Voedingscentrum. Het verdient dan ook aanbeveling dat het Voedingscentrum zich naar de toekomst vooral op deze thema's blijft focussen en zich niet, zoals in de evaluatieperiode wel is gebeurd, met te veel andere thema's evenzeer probeert te profileren. Dit komt de positionering van het Voedingscentrum niet ten goede. Ook vanuit het perspectief van reductie van middelen, waar het Voedingscentrum mee geconfronteerd wordt, ligt het voor de hand om de aandacht niet te veel te versnipperen over uiteenlopende thema's maar hier focus in aan te brengen. Eventuele andere thema's – zoals duurzaamheid – zouden enerzijds heel selectief en anderzijds 'in het verlengde' van de hierboven genoemde prioritaire thema's opgepakt kunnen worden ('dit is niet alleen heel gezond maar ook duurzaam omdat...').

10. Inventariseer welke taken of activiteiten van de Productschappen van meerwaarde kunnen zijn voor het Voedingscentrum.

### **Achtergronden**

De opzet is dat de Productschappen binnenkort zullen verdwijnen. Vanuit deze schappen zijn in de afgelopen jaren ook initiatieven ontplooid op het gebied van voorlichting over voeding. Daarom kan het een meerwaarde hebben indien het Voedingscentrum bij de Productschappen gaat 'schatgraven'. Dit om vast te stellen of zich onder deze initiatieven nog 'parels' bevinden die van meerwaarde kunnen zijn voor (de activiteiten van) het Voedingscentrum.



## LITERATUUR

- Bureau Bestuursraad/Rijkstoezicht, 2009  
*Voedingscentrum, Toezichtrapportage 2009*
- Gezondheidsraad, 2011  
*Richtlijnen goede voeding ecologisch belicht*
- Ministerie van Economische Zaken, 2011  
*Brief Ministerie van Economische Zaken: korting instellingssubsidie Voedingscentrum*
- Ministerie van Economische Zaken, 2009  
*Nota Duurzaam Voedsel*
- Motivaction, 2011  
*Voedingscentrum: Naamsbekendheid en imago 2011*
- Motivaction, 2009-2011  
*Diverse metingen van het project Voedselkwaliteit*
- Ruigrok NetPanel, 2007-2009  
*Diverse onderzoeken naar waardering en effect campagne Lekker Belangrijk!*
- Voedingscentrum, 2012  
*Rapport, cijfers bereik verschillende media in 2012*
- Voedingscentrum, 2008-2012  
*Diverse jaarplannen en resultatenoverzichten*
- Voedingscentrum, 2008-2011  
*Diverse jaarverslagen*
- Voedingscentrum, 2011  
*Eindrapportage programma Duurzaam eten*
- Voedingscentrum, 2011  
*Verslag project Voorkom voedselverspilling*
- Voedingscentrum, 2010  
*Eindrapportage Gezondheid en meerwaarden in aanbod bepalend onderwijs 2009-2010*
- Voedingscentrum, 2009-2010  
*Eindrapportages project Voedselkwaliteit 2009 en 2010*

Voedingscentrum, 2009

*Goed bewaren – Niet verspillen, projectplan*

## BIJLAGE 1 GERAADPLEEGDE PERSONEN

Naam	Organisatie
Mevr. S. Aalbers	Ahold
Mevr. K. Bemelmans	Voedingscentrum
Dhr. J. de Blok	Productschap Tuinbouw
Dhr. R. Brouwer	Ministerie van EZ
Dhr. F. Cohen	Voedingscentrum
Dhr. C. van Dooren	Voedingscentrum
Dhr. J. Jager	Voedingscentrum
Dhr. F. Janssen	Voorlichtingsbureau Brood
Mevr. H. Klerken-Cox	Ministerie van VWS
Dhr. F. Kremer	Food Policy
Dhr. C. Krikken	NVWA
Mevr. E. de Kruijff	Koninklijke Horeca Nederland
Mevr. S. Nederhoed	Lidl Nederland
Mevr. S. van Paridon	Ahold
Mevr. I. van de Pas	Ministerie van EZ
Mevr. M. Pieters	RIVM
Dhr. H. Reinen	Ministerie van VWS
Dhr. W. Rosekrans	Voedingscentrum
Mevr. M. Somhorst	Lidl Nederland
Dhr. T. Timmermans	Wageningen UR
Dhr. H. Verhagen	RIVM
Mevr. J. Vis	Voedingscentrum