

NATIONALE WEEK ZONDER VLEES

BELEIDSPLAN 2019 - 2023

WWW.WEEKZONDERVLEES.NL

Stichting Nationale Week Zonder Vlees
weekzondervlees@gmail.com | 06 46 53 53 63
De Lairessestraat 119-2 | 1075 HH Amsterdam

INHOUD

Inleiding	3
1. Opzet van de campagne	4
1.1 Visie en missie	4
1.2 Doelstelling	6
1.3 Strategie	6
2. Stichting Nationale Week Zonder Vlees	8
2.1 Het bestuur	8
2.2 Uitvoerend team	10
3. Administratie en financiën	11
3.1 Fiscale gegevens	11
3.2 Financiële verantwoording	11
4. Toekomstambities	14
4.1 In Nederland	14
4.2 Internationaal	14

INLEIDING

Voor je ligt het beleidsplan van Stichting Nationale Week Zonder Vlees.

Stichting Nationale Week Zonder Vlees is een stichting met ANBI-status. De stichting is het non-profit initiatief van Food Consultancy & Communications Agency Green Food Lab, opgericht door Isabel Boerdam, bekend van haar foodblog De Hippe Vegetariër. Nationale Week Zonder Vlees wil zo veel mogelijk mensen in Nederland op een concrete manier bewust maken van de positieve impact van minder vlees eten, en laten zien hoe gemakkelijk dit eigenlijk kan zijn.

Dit beleidsplan is ontwikkeld om iedereen inzicht te geven in onze missie, strategie, toekomstplannen en ambities. Ook is dit plan een leidraad bij fondsenwerving, budgetkeuzes en strategische afwegingen.

Zoals de ANBI-status van ons verlangd, wordt alle informatie alsmede dit beleidsplan openbaar gepubliceerd en actueel gehouden. Belangstellenden kunnen deze informatie inzien en downloaden.

Contact met de stichting verloopt via www.weekzondervlees.nl, onze social media kanalen, per email via weekzondervlees@gmail.com of telefonisch met onze voorzitter via: 06 46 53 53 63 (Isabel Boerdam).

I. OPZET VAN DE CAMPAGNE

De Nationale Week Zonder Vlees heeft een duidelijke visie en missie, met daaruit voortvloeiende doelstellingen en concrete strategie. Hieronder worden ze stap voor stap uiteengezet.

I.1 Visie en missie

Nationale Week Zonder Vlees

De Nationale Week Zonder Vlees heeft als doel om, samen met een collectief van bedrijven in de voedingsindustrie, een wezenlijke bijdrage leveren aan de uitdagende klimaatdoelstellingen.

De huidige vleesconsumptie heeft immers een directe relatie met de overmatige CO₂-uitstoot, en is – in tegenstelling tot duurzame oplossingen zoals zonnepanelen en elektrische auto's – zonder grote investering en zonder concessies vandaag nog aan te pakken.

Stichting Nationale Week Zonder Vlees opereert vanuit de overtuiging dat elke dag vlees eten niet meer van deze tijd is en wil daarom een meer flexitairisch eetpatroon, waarin vlees en vis afgewisseld worden met vegetarische gerechten, promoten.

Wij zijn van mening dat vegetarisch eten niet saai, smakeloos of ingewikkeld is. Door één week de uitdaging aan te gaan en kennis te maken met nieuwe producten, recepten en gerechten, maken mensen kennis met de vegetarische keuken, zodat zij dat vervolgens structureel in hun eetpatroon kunnen doorvoeren.

Vanuit de overtuiging “proeven en proberen is geloven” zullen wij alle mensen die mee doen aan de Nationale Week Zonder Vlees inspireren en praktische handvatten geven om tijdens de week maar ook daarna op een makkelijke en lekkere manier minder vlees te eten.

Zo hopen we zoveel mogelijk Nederlanders te inspireren tot een gebalanceerd en duurzaam voedingspatroon, waarin vegetarisch zeker zo'n prominente plek heeft als vlees. Op naar een groener voedingspatroon in Nederland!

Green Food Lab

In 2018 bedacht Isabel Boerdam de Nationale Week Zonder Vlees in haar eentje, aan haar keukentafel. Samen met een leger aan studenten rolde ze de campagne uit en wist Nederland in beweging te brengen. Sinds 2019 organiseert Isabel de Nationale Week Zonder Vlees niet meer alleen, maar organiseert de campagne vanuit haar in 2018 geboren bedrijf Green Food Lab, een Food Consultancy & Communications Agency.

Green Food Lab gelooft dat plantaardig eten de toekomst is. Elke dag vlees eten is niet meer van deze tijd, dat is een duurzame ontwikkeling waarop de voedselindustrie moet inspelen. Méér groenten en minder vlees is de eerste stap om dit doel te bereiken.

Vanuit deze visie ondersteunt en adviseert Green Food Lab alle food bedrijven die deze duurzame missie in de praktijk brengen.

Passend bij een organisatie met een duurzame missie, is de Nationale Week Zonder Vlees nu het non-profit initiatief van Green Food Lab, en sluit naadloos aan bij de bedrijfsmissie.

Zo vertalen Isabel en haar team met de Nationale Week Zonder Vlees de missie en visie van Green Food Lab naar concrete acties met direct meetbare resultaten. Je daden zeggen immers meer dan duizend woorden.

Zo hopen we minder vlees de nieuwe normaal te maken in het voedselpatroon.

1.2 DOELSTELLING

Stichting Nationale Week Zonder Vlees wil Nederland op een concrete manier bewust maken van de positieve impact van minder vlees eten, en laten zien hoe gemakkelijk dit kan zijn. Stichting Nationale Week Zonder Vlees heeft als doel:

- Het promoten van een flexitairisch eetpatroon, waarin vlees en vis wordt afgewisseld met plantaardige gerechten, vanuit het besef dat elke dag vlees eten belastend is voor het klimaat.
- Het bewust maken van Nederland van de positieve impact van een verminderde vleesconsumptie op mens, dier en milieu, en laten zien hoe lekker, leuk en eenvoudig het is om plantaardig te eten;
- Het initiatief van de Nationale Week Zonder Vlees onder de aandacht brengen bij zo veel mogelijk Nederlanders, door samenwerkingen aan te gaan met bedrijven, scholen, kantines, horecabedrijven universiteiten en openbare instellingen;
- Het jaarlijks laten terugkeren van de Nationale Week Zonder Vlees en zo een wekelijkse dag zonder vlees in Nederland stap-voor-stap tot de nieuwe standaard maken.
- Het onderzoeken van de mogelijkheden tot uitbreiding van de campagne naar Europa.

1.3 Strategie

Om bovenstaande doelstelling te bereiken hanteren wij de volgende strategie:

- Het delen van kennis en inspiratie over een meer plantaardig voedingspatroon via al onze kanalen: website, social media, nieuwsbrief en magazine;
- Online & offline mediacampagne om zo veel mogelijk mensen te enthousiasmeren om mee te doen aan de Nationale Week Zonder Vlees;

- Het samenwerken met retailers en producenten die helpen om de boodschap uit te dragen en te ondersteunen met praktische oplossingen;
- Het ontwikkelen van een lespakket over bewuste vleesconsumptie voor basis- en middelbare scholen;
- Samenwerking met cateraars voor een vergroot vegetarisch aanbod in bedrijfsrestaurants, snelweglocaties en universiteiten;
- Speciaal vegetarische aanbod in restaurants en cafés door heel Nederland onder de paraplu van De Vegetarische Restaurantweek.

WAT JIJ BESPAART DOOR ÉÉN WEEK GEEN VLEES TE ETEN



130 liter water



76 km autorijden



770 gram dierenvlees



2. STICHTING NATIONALE WEEK ZONDER VLEES

Stichting Nationale Week Zonder Vlees is een stichting met ANBI-status en is ingeschreven onder KVK nummer: 69939837, adres De Lairessestraat 119-2, 1075 HH te Amsterdam.

Het bestuur bestaat uit een voorzitter, secretaris en penningmeester die samen bevoegd zijn, daarnaast heeft het bestuur een adviseur:

- Voorzitter: Isabel Boerdam, oprichter Green Food Lab
- Secretaris: Roger van Hoesel, managing director FoodValleyNL
- Penningmeester: Tim de Boer, oprichter Tim de Boer Consultancy
- Adviseur: Marcel Beukeboom, klimaatgezant Koninkrijk der Nederlanden

2.1 Het bestuur

Het bestuur van Stichting Nationale Week Zonder Vlees bestaat uit:



Isabel Boerdam – Voorzitter

Isabel (1990), oprichter van Food Consultancy & Communications Agency Green Food Lab en bekend van het foodblog De Hippe Vegetariër, is het brein achter het initiatief van de Nationale Week Zonder Vlees. Als vegetarische expert en voorzitter stemt Isabel beslissingen af met het bestuur, werkt voortdurend aan de toe-

komstambities van de Nationale Week Zonder Vlees, coördineert de uitrol van de campagne en begeleidt het team van Green Food Lab bij de uitvoer hiervan. Ook is Isabel de woordvoerder van de Nationale Week Zonder Vlees.



Roger van Hoesel – Secretaris
Roger (1965), is vanaf de start betrokken bij FoodValleyNL, inmiddels als Managing Director. Foodvalley is het agrifood-ecosysteem in Nederland dat de samenwerking tussen bedrijven, kennisinstellingen, onderwijs en overheden bevordert, zowel lokaal als internationaal. De plantaardige eiwittransitie is een belangrijk thema op de agenda van FoodValleyNL, dus vanuit dat perspectief steunt Roger met raad en daad de missie en visie van de Nationale Week Zonder Vlees.



Tim de Boer – Penningmeester
Tim (1963) is overtuigd vegetariër en heeft jarenlange ervaring op het gebied van communicatie en gedragsverandering vanuit zijn functies als directeur van internationaal communicatiebureau Ketchum en CMO van advocatenkantoor Houthoff. Inmiddels werkt hij zelfstandig als strategisch consultant. Tim staat voor 100% achter de visie en missie van de Nationale Week Zonder Vlees en zet zijn kennis, netwerk en energie om de stichting te helpen haar doelstellingen te bereiken.



Marcel Beukeboom – Adviseur en ambassadeur

Marcel (1972) is bewust flexitariër en sinds 2016 Klimaatgezant voor het Koninkrijk der Nederlanden. In deze rol vertegenwoordigt hij Nederland over de grens wanneer het over klimaat gaat en probeert hij andere landen mee te krijgen richting meer klimaatambitie.

Marcel zet zich graag in voor initiatieven die bijdragen aan het publieke draagvlak voor duurzame thema's. De Nationale Week Zonder Vlees sluit hier helemaal bij aan. Daarom ondersteunt Marcel de campagne als adviseur en ambassadeur, met als doel aansluiting te vinden bij het Nederlandse beleid én het verkennen van de internationale kansen voor de campagne.

2.2 Uitvoerend team

De stichting werkt samen met het team van Food Consultancy & Communications Agency Green Food Lab voor de jaarlijkse uitrol van de Nationale Week Zonder Vlees. Meer informatie over het team is te vinden op de website van greenfoodlab.nl.

3. ADMINISTRATIE EN FINANCIËN

Alle financiën zijn openbaar en inzichtelijk op de website van weekzondervlees.nl. Hieronder de fiscale gegevens en verantwoording.

3.1 Fiscale gegevens

Fiscale gegevens van de stichting:

Bank: NL02ABNA0247252263

BIC Code: ABNANL2A

BTW: NL858073146B01

KVK: 69939837

RSIN: 858073146

3.2 Financiële verantwoording

Collectief sponsormodel

De Nationale Week Zonder Vlees wordt gefinancierd middels een collectief sponsormodel met partners uit de voedingsindustrie. Hierbij wordt een ‘gelijke monniken, gelijke kappen’-strategie gehanteerd. Dit betekent dat alle partnerbedrijven dezelfde financiële bijdrage leveren, en hiervoor dezelfde mate van exposure voor terugkrijgen. De bijdrage betreft standaard 4.000 euro, met een uitzondering van 2.000 euro voor startups. Aanvullend kent de Nationale Week Zonder Vlees enkele bijzondere partners die een grotere bijdrage leveren, zoals in voorgaande campagne de Green Protein Alliance, Philips en de Triodos Bank. Via deze route wordt jaarlijks budget opgehaald voor de nieuwe campagne. Afhankelijk van de inleg worden de activiteiten ingevuld en de invulling van de begroting bepaald. Dit is een proces dat jaarlijks plaatsvindt van augustus t/m november.

Beloningsbeleid

De stichting kent geen beloningsbeleid voor het bestuur. Alle bestuursleden zetten zich belangeloos in voor de Nationale Week Zonder Vlees en ontvangen hiervoor geen vergoeding. Alleen directe onkosten gerelateerd aan de stichting worden vergoed.

Green Food Lab wordt wel vergoed voor de gemaakte uren voor de uitrol van de campagne. Hiervoor wordt een kostprijsvergoeding gehanteerd, goedgekeurd door het bestuur. Tevens gaat iedere factuur van Green Food Lab eerst voor akkoord langs de penningmeester, alvorens over te gaan tot betaling. Als voorzitter van het bestuur en eigenaar van Green Food Lab onthoudt Isabel zich van stemming in accordering van de kostprijsvergoeding en facturen. Dit besluit wordt dus onafhankelijk door de overige twee bestuursleden gevormd.

Boekjaar en jaarrekening

Per het einde van ieder campagnejaar (april) wordt de jaarrekening opgemaakt en de financiële verantwoording online gepubliceerd. Standaard wordt circa 95% van het budget opgemaakt aan de campagne. Er wordt gepoogd 5% van het budget als reserve te behouden voor eventuele kosten na de campagneperiode en als opstartpotje voor het volgende jaar.

Zie hieronder de financiële verantwoording van de Nationale Week Zonder Vlees 2019.

FINANCIËLE TRANSPARANTIE NWZV 2019

Partnership inkomsten



Massamedia: abri's 600 NS stations,
RTL, Net5 en 100%NL



86,4k

Social Media Campagne



5,6k

NWZV Projectsupport Green Food Lab



63,5k

Professionalisatie Iespakket via GDO



5,6k

Week Zonder Vlees magazines:
30.000 print/ 22.000 digitaal



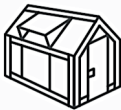
28k

Website



3,7k

Pop-up store Utrecht CS 11-17 maart



25k

De Vegetarische Restaurant Week



3,6k

Onderzoek: LCA via Blonk
en impactstudie via BLAUW



16k

Divers

NATIONALE
WEEK
ZONDER
VLEES

6,6k

Naast de projectmatige uitgaven, is er EUR 25,2k belasting afgedragen
en blijft EUR 2,8k op saldo staan voor volgend jaar

4. TOEKOMSTAMBITIES

De Nationale Week Zonder Vlees is een jaarlijks terugkerende campagne met grote ambities. Nederland heeft de focus, maar de Stichting Nationale Week Zonder Vlees bekijkt ook de kansen over de grens. Op naar een dagje minder vlees als de nieuwe normaal en een toekomstbestendig voedselpatroon!

4.1 In Nederland

Uit onderzoek van onderzoeksbureau BLAUW blijkt dat in 2019 43% van de Nederlanders de Nationale Week Zonder Vlees kent. Dat is een percentage dat we in de komende jaren hopen te laten groeien tot 70%. In 2019 nam de helft van deze mensen zich voor om in de toekomst structureel minder vlees te gaan eten. Dit is een voornemen dat we de komende jaren terug hopen te zien bij 80% van Nederland.

Tevens blijkt dat de helft van de vleesetende deelnemers van de Nationale Week Zonder Vlees dankzij de campagne structureel minder vlees gaat eten. Dat is een percentage dat we willen handhaven de komende jaren. Zo komen we stap voor stap dichterbij onze uitdagende klimaatdoelstellingen.

4.2 Internationaal

In Nederland is de Nationale Week Zonder Vlees inmiddels uitgegroeid tot een professionele campagne met een duidelijke structuur en draaiboek. Dit biedt mogelijkheden om de campagne te lokaliseren en te kopiëren naar andere Europese landen. Hiertoe worden de mogelijkheden en kansen op dit moment in kaart gebracht. Het valt op dat er in andere Europese landen nog weinig gebeurt op dit vlak, dus de Nationale Week Zonder Vlees kan echt het noodzakelijke bewustzijn brengen en uiteindelijk – net als in Nederland – de eerste stap naar een gedragsverandering. Dit is een grote ambitie, die hopelijk de komende jaren realiteit zal worden.

