

## **Communiceren over eten II – Aanbevelingen voor acties**



**Voeding, gezondheid, voedselveiligheid  
én  
.....communicatie**

Rapportage in het kader van het thema “Voeding voor een gezonde samenleving”.

Samenstellers : Hans Siemes (Communicatiebureau Siemes & Partner)  
Eric Holland (redacteur AgriHolland)  
Dr. Henk J. Huizing (InnovatieNetwerk Groene Ruimte en  
Agrocluster)  
Illustratie : Dennis Lohuis (Ontwerpburo Puntkomma)  
Eindredactie : Dr. Henk J. Huizing

# **Communiceren over eten II – Aanbevelingen voor acties**

**Voeding, gezondheid, voedselveiligheid  
én  
....communicatie**

*InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster*

Postbus 20401

2500 EK Den Haag

tel.: 070 378 56 53

internet: <http://www.agro.nl/innovatienetwerk/>

ISBN: 90 – 5059 – 228 - 7

Overname van tekstdelen is toegestaan, mits met bronvermelding.

Rapportnr. 04.2.079 (serie achtergronddocumenten), Den Haag, december 2004

# Voorwoord

Huisvrouwen maken zich ongerust over de gezondheid en de veiligheid van het eten. Jongeren interesseert die onderwerpen eigenlijk niet. Als het om voedselveiligheid gaat vertrouwen ze blindelings op hun ouders, de voedingsindustrie en de retail. Buitenlanders kijken vol verwondering naar de wijze waarop Nederlanders met eten en voeding omgaan. Zij doen het totaal anders.

Het zijn de uitkomsten van een serie sessies die InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster heeft gehouden. Uit de sessies spreekt een stuk verontrusting. Het vertrouwen in veilig en verantwoord eten staat onder druk. Daarnaast is er een aspect van volksgezondheid. De Nederlander eet te veel en beweegt te weinig, blijkt uit een nota waarmee de Raad voor de Volksgezondheid de alarmbel luidt.

De sessies wijzen uit dat de huidige manier van communiceren over voeding, gezondheid en voedselveiligheid niet goed werkt. Nieuwe communicatie-concepten, gericht op de verschillende doelgroepen in de samenleving, zijn noodzakelijk. De verschillende doelgroepen moeten op hun eigen wijze, in hun eigen “taal” en via hun “eigen” communicatiekanalen worden bereikt. In de sessies hebben ze daartoe tal van ideeën aangedragen.

De overheid waarborgt de gezondheid en de veiligheid van het voedsel. Wanneer het vertrouwen daarin ontbreekt, is de overheid de eerst aangewezen om dat vertrouwen te herstellen. Hetzelfde geldt voor de zorg voor de volksgezondheid.

De overheid en andere betrokken partijen kunnen de handen ineenslaan. Via “ateliers” van verschillende samenstelling kunnen zij communicatieconcepten ontwikkelen en uitvoeren. Dat alles onder de paraplu van een door de overheid gefaciliteerd communicatieplatform.

Voeding, gezondheid en veiligheid zijn dé topics van dit moment. Vernieuwende vormen en methoden zijn nodig om die gezondheid en veiligheid te waarborgen. De geschetste ateliers als broeinest van communicatieconcepten, verdienen een kans van slagen.

*Dr. G. Vos,  
Directeur InnovatieNetwerk  
Groene Ruimte en Agrocluster*

# Inhoudsopgave

Voorwoord	i
1. Inleiding	1
2. Jongeren	2
3. Huisvrouwen	3
4. Buitenlanders	5
5. Slotsom	6
6. Rol van de overheid	7
7. Ontmoetingsplaats voor communicatie	8
8. Communicatieconcepten	10
8.1. Concept Smaaklessen	10
8.2. Concept beweging en voeding	11
8.3. Concept huisvrouwen	11
8.4. Concept buitenlanders	11
8.5. Concept Voedings-Ombudsman	11
8.6. Concept functional foods	12
9. Tot slot	13
Bijlage 1: In de verschillende sessies genoemde voorbeelden van communicatieconcepten	14
Bijlage 2: Overzicht van websites die actief zijn op het terrein van voeding	19

# 1. Inleiding

*“Voedselveiligheid maakt me niks uit, als het eten maar lekker is.”* In één zin verwoordt een vmbo-leerling de desinteresse die er bij jongeren is ten aanzien van voedsel en voedselveiligheid. Hoe anders ligt het bij huisvrouwen. Zij maken zich grote zorgen over het eten dat zij op tafel zetten. *“Je weet niet meer wat nu wél en wat nu niet goed is. Als je naar de supermarkt gaat, wéét je gewoon niet meer wat er in je voeding zit.”*

Het zijn twee illustratieve zinsneden uit een serie “rondetafelgesprekken” en “Lagerhuissessies” die onder supervisie van InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster in de afgelopen tijd zijn gehouden. Het ging over de onderwerpen voeding, gezondheid, voedselveiligheid én communicatie. Belangrijke groeperingen kwamen aan bod: jongeren in de leeftijd tussen 12 en 18 jaar, huisvrouwen en buitenlanders die in Nederland wonen.

Hoewel geen wetenschappelijke conclusies aan dit onderzoek verbonden mogen worden, zijn de signalen duidelijk, opmerkelijk en verontrustend. Er leven vele vragen. De bestaande wegen om aan informatie te komen blijken niet te voldoen. Ze zijn onvoldoende toegesneden op de “lifestyle” van specifieke doelgroepen. Bovendien zijn ze niet aansprekend genoeg om interesse te wekken en communicatie “uit te lokken”. Er bestaat wantrouwen ten aanzien van de overheid en de voedselindustrie als bron voor informatie over veilige voeding. Nieuwe communicatieconcepten onder één herkenbare noemer zijn nodig.

Dit is niet alleen noodzakelijk uit het oogpunt van het wegnemen van zorg en het bieden van duidelijkheid en transparantie. Vanwege de volksgezondheid is evenzeer actieve communicatie over voedsel op zijn plaats.

De Raad voor de Volksgezondheid en Zorg heeft in december 2002 het advies Gezondheid en Gedrag uitgebracht. Daarin spreekt de Raad zijn verontrusting uit over de toenemende ongezonde levensstijl van de Nederlandse bevolking, en in het bijzonder de jeugd. We gaan Amerika achterna. Het aantal Nederlanders met overgewicht groeit naar ruim 40 procent, waarvan 10 procent inmiddels lijdt aan obesitas. Alle signalen staan op rood. Tijd voor actie. Tijd voor gerichte communicatie!

## 2. Jongeren

*“Wie denkt dat het slecht gaat met ons voedsel?”* Het is even stil in de klas met havo-leerlingen. Een antwoord blijft in eerste instantie uit. *“Als ik me ergens niet druk over maak, is het over die vraag”*, klinkt het vervolgens tijdens een sessie over voedsel, voedselveiligheid en communicatie. Andere leerlingen klinken instemmend. *“In de derde wereld, daar hebben ze pas echt een voedselprobleem. Dan moeten we hier niet ontzettend zitten te zeiken over overgewicht en zo. Dat ligt helemaal aan jezelf.”* *“Het is je eigen verantwoordelijkheid”*, vult een geëngageerde leerling aan.

De antwoorden zijn symptomatisch voor jongeren. Zij maken zich absoluut geen zorgen over voedsel. Ze zijn daarin ook niet geïnteresseerd. *“Nee, niet echt”* is stevast te horen als antwoord op vragen over bezorgdheid rond voeding. De hele publiciteit en discussie over voedselvraagstukken gaat aan hen voorbij. Hun interesses liggen op heel andere terreinen.

Wat veiligheid betreft vertrouwen zij blindelings op hun moeder/ouders en op de winkel waar ze de spullen kopen. Zij zorgen er immers voor dat ze goed en gezond eten krijgen. Hooguit kijken ze eens naar een houdbaarheidsdatum, maar daar houdt het mee op. Een uitzondering is er voor een “beoordeling” of het eten voldoet aan de eisen die de godsdienst stelt.

Niettemin is er het besef dat ze vaak ook “foute” voeding tot zich nemen.

*“Ik denk wel eens als ik voor de tv zit te snacken, Is dit wel gezond?”. Maar ik vind het eigenlijk veel te lekker”,* zegt één van de leerlingen hierover. Een ander: *“Als ik snoep vraag ik me wel eens af, Waarom eet ik geen fruit? Maar dan eet ik gewoon door.”*

*“Dan denk ik, dat doe ik een volgende keer wel weer”*, vult weer een ander aan.

Lekker, trendy, enzovoort, winnen het van het idee dat iets niet goed voor je is. Het hoort bijvoorbeeld bij de lifestyle om Breezers te drinken.

Hoewel er sprake is van desinteresse en apathie, blijkt - na enig doorvragen - dat jongeren best wel openstaan voor informatie over voedsel, gezondheid en veiligheid. Maar dan moeten zij wel op een voor hen aansprekende wijze benaderd worden via kanalen die zij benutten. Wel internet, geen voorlichtend praatje. Geen belerende folders, maar posters waar de kleuren van afspatten, geen saai kookprogramma, maar een hiphop tv-programma, geen drukwerk, maar internet met coole spelletjes, geen saaie kooklessen, maar verbazingwekkende smaaktesten.

Anders gezegd: als de jongeren op hun eigen manier en via hun eigen kanalen worden aangesproken, zijn ze in voor informatie over voeding. Dan is het ineens een interessant onderwerp. Ze leveren daarvoor een keur aan ideeën en suggesties.

### 3. Huisvrouwen

*“Wat is goed en wat is niet goed? Wat de één gezond vindt, vindt de ander niet gezond. Daar moet je eerst eenduidig over zijn”,* verzucht één van de deelnemers aan een sessie van huisvrouwen in Harderwijk. De anderen vallen haar bij. Ze geeft treffend weer dat huisvrouwen in verwarring zijn over de informatie die ze rond voeding, voedselveiligheid en gezondheid krijgen.

Huisvrouwen maken zich zorgen. Zij voelen zich verantwoordelijk voor verantwoorde voeding. Gezond en verantwoord voeren voor huisvrouwen de boventoon, al mag er van hen ook best eens gesmokkeld worden door iets “ongezonds” op tafel te zetten, want eten moet wel leuk blijven.

Zij vinden dat ze rond verantwoorde voeding een voorbeeldfunctie hebben voor de rest van het gezin. Hun eigen ervaringen willen ze graag doorgeven aan de volgende generatie, zoals zij het omgaan met eten ook vooral van “thuis” hebben meegekregen. Maar is datgene wat zij nu willen doorgeven wel betrouwbaar?

Na de publiciteit rond gezondheidsrisico's en na de voedselaffaires, zitten zij vol vertwijfeling. Wat is nog wel goed, en wat niet? *“Oh, zitten zuivelproducten niet meer in de “schijf van vijf”? Dat wisten we niet. We hebben juist geleerd dat melk en zuivelproducten zo gezond zijn”.* Na zo'n vaststelling neemt de onzekerheid alleen maar toe.

Zij weten zich niet goed raad met de vraag waar ze betrouwbare informatie vandaan moeten halen. Een aantal problemen doemt op. Om te beginnen de grote hoeveelheid informatie. *“Je wordt overspoeld met allerlei informatie, waardoor je alleen datgene oppikt wat volgens jou “de waarheid” is, of waarin je geïnteresseerd bent (bijvoorbeeld wanneer je op je cholesterolconsumptie moet letten)”*, zegt één van hen. In dat kader past eveneens het probleem van de tegenstrijdige informatie. *“De ene keer lees je dat iets wel gezond is, de andere keer lees je dat het juist slecht is voor de gezondheid. Was er maar iemand die de waarheid kon vertellen!”* Informatie van de overheid en van de voedingsindustrie en winkels vertrouwen zij niet. *“Het zou in elk geval van een onafhankelijk iets moeten zijn. Want zoals de “Allerhande” van Albert Heijn, ja, dag: de merken staan eronder!”*

Veelal gaan ze af op informatie uit bladen als *Libelle* en *Margriet*, maar tegelijkertijd stellen ze vast dat die informatie vaak van oud onderzoek komt.

Niet alleen willen ze een betrouwbare informatiebron, ook willen ze bruikbare informatie bij elk product, onder meer via keurmerken en een betere labeling. Te denken valt aan (meer) informatie over de smaak, op wat voor soort grond iets is verbouwd, hoe lang een product al bewaard wordt en hoe het het best gebruikt kan worden.

Een apart aspect is de sociale kant van het “eten”. Huisvrouwen betreuren het dat het in deze tijd heel moeilijk blijkt om van de (warme) maaltijd een sociaal gebeuren te maken. Door overvolle agenda's wordt in veel gezinnen niet meer gezamenlijk gegeten: ouders komen op verschillende tijden thuis, kinderen moeten naar sport, enzovoort.

Bij huisvrouwen leven tal van ideeën om voeding meer onder de aandacht te brengen, waarbij televisieprogramma's en onderwijs hoog scoren. De behoefte aan informatie is groot.



## 4. Buitenlanders

*“Over eten praten doen we altijd. Nederlanders hebben het heel weinig over eten; voor ons is het juist heel belangrijk”. Alom is er bijval voor deze opmerking tijdens een sessie over voeding met in Nederland wonende buitenlanders uit alle delen van de wereld. Een wereld van cultuurverschil komt aan het licht als het om voeding gaat, vooral qua beleving en het sociale aspect.*

*“We eten veel vlees, het liefst met een soort barbecue. Dat is een feest met veel mensen erbij; familie, buren, collega’s.”...“Een barbecue betekent veel. Je kunt dan met iedereen delen; met familie, met vrienden. Dat delen met elkaar is belangrijk voor ons. Het gaat er niet om dat je veel geld hebt, het gaat erom dat je samen deelt. Dat je samen bent. Als je alleen zou moeten eten, dat is niks.”*

*Ze gruwelen ervan om alleen de maaltijd te moeten gebruiken. “Die single-maaltijden van Albert Heijn, dat is toch triest”.*

*Evenzeer staan ze verbaasd te kijken over het plichtmatige en snelle waarmee de Nederlanders in beslotenheid hun maaltijd gebruiken. “Als je bij ons komt tijdens etenstijd, ben je welkom; bij Nederlanders niet. Die vinden het niet leuk.” “Wij bieden altijd iets te eten aan. Als je het eten van iemand anders proeft, heb je ook iets van die iemand geproefd. Dat is sociaal belangrijk.”*

Voor buitenlanders is “lekker” een zeer belangrijk criterium om eten te kopen. Daarbij gebruiken zij vooral hun zintuigen om te beoordelen: ruiken, proeven, voelen. Hun eten halen ze doorgaans via andere kanalen dan bij de Nederlandse supermarkten. *“Jullie tomaten hebben helemaal geen smaak”.* De markt en de eigen buitenlandse winkels zijn de geijkte plek om eten te halen.

*Kwesties als voedselveiligheid leven nauwelijks. “Waarom maken we ons druk over voedselveiligheid? We doen zoveel dingen waar risico aan zit. Eten is niet het meest gevaarlijke. Je kunt makkelijk ergens aan sterven. BSE is wel een risico, je kunt ook doodgaan aan een vliegtuigongeluk. Ik ben niet zo op zoek naar allemaal informatie. Ik wil het eigenlijk niet zo precies weten.” “Je kunt je door alles bang laten maken.”*

Zo laconiek als ze zijn over risico's, zo uitgesproken zijn buitenlanders over de betrouwbaarheid van de informatie die ze over voeding ontvangen. Kort gezegd nemen ze die met een korrel zout. Het meeste vertrouwen hebben ze in bekende merken, die een zekere faam hebben opgebouwd.

Buitenlanders hebben het idee dat Nederlanders veel van hen kunnen leren, wat betreft de sociale kant van het gezamenlijk eten en het beoordelen van wat lekker is.

## 5. Slotsom

Nader beschouwd kijken verschillende groeperingen in de samenleving totaal anders aan tegen voeding, voedselveiligheid en gezondheid. Bij jongeren is sprake van apathie en blind vertrouwen op de ouders, de winkel en de leverancier. Diezelfde ouders, of beter de moeders, zitten vol vertwijfeling of ze het allemaal goed doen en of “hun” eten wel veilig en gezond is. Ze zijn naarstig op zoek naar betrouwbare informatie, waarbij ze de overheid en de voedingsindustrie niet vertrouwen. Een opmerkelijk tegenwicht bieden in Nederland wonende buitenlanders. De hele gezondheids- en veiligheidskwestie gaat grotendeels aan hen voorbij, omdat zij via eigen kanalen en via eigen zintuigen voedsel inkopen. Voor hen is eten sociaal gezien van grote betekenis. Het is voor hen verbazingwekkend dat Nederlanders in hun eentje een maaltijd klaarmaken en eten. Buitenlanders hebben het gevoel dat ze veel dichter bij voeding staan dan Nederlanders.

Opmerkelijk is voorts dat elk op zijn eigen wijze benaderd wil worden. Internet is voor jongeren een belangrijke bron van informatie, mits op hen afgestemd, terwijl huisvrouwen nauwelijks voor informatie op het computerscherm kijken.

Er is grote behoefte aan goede, betrouwbaar geachte informatie.

## 6. Rol van de overheid

Meerdere “partijen” spelen een vooraanstaande rol waar het gaat om voeding, veiligheid en gezondheid. Hoofdactoren zijn de producenten, de voedingsindustrie, de retail, consumentenorganisaties, de gezondheidssector, onderzoek en wetenschap, en zeker niet in de laatste plaats de overheid.

De overheid waarborgt de kwaliteit en veiligheid van het voedsel. Door de jaren heen heeft zij daarmee een groot vertrouwen opgebouwd bij de burger/consument. Een aantal affaires heeft dat vertrouwen in diskrediet gebracht. Er is onzekerheid rond de veiligheid van het voedsel, terwijl het juist met de best denkbare waarborgen van dit moment omkleed is. De huisvrouwen, en in zekere zin ook de in Nederland wonende buitenlanders, gaven in de sessies die InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster organiseerde, uiting aan die onzekerheid. Zodra zich een nieuwe affaire openbaart, wordt dat wantrouwen manifest. Het kan zich mede onder invloed van de publiciteit ontwikkelen tot een vorm van massahysterie.

Een lastig fenomeen in dit kader zijn de vermeende voedselveiligheidsaffaires. Dan gaat het om besmettelijke dierziekten als varkenspest, mond- en klauwzeer en in aanzienlijk mindere mate vogelpest. De burger/consument leeft in de veronderstelling dat de ziektekiemen ook vat hebben op de mens zelf. Hij/zij laat vlees en andere dierlijke producten staan, terwijl daarvoor eigenlijk geen reden is. Noch de overheid noch de andere actoren slagen erin om dit soort misvattingen uit de wereld te helpen.

De overheid waarborgt niet alleen de kwaliteit en de veiligheid. Minstens even belangrijk is de zorg voor de volksgezondheid. In het kader van verantwoorde voeding is er een verontrustende ontwikkeling ingezet. De Nederlander eet te veel en beweegt te weinig. Onderzoek toont aan dat de gezondheid van grote groepen van de Nederlandse bevolking gevaar lopen als gevolg van een ongezonde levensstijl. Er is duidelijk iets mis rond voeding en volksgezondheid.

Op al deze terreinen is communicatie op zijn plaats, teneinde vertrouwen te herstellen en een andere levensstijl te bewerkstelligen. De mondige burger wil meer dan ooit tevoren weten hoe veilig en gezond het voedsel is en hoe het zit met de productie. De roep om transparantie is groot.

Hier is een dubbelslag te maken, want communicatie kan een goed inzicht bieden in een juist gebruik van voedsel. Onjuist gebruik brengt gezondheidsproblemen met zich mee, die de maatschappij handenvol geld kosten. Alleen al uit dat oogpunt ligt hier een taak voor de overheid. Maar niet alleen voor haar. Een samenspel met andere betrokkenen levert hier een duidelijke meerwaarde op.

## 7. Ontmoetingsplaats voor communicatie

Communicatie is niet het panacee voor alle problemen rond voeding, gezondheid en veiligheid, maar *gerichte* communicatie kan een belangrijke bijdrage leveren aan het bieden van oplossingen.

Hiertoe heeft InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster twee “Lagerhuissessies” over voeding en communicatie gehouden met partijen die op allerlei wijzen betrokken zijn bij voeding. De algemene conclusie die uit de verkregen resultaten kan worden getrokken is: communiceer via allerlei verschillende kanalen en richt je op verschillende doelgroepen. Voor elke doelgroep zullen aparte communicatieconcepten ontwikkeld moeten worden. Dat maakt het noodzakelijk dat verschillende partijen zich in wisselende samenstellingen met de verschillende concepten moeten gaan bezighouden in “rondetafelgesprekken”, “Lagerhuissessies” of misschien beter in zogeheten “ateliers”. Kenmerk is de vrijheid van deelname. De ateliers vormen ontmoetingsplaatsen, vrijplaatsen, waarvan alle betrokkenen het belang inzien. Uit dien hoofde doen ze ook mee. Zij hebben er zelf baat bij. Dat is meteen de basis voor een positieve grondhouding.

Daarbij zal er toch ook weer enige samenhang moeten zijn, zonder dat al te zichtbaar van bovenaf gedirigeerd wordt. Noem de samenhang een communicatienetwerk, noem het een paraplu, waaronder de concepten worden uitgevoerd, noem het een kapstok, waaraan verschillende concepten worden opgehangen. De naam maakt niet uit, als het idee van de ateliers, de vrijplaatsen, de ontmoetingsplaatsen maar helder is. Niets moet, alles mag.

Binnen deze samenhang zijn allerlei vernieuwende initiatieven mogelijk: van het plegen van gezamenlijk onderzoek tot het ontwikkelen van een lespakket.

InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster neemt al regelmatig de functie als aanjager en “organisator” van deze ateliers op zich. Daar is ervaring mee opgedaan bij de organisatie van de eerder genoemde “Lagerhuissessies” in de Rode Hoed en bij een aantal “rondetafelgesprekken” op andere plaatsen. En er is waardering voor de werkwijze én voor de uitkomsten. Op deze manier speelt InnovatieNetwerk een rol bij het ontwikkelen van een “sense of urgency”, een gevoel dat er zich rond voedsel en voeding zaken afspelen die volstrekte aandacht behoeven. Daarmee wordt draagvlak verkregen binnen de samenleving om eindelijk eens daadwerkelijk acties te ondernemen ten aanzien van dit onderwerp. Dit natuurlijk enerzijds wat betreft de

bedreigingen die op ons afkomen. Maar we moeten ook beseffen dat er met dit onderwerp kansen kunnen worden gecreëerd. Op deze manier worden met deze ateliers mensen en partijen op het spoor gezet van uiteindelijke (deel)oplossingsrichtingen.

De overheid is één van de deelnemers, en kan natuurlijk de rol van InnovatieNetwerk gaan overnemen. Aan haar komt dan de taak om de samenhang te faciliteren. Maar er liggen ook mogelijkheden bij marktpartijen en kennisinstellingen om hier een rol in te spelen. Duidelijk moet dan wel zijn dat al deze partijen wegen zoeken naar hetzelfde doel: een maatschappij die op verantwoorde wijze met alle aspecten van voedsel en voeding omgaat, zodat daarmee een situatie wordt gecreëerd waarin mensen/consumenten een hoog niveau van welzijn kunnen bereiken. Het is in die situatie wel aan de verschillende combinaties van partijen zélf om concepten verder uit te werken en uit te voeren. Met andere woorden: het geheel is de som der delen, en die is vele malen breder dan de overheid of een andere partij sec. Sterke en actieve betrokkenheid van bij voorbeeld verenigingen van docenten, huisvrouwenorganisaties, maatschappelijke groeperingen, GGD's, buurtverenigingen en jongerenorganisaties is zeker zo belangrijk. Deze voorgestelde aanpak maakt het wel noodzakelijk concepten uit te werken, die deze vormen van samenwerking op bestendige wijze mogelijk maken.

In de communicatie over veilig en gezond voedsel staat het belerende vingertje vaak voorop. Als de consument dit of dat doet, staan hem of haar de vreselijkste gevaren te wachten. Het appelleren aan de risico's heeft ten dele een averechts effect. Enerzijds ondergraaft dit het vertrouwen – er is niets goed meer – en anderzijds wakkert het de angst aan, uitmondend in massahysterie.

Beter is het om de leuke, plezierige kanten van voeding naar voren te schuiven.

## 8. Communicatieconcepten

Vanuit de “rondetafelgesprekken”, “Lagerhuissessies” of “ateliers” kunnen tal van concepten worden ontwikkeld. InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster heeft hiermee al een begin gemaakt, met als startpunt signalen die uit vooronderzoek in 2002 naar voren kwamen.

Het zijn de voorlopers van een breder netwerk van concepten die de komende tijd nodig zijn om gezondheid en veiligheid van voeding ook in de hoofden van de verschillende bevolkingsgroepen te doen beklijken. Dat is een weg van lange adem, maar wel een uitdagende weg. Hieronder volgt een aantal voorbeelden.

### 8.1. Concept Smaaklessen

Als er over één ding in de gevoerde rondetafelgesprekken unanimititeit bestaat, dan is het wel over de noodzaak om de jeugd bij het onderwerp voeding te betrekken. In het overleg met communicatiedeskundigen was iedereen het daarover eens. Het onderwijs is hierbij een belangrijk kanaal. In landen als Frankrijk en Duitsland is omgaan met voeding al een onderdeel van het lessenpakket. Het zou een goede zaak zijn om ook in Nederland het onderwerp voeding op de agenda van dat onderwijs te krijgen. Van belang is dan wel een aansprekende presentatie.

Smaak is hier een mooie invalshoek. De smaak bepaalt mede het plezier – of juist het ongenoegen – van het eten. Proeven, ruiken en voelen zijn in onze samenleving (soms letterlijk) aan het verwateren. Smaak mag – nee, *moet* – terug. Smaak is een ideaal aanknopingspunt om op een eigentijdse wijze bij de schooljeugd belangstelling voor voeding te wekken.

Dat is ook de reden waarom InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster het voortouw heeft genomen om een samenwerking te realiseren met Pierre Wind, VWO-campus in Wageningen en de Centrale Educatieve Dienst in Rotterdam. Dat legde de basis voor het invoeren voor smaaklessen in januari van dit jaar. Dat gebeurde op basisscholen in Rotterdam.

Dat moet het begin vormen van een olievlekwerking. Straks in heel Nederland smaaklessen in het onderwijstraject! Maar dan niet met duffe kooklessen of saaie verhandelingen over voeding, maar met een interessante ontdekkingsreis langs papillen, neusvleugels en prikkelende zenuwtoppen.

## **8.2. Concept beweging en voeding**

In Groningen is een project van start gegaan om leerlingen meer te laten bewegen. Deelname aan gymnastiek en sport in het onderwijs vormen hier de hoofdmoot. Dat project haakt in op het advies van de Raad voor de Volksgezondheid om meer te bewegen. Het ligt voor de hand om hier een dubbelslag te maken met het andere advies van de Raad: eten binnen de perken. Want momenteel eten grote groepen te veel en “on gezond”. Aansluiting zoeken bij het Groningse project en dit verbreden is hier de doelstelling. De doelgroep: zowel basis-, middelbaar als hoger onderwijs.

## **8.3. Concept huisvrouwen**

Huisvrouwen zitten vol vertwijfeling. Hoe kan ik mijn rol als “beschermer van goede voeding” het beste waarmaken? Waar haal ik in de ondoorzichtige brei van aanbieders de goede informatie vandaan?

De “kookwegenwacht” is hier op zijn plaats, toegesneden op degene die in huis de maaltijd bereidt. Als een ANWB brengt de kookwegenwacht met kookteams op een inspirerende wijze gezonde en veilige voeding onder de aandacht. De wegenwacht beschikt ook over een kookpraatpaal, waar iedereen met vragen over eten, gezondheid en veiligheid terecht kan.

## **8.4. Concept buitenlanders**

Buitenlanders hebben nog de gave om hun zintuigen te laten spreken waar het gaat om lekker eten. Nederlanders kunnen van hen leren op het vlak van smaak en kwaliteit. Ook is er een voorbeeldfunctie ten aanzien van sociale aspecten rond eten. Omgekeerd bestaat er – mede door het toerisme – een nieuwsgierige interesse bij Nederlanders voor buitenlands eten en alle sociale aspecten daar omheen. De Nederlandse toerist bijvoorbeeld gooit in Griekenland maar al te graag onder de kreet “hoppa” een bord kapot en danst de sirtaki bij het eten, om eenmaal teruggekeerd in Nederland in ijlt tempo de prak naar binnen te werken.

Een communicatieconcept van “buitenlanders leren Nederlanders eten” ligt hier voor het grijpen.

## **8.5. Concept Voedings-Ombudsman**

Het vertrouwen in de overheid, de voedingsindustrie en de retail staat onder druk. Na de verschillende affaires is bij de burger/consument het geloof in deze “brengers van

de voedingsboodschap” afgebrokkeld. Er is behoefte aan een vertrouwenwekkende bron. In het verlengde van de Nationale Ombudsman is een Voedings Ombudsman op zijn plaats, die onpartijdig en met oog voor de burger/consument voedingskwesties onder de loep neemt. De Voedings Ombudsman is niet alleen een klachtenbureau, maar een initiatiefnemer op het gebied van vertrouwde onafhankelijke informatie.

## **8.6. Concept functional foods**

De voedingsindustrie ontwikkelt in snel tempo producten waaraan gezondheidsaspecten zijn toegevoegd. Met name over deze producten bestaat veel onduidelijkheid. Een stukje onafhankelijke voorlichting over deze *functional foods* is op zijn plaats.

Dit is slechts een greep uit de vele mogelijkheden en voorbeelden die uit de sessies van InnovatieNetwerk Groene Ruimte en Agrocluster naar voren zijn gekomen. In een bijlage is nog een breed scala aan ruwe ideeën bijgevoegd, die nog niet op hun praktische haalbaarheid zijn getoetst, maar die wél een beeld geven van de vele mogelijkheden die er zijn. Het is aan veelheid aan partijen om aansprekende concepten verder te ontwikkelen en te implementeren. Wie neemt de handschoen op?

Ook is een overzicht van websites die actief zijn op het gebied van voeding als bijlage toegevoegd. Een waar “mer à boire”. Er is alle aanleiding om dit te structureren: door het maken van afspraken, het bouwen van een goede, kwalitatief hoogwaardige “portal”, een alles omvattende en alom bekende startpagina waar relevante, onafhankelijke en betrouwbare informatie is te krijgen over voeding in de breedste zin. Misschien een uitdaging voor de Voedings Ombudsman?



## 9. Tot slot

Voeding, gezondheid en veiligheid zijn dé topics van dit moment. Vernieuwende vormen en methoden zijn nodig om die gezondheid en veiligheid te waarborgen. De geschetste ateliers als broeinest van communicatieconcepten, verdienen een kans van slagen.

# Bijlage 1: In de verschillende sessies genoemde voorbeelden van communicatieconcepten

## Via internet/computer

- Maak een combinatie van een website, met decentrale initiatieven, bijv. kleine boekjes die niet wetenschappelijk zijn, maar gewoon boeiend, leuk, entertaining.
- Een “voedselpagina.nl” is een goed begin en is er eigenlijk al (namelijk <http://www.voedsel.net>). Een gemakkelijk toegankelijke versie zoals via het dorpsplein van Reumadorp (<http://www.reumadorp.nl>) is een voorbeeld van een manier waarop je veel verschillende informatie, van verschillende bronnen, op verschillende niveaus op dezelfde centrale plek kunt weergeven.
- Een internetforum lijkt de beste methode voor laagdrempelige informatie-uitwisseling. Die moet dan wel worden gekoppeld aan meer fun-activiteiten.
- Een leuke food-site met filmpjes.
- Een site met de mogelijkheid om iets te bestellen.
- Een computerspel.
- Een eet-website, maar die moet dan wel leuk zijn met mooie kleuren.
- Een cd-rom met een educatief spel, zolang het maar een speels karakter heeft. Zo'n cd-rom moet echter niet op zichzelf staan, maar aangeboden worden in combinatie met een andere werkvorm. Door een combinatie van vormen kan ‘maatwerk’ worden geleverd voor iedere leerling. Sommige leerlingen zijn bijvoorbeeld meer visueel ingesteld, andere willen liever iets met hun handen doen, terwijl weer andere leerlingen graag met computers werken (zie onderwijs).
- Van groter belang dan de vorm waarin de informatie wordt gebracht (cd-rom, boeken, internet), is dat leerlingen, maar ook volwassenen, niet op zoek hoeven te gaan naar informatie, maar dat het op hun weg komt.
- Internet, maar dan wel heel vrolijk en makkelijk op te zoeken met nuttige informatie: kooktijden, eenvoudige snelle tussendoortjes maken die ook lekker zijn (tosti, pizzabroodje, soep).
- Internet: zo simpel mogelijk, makkelijk te begrijpen, wie verder wil kan meer info krijgen. Veel leuke weetjes en ook een prijsindicatie. Een quiz.
- Een cd-rom.
- Maak een soort huis van de toekomst (Unilever) dat interactief wordt opgezet.

## Tijdschriften

- Een onafhankelijk tijdschrift à la *Allerhande*.
- Maak een eetblad voor jongeren.

## Omroepen

- Een opzet vanuit het positieve, het leuke, de “fun”.
- Grote doelgroepen kunnen bereikt worden via tv of internet. Het is belangrijk om juist voort te bouwen op bestaande initiatieven en media, en niet te proberen het wiel opnieuw uit te vinden.
- Bij bestaande tv-programma’s kan er aandacht komen voor een bepaald product: dit programma is mede mogelijk gemaakt door...
- Bied redelijk lowbudget smaakprogramma’s aan de regionale zenders aan, die dit herhaaldelijk kunnen uitzenden.
- Teletekst is ook een middel om de bevolking te bereiken. Met crises en dergelijke kan waarschijnlijk 90% van de bevolking ermee bereikt worden.
- Laat om kwart over 10 of half 9 na het journaal leuke dingen over voedsel zien.
- Maak tv-spotjes.
- Ontwikkel speciale soapseries op tv. Hierbij moet gebruik worden gemaakt van technieken die door de “echte” reclame worden gebruikt, want veel reclames blijven heel goed “hangen” bij de mensen. In ieder geval moet er voor gewaakt worden dat de voorlichting een “Postbus 51-karakter” krijgt.
- Zoiets als “Het Klokhuis”. Opgemerkt wordt dat dit niet voor alle groepen jongeren zal werken. Bij randgroepjongeren is gebleken dat deze aanpak niet werkt. Wat bij deze doelgroep wél bleek te werken, was in groepsverband koken in jeugdcentra.
- Tv-koks, waarbij ook wordt ingespeeld op lifestyle. Bij velen is de Engelse tv-kok Jamie Oliver bekend. Deze jonge kok is ook erg populair bij iets oudere jongeren (begin twintig).
- Op 3FM op de radio nieuwe gerechten presenteren.
- Eetcabaret.
- Vertel op tv allerlei leuke dingen over eten. Als je dan lekker eten laat zien, krijg je vanzelf trek. Dan wil je het namaken.
- Kijken naar het buitenland, hoe hebben ze het daar gedaan? Elke Italiaan kan meepraten over het laagje schuim op een kopje espresso, daar is duidelijk interesse in voeding en presentatie van voeding. Een ander buitenlands voorbeeld is Groot-Brittannië. Negen jaar geleden had Groot-Brittannië een “*mayo en fish and chips*”-cultuur, gebaseerd op vet voedsel. Nu, naar de uitstraling van de BBC-programma’s te oordelen, is er een gezonde en lekkere cultuur aan het ontstaan.
- Schrijf een leuk liedje over eten.
- Laat Henk Westbroek liedjes schrijven over eten voor “Kinderen voor Kinderen”.

- Leuk presenteren, zodat je een soort mond-tot-mondreclame krijgt. Heb je het al gezien? Daar moet je eens naar kijken.
- Een tv-winkel of tv-programma (bijv. “Wat schaft de pot?”, waarbij er gekeken wordt wat een bekende Nederlander eet, en dat laten aansluiten op de actualiteit, of dingen die via de website worden geopperd), etc.

## Reclame

- Reclames hebben veel invloed op de burger/consument. Websites ook, maar dat is toch anders. Misschien dat reclame- of SIRE-spotjes nuttig kunnen zijn, naast andere initiatieven.
- Een reclameactie die gericht is op “intelligent consumeren”. Wie wil er nu niet intelligent zijn? Voorbeeld hiervan is “Je bent een rund, als je met vuurwerk stunt”.
- Maak leuke reclame.
- Zet borden langs de kant van de weg met informatie over eetsites.
- Geef gratis proefpakketjes.
- Huis-aan-huisverspreiding van een folder, met naast informatie een aantal leuke en niet te ingewikkelde recepten. Als voorbeeld worden “folders” genoemd zoals de weekkrant van de C1000 en de *Allerhande* van Albert Heijn, maar de informatie moet wel van een onafhankelijk orgaan komen.
- Maak een folder met veel plaatjes en gratis aanbiedingen.
- Haal de jeugd met geld over de streep. Gratis dingen, daar houden ze van.

## Onderwijs

- Ontwikkel smaaklessen voor school. Niet alleen laten proeven, maar ook leren: “Wat is een tomaat?” en hoe ontstaat deze, enzovoort. Objectieve en didactische informatie moet centraal staan.
- Organiseer een scholierencongres over voeding.
- Geef kookles (de één vindt dat niet leuk, de ander vindt het juist wél leuk om iets te “brouwen”).
- Informatieverspreiding via scholen. Het voordeel is dat je kinderen uit alle milieus bereikt. Het is belangrijk hier al vroeg mee te beginnen.
- Op de middelbare scholen wordt het vak verzorging gegeven, wat al een stap in de goede richting is. Het is echter beter om kinderen al op de basisschool met het onderwerp te confronteren, omdat ze dan nog de juiste houding hebben tegenover een onderwerp als voeding. Bijkomend voordeel is dat wanneer de informatie vanaf de basisschool elk jaar wordt herhaald en als een rode draad door de gehele schoolcarrière loopt, deze beter blijft hangen bij de leerlingen.
- “Je bent wat je eet”. Bewust zijn over voeding is belangrijk; hiermee kan het best begonnen worden bij scholen. Niet pas bij crises of bij artsen en dergelijke

reageren, want dan is het vaak al te laat. Goede voorlichting is de basis. Probeer een balans te vinden tussen informatie verstrekken en interacteren.

- Een cd-rom met een educatief spel, zolang het maar een speels karakter heeft. Zo'n cd-rom zou echter niet op zichzelf moeten staan, maar aangeboden moeten worden in combinatie met een andere werkvorm. Door een combinatie van vormen kan "maatwerk" worden geleverd voor iedere leerling. Sommige leerlingen zijn bijvoorbeeld meer visueel ingesteld, andere willen liever iets met hun handen doen, terwijl weer andere leerlingen graag met computers werken.

### **Regionale concepten**

- In elke stad een CVvV: Culinaire Voeding voor Velen. Het idee van een VVV op het gebied van voeding, waar je een broodje kunt krijgen, een kop koffie, en ondertussen alles kunt vragen over voeding. Dit is een centraal informatiepunt, niet alleen voor burgers, maar ook voor bij voorbeeld de media. Dit zou dan een decentraal gezicht van een communicatieplatform kunnen worden.
- Een mobiel "Preuvenement", zoals jaarlijks in Maastricht wordt gehouden.
- Mensen zouden eigenlijk ergens producten moeten kunnen proeven, bijvoorbeeld het verschil tussen biologische en niet-biologische groente, en ook andere voorlichting over geur en smaak.
- Wat leuk is zijn de regiomarkten in Enschede/Leeuwarden, waar je regiospecifieke dingen (en in dit geval eten) kunt kopen.
- Een OV-jaarkaart voor de minima, waarmee ze biologische producten met korting kunnen krijgen.
- Maak in de stad een kraampje over voeding
- Maak kraampjes met allemaal exotische hapjes en gerechten. Proeverijtjes.

### **Keurmerken en labeling**

- Ga ISO-normeringen toepassen op voeding.
- Geef meer informatie op de verpakking.
- Maak een "stip"-garantie, waarbij het aantal stippen iets zegt over garantie van gebruik van conserven, duurzame productiemethoden, etcetera. Die zou helder moeten zijn voor de consument en in de plaats moeten komen van de vele verschillende keurmerken. Duitsland heeft al een dergelijk voorbeeld met lieveheersbeestjes.
- Een merk maken van de verschillende voedingsproducten, bij voorbeeld groente, fruit, aardappelen, enzovoort. Zoals bijvoorbeeld bij de kroket gebeurd is (Van Dobben, Kwekkenboom).

## Overig

- Maak gebruik van reeds bestaande communicatiemiddelen: informatielijnen worden steeds meer gebruikt; daarnaast gebruikmaken van de opkomst van internetsites die informatie verschaffen aan de consument over de producten. Daarop zou ook meer informatie kunnen komen te staan over de achtergrond van de voeding, en de elementen terugvolgen tot het begin van de keten. Dit soort informatie kan naast de informatie op een etiket of op de verpakking. Dit zou enerzijds productspecifiek kunnen, anderzijds zou ook in het platform aangegeven kunnen worden wat duurzame productiemethoden zijn.
- Geef informatie via sms of via de mail.
- Maak een soort kraslot waarmee je iets kunt winnen.
- Maak een combinatie van eten en sport: eetsport.
- Maak een voedsel- en modelijn.
- Maak een eetkalender.
- Maak een eetagenda.
- Verzend sms'jes.
- Ontwikkel een smaaktest, laat proeven.
- Laat bekende mensen eten propageren onder jongeren.
- In het verlengde hiervan kan ook gebruik gemaakt worden van rolmodellen “...jongeren hebben altijd wel een bepaald idool...”. Het is misschien wel moeilijk om zo iemand in te huren, maar er is altijd wel een persoon die je daarvoor kunt vinden, waardoor bepaalde groepen bereid zijn daar informatie van te accepteren.
- Maak een soort chatlijn: wil je met iemand in contact, een relatie, dan moet je eerst een recept geven.
- Maak een prijsvraag waarbij je iets leuks kunt winnen.
- Een combinatie van communicatiemiddelen moet worden gebruikt. Op die manier bereik je verschillende doelgroepen. Dus huis-aan-huisfolders, internet, maar bijvoorbeeld ook televisie. Bij dit laatste kan gedacht worden aan voorlichting tijdens reclameblokken.

# Bijlage 2: Overzicht van websites die actief zijn op het terrein van voeding

*Eric Jansen, Redacteur AgriHolland*

## Toelichting

### Algemeen

In het bestand zijn in principe géén websites van bedrijven opgenomen. Een enkele uitzondering is gemaakt in geval de betreffende site een algemeen informerend karakter heeft.

Er is ook een aantal startpagina's of "portals" meegenomen, omdat deze voor veel mensen daadwerkelijk een startpunt op internet vormen.

### Bestand

In het bestand wordt elke website in een zestal velden gedefinieerd:

1. De URL van de website
2. Het doel van de website
3. De doelgroep die de website probeert te bereiken
4. De naam en/of de organisatie die de website onderhoudt
5. De organisatie of de persoon die de website onderhoudt
6. Gebieden waarover de analyse zich uitstrekt

In een aantal gevallen komt de naam van de website niet overeen met de URL. In andere gevallen komt de naam, of de URL, van de website niet overeen met de organisatie die de website onderhoudt. Voor alle duidelijkheid heeft AgriHolland ervoor gekozen om URL, naam en "onderhouder" in drie velden weer te geven.

Als de naam van de website gelijk is aan de organisatie die de website onderhoudt, staat deze in veld 4. In alle andere gevallen staat de onderhoudende organisatie in veld 5.

Omdat een aantal websites in meerdere gebieden valt, is ervoor gekozen om een veld "Gebieden" toe te voegen, waarin alle gebieden weergegeven kunnen worden.

### 3. Doelgroep

In enkele gevallen, vooral startpagina's, wordt als doelgroep "algemeen" vermeld, omdat hiervoor geen specifieke doelgroep aan te geven valt.

## **5. De organisatie of de persoon die de website onderhoudt**

Van de meeste startpagina's is niet via de site te achterhalen wie er voor het onderhoud verantwoordelijk is.

## **6. Gebieden waarover de analyse zich uitstrekt**

Bij elke website staan één of meerdere codes aangegeven die verwijzen naar de gebieden zoals deze in de opdracht vermeld staan, zoals wij die opgetekend hebben:

ingr: Grondstoffen: grondstoffen voor de primaire sector/industriële be- en verwerking

inpr: Productie: productie door de primaire sector

inbe: Bewerking: industriële bewerking en verwerking

inve: Verpakking:

ince: Certificering

inht: Handel en transport

incrc: Retail en consument



Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
1	<a href="http://bier.pagina.nl/">http://bier.pagina.nl/</a>	Startpagina bier	Algemeen	bier.pagina.nl	????	Inbe
2	<a href="http://biologische-teelt.pagina.nl/">http://biologische-teelt.pagina.nl/</a>	Startpagina biologische teelt.	Algemeen	Biologische-teelt.pagina	Amateur Tuinvereniging de Rekere	Inpr
3	<a href="http://edi.pagina.nl/">http://edi.pagina.nl/</a>	Startpagina voor Electronic Data Interchange (EDI).	bedrijfsleven en handel	edi.pagina.nl		inve inht inrc
4	<a href="http://fruit.pagina.nl">http://fruit.pagina.nl</a>	Startpagina fruit	Algemeen	fruit.pagina.nl	Startpagina.nl	Inpr
5	<a href="http://ienl.wkkbi.nl/">http://ienl.wkkbi.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van een goede inkoop en logistiek.	industrie en handel.	Inkoop & Logistiek, tijdschrift voor		inht inrc
6	<a href="http://members.home.nl/ajansma/zetmeel/">http://members.home.nl/ajansma/zetmeel/</a>	Website gericht op het geven van informatie over (aardappel) zetmeelchemie en -technologie.	Scholieren en onderzoek.	Zetmeel Homepage	Arjen Jansma	inpr inbe
7	<a href="http://natuurvoedings.pagina.nl/">http://natuurvoedings.pagina.nl/</a>	Startpagina natuurvoeding.	Algemeen	natuurvoedings.pagina.nl	????	inrc
8	<a href="http://sportvoeding.pagina.nl/">http://sportvoeding.pagina.nl/</a>	Startpagina sportvoeding.	Algemeen.	sportvoeding.pagina.nl	????	inbe
9	<a href="http://supermarkt.pagina.nl/">http://supermarkt.pagina.nl/</a>	Startpagina supermarkten.	Algemeen.	supermarkt.pagina.nl		inrc
10	<a href="http://verpakking.pagina.nl/">http://verpakking.pagina.nl/</a>	Startpagina verpakkingen	Algemeen	verpakking.pagina.nl	????	inve
11	<a href="http://verpakkingen.hbd.nl/">http://verpakkingen.hbd.nl/</a>	Website gericht op het verminderen van het gebruik van verpakkingen door de detailhandel.	detailhandel	verpakkingen.hbd.nl		inve
12	<a href="http://vis.pagina.nl/">http://vis.pagina.nl/</a>	Startpagina vis.	Algemeen.	Vis.pagina.nl	????	inbe
13	<a href="http://voeding-haccp.pagina.nl/">http://voeding-haccp.pagina.nl/</a>	Startpagina HACCP in voeding	Algemeen, voedselketen	voeding-haccp.pagina.nl	????	inpr inbe
14	<a href="http://voeding-producenten.pagina.nl/">http://voeding-producenten.pagina.nl/</a>	Startpagina voedingsindustrie	Algemeen	voeding-producenten.pagina.nl	????	inbe
15	<a href="http://voeding.beginthier.nl/">http://voeding.beginthier.nl/</a>	Startpagina sportvoeding.	consumenten	Voeding begint hier		inrc
16	<a href="http://voeding.pagina.nl/">http://voeding.pagina.nl/</a>	Startpagina voeding.	Algemeen.	Voeding.pagina.nl		inrc
17	<a href="http://www.aardappelpagina.nl/">http://www.aardappelpagina.nl/</a>	Website die door middel van handels- en consumentgerichte promotie de binnen- en buitenlandse marktontwikkeling en consumptie van aardappelen moet bevorderen.	consumenten en aardappelhandel	Nederlands aardappel- en uienpromotiebureau (NIVAA)		inpr inht inrc
18	<a href="http://www.agfdetailhandel.nl">http://www.agfdetailhandel.nl</a>	Website biedt informatie over de AGF-branche voor het grote publiek. Daarnaast op een afgesloten deel markt- en productinformatie, ondernemerszaken, personeelszaken en subsidies voor de AGF-branche.	Grote publiek + leden van AGF Detailhandel	AGF Detailhandel Nederland (ADN)		ingr
19	<a href="http://www.agralin.nl/kap/">http://www.agralin.nl/kap/</a>	Website geeft meetresultaten van residuen en contaminanten in agrarische producten in Nederland.	levensmiddelenindustrie.	Kwaliteitsprogramma Agrarische Producten (KAP)	Rikilt	inpr

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
20	<a href="http://www.agrarischdagblad.nl/">http://www.agrarischdagblad.nl/</a>	Website gericht op het stimuleren van het Nederlandse agrofoodcomplex.	Agrofoodcomplex.	Agarisch Dagblad		ingr inpr inbe inve ince inht inrc
21	<a href="http://www.agriholland.nl/">http://www.agriholland.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening aan innovatieve bedrijven in de agrifoodsector.	Managers/beslissers agrifoodsector.	AgriHolland		ingr inpr inbe inve ince inht inrc
22	<a href="http://www.agriplus/">http://www.agriplus/</a>	Startpagina agrarisch Nederland.	Algemeen.	AgriPlus		ingr inpr inbe inve ince inht inrc
23	<a href="http://www.ah.nl/onzeproducten/biologisch">http://www.ah.nl/onzeproducten/biologisch</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van biologische producten.	consumenten.	Albert Heijn Biologisch		inpr inbe
24	<a href="http://www.aid.nl">http://www.aid.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de taken en diensten van de AID op het gebied van de voeselveiligheid.	consumenten, primaire sector, industrie en handel	Algemene Inspectiedienst AID		
25	<a href="http://www.akk.nl">http://www.akk.nl</a>	Website gericht op het verbeteren van concurrentiepositie van de Nederlandse agro-industriële sector.	primaire sector voedingsindustrie	Agro Keten Kennis		inpr inbe inht
26	<a href="http://www.allergieplein.nl/">http://www.allergieplein.nl/</a>	Website gericht op het verminderen van allergische klachten als gevolg van voedingsmiddelen.	consumenten en levensmiddelenindustrie.	Allergieplein.nl	Jos Verwijs	inbe
27	<a href="http://www.amalthea.org">http://www.amalthea.org</a>	Website ter promotie van de melkgeitensector. Bevat afgesloten deel voor leden Amalthea.	Consumenten + leden Amalthea	Coöperatie van Geitenhouders Amalthea		inpr
28	<a href="http://www.asperges.nl/">http://www.asperges.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de afzet van asperges.	consumenten.	Asperge.nl	Stichting Afzetbevordering Asperges	inpr
29	<a href="http://www.ato.wageningen-ur.nl/">http://www.ato.wageningen-ur.nl/</a>	Website gericht op promotie van de diensten van ATO: toepassingsgericht en strategisch onderzoek op de gebieden technologie processen en ketens.	Voedingsmiddelenindustrie en -handel.	ATO Instituut voor Agrotechnologisch Onderzoek		inbe inve inht
30	<a href="http://www.bedr-horeca.nl/">http://www.bedr-horeca.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de belangenbehartiging door en de diensten van het Bedrijfschap Horeca en Catering.	Horeca en Catering.	Bedrijfschap Horeca en Catering		inrc
31	<a href="http://www.beehappy.nl/">http://www.beehappy.nl/</a>	Website gericht op de promotie van de Nederlandse glastuinbouwsector.	consumenten.	BeeHappy - de tuinbouwwereld		inpr

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
32	<a href="http://www.bio-logisch.nu/">http://www.bio-logisch.nu/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van biologische producten.	consumenten	bio-logisch.nu	C 1000	inpr inbe
33	<a href="http://www.biofoon.nl/">http://www.biofoon.nl/</a>	Website gericht op de promotie van consumptie van biologische veehouderijproducten.	consumenten.	Biofoon	Wageningen UR	inpr inbe
34	<a href="http://www.biofruit.org/nl/">http://www.biofruit.org/nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van biologisch fruit.	biologische fruittelers	Biofruit		ingr inpr inht
35	<a href="http://www.biofruitteelt.nl/">http://www.biofruitteelt.nl/</a>	Website gericht op de promotie van de biologische fruitteelt.	fruittelers en consumenten.	Project Biofruitteelt		ingr inpr
36	<a href="http://www.biologisch.nl/">http://www.biologisch.nl/</a>	Website gericht op de ondersteuning van de omschakeling naar biologische producten.	boeren en consumenten.	Publiciteitscentrum Biologische Landbouw		ingr inpr
37	<a href="http://www.biologischconvenant.nl/">http://www.biologischconvenant.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de verkoop van biologische producten.	land- en tuinbouw beleidsmakers	biologischconvenant.nl	Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw	inpr inbe inht
38	<a href="http://www.biologischelandbouw.net/">http://www.biologischelandbouw.net/</a>	Website gericht op de ontwikkeling en integratie van kennis over biologische landbouw en voeding.	Primaire sector, overheid, voedingsmiddelenindustrie.	Innovatiecentrum Biologische Landbouw (IBL)		inpr inbe
39	<a href="http://www.biologischinhetschap.nl/">http://www.biologischinhetschap.nl/</a>	Website gericht op de bevordering van de consumptie van biologische producten.	consumenten.	Biologisch in het Schap	CBL	inpr inrc
40	<a href="http://www.biotechnologie.minvws.nl/">http://www.biotechnologie.minvws.nl/</a>	Website gericht op vergroten van de acceptatie van genetisch gemodificeerde voedingsmiddelen.	consumenten.	Biotechnologie en Voedsel	Ministerie van VWS	ingr inpr inbe ince
41	<a href="http://www.biovar.nl/">http://www.biovar.nl/</a>	Website gericht op de bevordering afzet van biologisch varkensvlees.	consumenten, biologische, varkensketen	Biovar	Platform Biologica	ingr inpr inbe inrc
42	<a href="http://www.blijmeteenei.nl/">http://www.blijmeteenei.nl/</a>	Website gericht op het geven van voorlichting over de Nederlandse pluimveehouderijsector.	Consumenten	Stichting Blij met een Ei	Productschap PVE	inpr
43	<a href="http://www.bmwt.nl/">http://www.bmwt.nl/</a>	Website gericht op het verbeteren van de interne logistiek binnen bedrijven.	bedrijfsleven	BMWT		inht
44	<a href="http://www.boerderij.nl/">http://www.boerderij.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening aan de Nederlandse landbouw.	primaire sector en handel.	Boerderij		ingr inpr inht

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
45	<a href="http://www.brcnorm.nl/">http://www.brcnorm.nl/</a>	Startpagina over de British Retail Consortium (BRC)-normen.	levensmiddelenindustrie.	BRCnorm	Food Quality Plus	ince
46	<a href="http://www.brood.net/">http://www.brood.net/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van brood.	consumenten.	Voorlichtingsbureau Brood		inrc
47	<a href="http://www.cbg-grootverbruik.nl/">http://www.cbg-grootverbruik.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de groothandel in grootverbruik als onmisbare schakel tussen toeleveranciers en afnemers in de buitenshuismarkt.	Horeca en grootverbruikers.	Centraal Bureau Grootverbruik-leveranciers (CBG)		inht inrc
48	<a href="http://www.cbk.nl/">http://www.cbk.nl/</a>	Website gericht op de promotie van de consumptie van bier.	consumenten.	Centraal Brouwerij Kantoor (CBK)		inbe
49	<a href="http://www.cbl.nl">http://www.cbl.nl</a>	Website die de Nederlandse consument duidelijk moet maken dat de Nederlandse levensmiddelenhandel ook zijn belangen behartigt.	Consumenten en leden	Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL)		inrc
50	<a href="http://www.cbmbv.nl">http://www.cbmbv.nl</a>	Website gericht op de bevordering van de consumptie van geitenmelk en -producten.	consumenten en handel.	CBM bv		inpr inbe inht
51	<a href="http://www.cbs.knaw.nl">http://www.cbs.knaw.nl</a>	Website gericht op het vergroten van de wetenschappelijke kennis op het gebied van schimmels en gisten.	Levensmiddelenindustrie, onderzoek.	Centraal Bureau voor Schimmelcultures (CBS)		ingr inbe
52	<a href="http://www.cbs.nl">http://www.cbs.nl</a>	Website gericht op de statistische informatievoorziening.	Algemeen	Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)		ingr inpr inbe onht inrc
53	<a href="http://www.champignons.nl/">http://www.champignons.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van champignons.	Consumenten.	champignons.nl		inpr
54	<a href="http://www.cnc.nl">http://www.cnc.nl</a>	Website gericht op de ondersteuning van de Nederlandse champignonsector. Gedeeltelijk alleen voor leden van de CNC toegankelijk.	champignonkwekers en -verwerkers, consumenten	Coöperatieve Nederlandse Champignonkwekersvereniging (CNC)		inpr inbe
55	<a href="http://www.codexalimentarius.nl/">http://www.codexalimentarius.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de Codex Alimentarius.	Voedselverwerkende bedrijven	Codex Alimentarius	Ministerie van LNV	inpr
56	<a href="http://www.cokz.nl">http://www.cokz.nl</a>	Website gericht op de bewaken en vergroten van de kwaliteitsborging in de zuivelsector.	melkveehouders, zuivelindustrie.	Centraal Orgaan voor Kwaliteitsaangelegenheden in de Zuivel (COKZ)		ince
57	<a href="http://www.commissiebier.nl/">http://www.commissiebier.nl/</a>	Website gericht op de het bevorderen van een matig en verantwoord gebruik van bier en op het tegengaan van misbruik.	consumenten en brouwerijen.	Commissie Bier van hetProductschap Dranken		inbe
58	<a href="http://www.consumentenbond.nl/">http://www.consumentenbond.nl/</a>	Website gericht op de belangenbehartiging van de Nederlandse consumenten.	consumenten en Algemeen.	Consumentenbond		inpr inbe inve ince inht inrc

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
59	<a href="http://www.cooperatie.nl">http://www.cooperatie.nl</a>	Webiste met informatie te vinden over leden, activiteiten en publicaties van de NCR.	consumenten	Nationale Coöperatieve Raad voor land- en tuinbouw		inbe ingr inpr
60	<a href="http://www.cov.nl">http://www.cov.nl</a>	Website met informatie over de Nederlandse vleessector. Bevat afgesloten deel voor leden COV.	Consumenten en vleessector	Centrale Organisatie voor de Vleessector (COV)		inbe
61	<a href="http://www.culiagenda.nl/">http://www.culiagenda.nl/</a>	Startpagina voor foodprofessionals	voedingsmiddelenindustrie.	culiagenda.nl	Marijke's Media Keuken (MMK)	inbe inrc
62	<a href="http://www.demeter-bd.nl">http://www.demeter-bd.nl</a>	Website gericht op de promotie van de biologisch-dynamische landbouw.	consumenten, primaire sector, handel en verwerkers	Demeter-bd.nl	Vereniging voor Biologisch-Dynamische Landbouw	inpr inbe inht ince
63	<a href="http://www.dieetconsult.nl/">http://www.dieetconsult.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over dieetproducten en voedingsmiddelen	artsen en diëtisten, consumenten	Dieetconsult.nl	Uitgeverij Bohn Stafleu Van Loghum	inrc
64	<a href="http://www.distrifood.nl">http://www.distrifood.nl</a>	Website gericht op de stimulering van de Nederlandse voedingsdistributiesector.	Voedingsindustrie en -handel.	Distrifood	Distrifood	inbe inht inrc
65	<a href="http://www.dlv.nl">http://www.dlv.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de diensten van de DLV Adviesgroep.	primaire sector, voedings-ndustrie handel.	DLV Adviesgroep		ingr inpr inbe inht
66	<a href="http://www.dutchfish.nl/">http://www.dutchfish.nl/</a>	Website ter promotie van de Nederlandse vissector	consumenten	Dutchfish		ingr
67	<a href="http://www.ecr.nl/">http://www.ecr.nl/</a>	Website gericht op het verbeteren van categoriemanagement en logistiek.	bedrijfsleven handel	Efficient Consumer Response (ECR)		inht
68	<a href="http://www.eettest.nl/">http://www.eettest.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van een goede voeding.	consumenten.	Eettest	Voedingscentrum	inrc
69	<a href="http://www.efmi.nl/">http://www.efmi.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van samenwerking en kennisuitwisseling tussen opeenvolgende schakels in de levensmiddelenbranche.	primaire sector voedingsmiddelen-industrie handel	Erasmus Food Management Instituut (EFMI)		inpr inbe inht
70	<a href="http://www.eigenlijkheellogisch.nl/">http://www.eigenlijkheellogisch.nl/</a>	Website van een meerjarige promotie-campagne voor biologische voeding	consumenten	Biologisch, eigenlijk heel logisch		inrc
71	<a href="http://www.eigenlijkheellogisch.nl/">http://www.eigenlijkheellogisch.nl/</a>	Website gericht op de bevorderen van de verkoop van biologische producten.	consumenten en land- en tuinbouw.	eigenlijkheellogisch.nl/	Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw	inpr
72	<a href="http://www.ekoland.vwg.net/">http://www.ekoland.vwg.net/</a>	Website gericht op het bevorderen van de biologische landbouw en de duurzame land- en tuinbouw.	primaire sector.	Ekoland		ingr inpr

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
73	<a href="http://www.ekozine.nl/">http://www.ekozine.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over natuurvoeding en gezondheidsbewustzijn.	consumenten.	EKOzine		inpr inbe
74	<a href="http://www.elsevier-voedselveiligheid.nl/">http://www.elsevier-voedselveiligheid.nl/</a>	Website gericht op het vergroten van de voedselveiligheid in de Nederlandse voedselketen. Deelname alleen toegankelijk voor abonnees.	voedingsindustrie.	Elsevier Voedselveiligheid		inbe ince
75	<a href="http://www.ergogenics.org/">http://www.ergogenics.org/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over illegale en legale middelen en technieken waarmee je ouder, fitter en sterker kunt worden.	consumenten.	Ergogenics		inrc
76	<a href="http://www.erkendstreekproduct.nl/">http://www.erkendstreekproduct.nl/</a>	Website gericht op de promotie van producten die het keurmerk 'erkend streekproduct' van de SPN hebben.	consumenten	Streekeigen Producten Nederland (SPN)		ince
77	<a href="http://www.esc-lev.nl/">http://www.esc-lev.nl/</a>	Website gericht op de branche-brede invoering van EDI in de levensmiddelenhandel..	levensmiddelenhandel.	EDI Service Center Levensmiddelenhandel		inht inrc
78	<a href="http://www.euronorm.net/">http://www.euronorm.net/</a>	Website gericht op het vergroten van de kennis over Europese normen en wetgeving.	bedrijfsleven.	Euronorm.net		inbe ince
79	<a href="http://www.farmersatwork.nl/">http://www.farmersatwork.nl/</a>	Website gericht op het geven van achtergrondinformatie over verschillende landbouwsystemen.	onderwijs.	Farmers @ Work	stichting Consument en Biotechnologie	ingr inpr
80	<a href="http://www.fit-oracle.nl/nl/nutrition/index.html">http://www.fit-oracle.nl/nl/nutrition/index.html</a>	Website gericht op de promotie van het gebruik van voedingssupplementen.	consumenten.	Voedings-net.nl		inrc
81	<a href="http://www.foodalert.nl">http://www.foodalert.nl</a>	Website gericht op de nieuwsvoorziening aan de horeca over voedselveiligheidskwesties.	horeca	FoodAlert, voor horeca en catering	Totaal Hygiëne Keur	inrc
82	<a href="http://www.fooddata.nl/">http://www.fooddata.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over samenstelling voedingswaarde en veiligheid van voedingsmiddelen. Deelname alleen toegankelijk na aanmelding.	Scholieren en levensmiddelenindustrie	FoodData	HAS Den Bosch & Van Hall Instituut	inpr inbe
83	<a href="http://www.foodfromholland.nl">http://www.foodfromholland.nl</a>	Website gericht op het tot stand brengen van handelscontacten tussen buitenlandse afnemers en Nederlandse levensmiddelenproducenten en exporteurs.	buitenlandse afnemers en Nederlandse levensmiddelenproducenten en exporteurs.	Food from Holland	Ministerie van LNV	inbe inht

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
84	<a href="http://www.foodnet.nl/">http://www.foodnet.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening aan de voedingsmiddelenhandel en -industrie. Deelname is alleen toegankelijk voor abonnees.	voedingsmiddelenhandel en -industrie.	Foodnet.nl	Mediaset Kennis & Communicatie	inbe inht
85	<a href="http://www.foodsafetymanagement.info">http://www.foodsafetymanagement.info</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de eisen die voor een op HACCP gebaseerd voedselveiligheidssysteem zouden moeten gelden.	levensmiddelenindustrie.	Foodsafetymanagement	Centraal College van Deskundigen-HACCP	ince
86	<a href="http://www.fqp.nl/haccp_pagina/haccp.htm">http://www.fqp.nl/haccp_pagina/haccp.htm</a>	Startpagina over HACCP.	levensmiddelenindustrie.	HACCP-pagina	Food Quality Plus	ince
87	<a href="http://www.frisdrank.nl">http://www.frisdrank.nl</a>	Website gericht op de bevordering van de consumptie van frisdranken en vruchtensappen.	consumenten frisdrankenindustrie.	Vereniging Nederlandse Frisdranken Industrie (NFI)		inbe
88	<a href="http://www.frugiventa.nl">http://www.frugiventa.nl</a>	Website gericht op het bevorderen van de handel in groente en fruit. Gedeeltelijk alleen voor leden bereikbaar.	groente/fruitteilers, handelaren	Frugi Venta		inpr inht
89	<a href="http://www.future-of-food.nl/">http://www.future-of-food.nl/</a>	Website gericht op het verkrijgen van een beter inzicht in de wensen, zorgen, visies en waarden die in Nederland en Duitsland rond voedselproductie leven.	Algemeen.	Future of Food	Ministerie van LNV	inpr inbe inrc
90	<a href="http://www.gd-dieren.nl/">http://www.gd-dieren.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de dienstverlening door de GD.	veehouders.	Gezondheidsdienst voor Dieren (GD)		inpr
91	<a href="http://www.geitenhouderij.nl">http://www.geitenhouderij.nl</a>	Website gericht op de bevordering van de afzet van geitenmelk en -producten.	consumenten.	N&T Geitenhouderij		inpr inbe
92	<a href="http://www.genootschapmelkkunde.nl/">http://www.genootschapmelkkunde.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van kennis over melk, de daaruit bereide producten en de toepassingen daarvan.	consumenten en zuivelsector.	Genootschap ter Bevordering van de Melkkunde		inpr inbe
93	<a href="http://www.geocities.com/damonmhill2/kefir/index.html">http://www.geocities.com/damonmhill2/kefir/index.html</a>	Website gericht op de promotie van kefir: een bacterie die van geiten-, koeien-, soja-, volle en halfvolle melk een soort yoghurt kan maken met veel goede effecten op de gezondheid.	consumenten	Kefir	Bert Mol	inbe
94	<a href="http://www.gezondheidsnet.nl/">http://www.gezondheidsnet.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over voeding en gezondheid.	consumenten.	GezondheidsNet	Press Partners	inrc
95	<a href="http://www.gezondheidsplein.nl/">http://www.gezondheidsplein.nl/</a>	Website gericht op de nieuwsvoorziening over gezondheid en gezonde voeding.	consumenten.	Gezondheidsplein	AVRO	inpr inbe

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
96	<a href="http://www.gfk.nl/">http://www.gfk.nl/</a>	Website gericht op het vergroten van de kennis over het koopgedrag van consumenten bij het bedrijfsleven.	bedrijfsleven.	GfK Nederland B.V.		inbe inht inrc
97	<a href="http://www.glasbak.nl/">http://www.glasbak.nl/</a>	Website gericht op de promotie van het recyclen van glasverpakkingen.	consumenten en bedrijfsleven.	Stichting Promotie Glasbak		inve
98	<a href="http://www.glto.nl">http://www.glto.nl</a>	Website die de leden van de GLTO informeert over de belangenbehartiging door, en de dienstverlening van de GLTO.	Leden van de GLTO.	Gewestelijke Land- en Tuinbouworganisatie (GLTO)		ingr
99	<a href="http://www.goedewaar.nl/">http://www.goedewaar.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening aan consumenten over mens-, dier- en milieuvriendelijke c.q. -onvriendelijke producten.	consumenten en producenten.	Goede Waar & Co		inpr inbe inht
100	<a href="http://www.gpidatabank.nl/">http://www.gpidatabank.nl/</a>	Website gericht op het geven van technisch inhoudelijke productinformatie van voedingsmiddelen. De databank van GPI bevat, per product, informatie als ingrediënten, allergenen, voedingswaarden, dosering en diverse verpakkinggegevens. Website is alleen toegankelijk voor leden.	Voedingsindustrie.	Grootverbruik Product Informatie (GPI)		inbe inrc
101	<a href="http://www.gr.nl/">http://www.gr.nl/</a>	Website gericht op het verbeteren van de volksgezondheid via het in kaart brengen van de wetenschappelijke kennis op een bepaald terrein.	beleidsmakers, consumenten	Gezondheidsraad		inrc
102	<a href="http://www.graan.com">http://www.graan.com</a>	Website geeft informatie over de activiteiten en inzicht in de diensten van het Comite. Een gedeelte is alleen toegankelijk voor leden.	graanhandelaren, mengvoederbedrijven	Koninklijke Vereniging Het Comité van Graanhandelaren		inht
103	<a href="http://www.groentenenfruit.nl/">http://www.groentenenfruit.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van groente en fruit.	consumenten	Voorlichtingsbureau Groenten & Fruit		inpr
104	<a href="http://www.groentenenfruit.nl/">http://www.groentenenfruit.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over aardappelen, groeten en fruit.	agf-sector en consumenten.	groentenenfruit.nl	Uitgeverij Noordhoek	inpr inht inrc
105	<a href="http://www.grootkeuken.nl/">http://www.grootkeuken.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening aan grootkeukens.	cateraars, ziekenhuizen, instellingen	Grootkeuken		inbe
106	<a href="http://www.gzp.nl/">http://www.gzp.nl/</a>	Website gericht op de ondersteuning van de Nederlandse Granen, Zaden en Peulvruchten bedrijven.	Granen, Zaden en Peulvruchten bedrijven	Productschap Granen, Zaden en Peulvruchten		inpr inbe



Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
107	<a href="http://www.halal.nl">http://www.halal.nl</a>	Website geeft informatie over de werkzaamheden van de stichting Halal Voeding en Voedsel (HVV).	vleesverwerkende bedrijven die een Halal-certificaat wensen te behalen.	Halal Voeding en Voedsel (HVV)		ince
108	<a href="http://www.hbag.nl">http://www.hbag.nl</a>	Website die de agrarische groothandel inzicht geeft in de diensten die het HBAG aanbiedt om de professionaliteit van de branche, van de individuele bedrijven en van hun medewerkers te vergroten.	agrarische groothandel	Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel		inht
109	<a href="http://www.hbaggroenten.nl/">http://www.hbaggroenten.nl/</a>	Website die de groothandel in groenten en fruit inzicht geeft in de diensten die het HBAG groenten en fruit aanbiedt om de professionaliteit van de branche, van de individuele bedrijven en van hun medewerkers te vergroten.	groothandel in groenten	Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel Groenten		inht
110	<a href="http://www.hetkleinelo.nl/">http://www.hetkleinelo.nl/</a>	Website gericht op de promotie van de Nederlandse land- en tuinbouw.	onderwijs en kleine consumenten.	Het Kleine Loo - Webgids		inpr
111	<a href="http://www.hpa.nl/">http://www.hpa.nl/</a>	Website gericht op de ondersteuning van de Nederlandse akkerbouwsector, inclusief handel en be- en verwerkende bedrijven.	akkerbouwers, handelaren en verwerkende bedrijven	Hoofdproductschap Akkerbouw (HPA)		inpr inbe inht
112	<a href="http://www.hygienecodebakkerij.nl/">http://www.hygienecodebakkerij.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de vernieuwde Hygiëncode voor de Brood- en Banketbakkerij.	brood en banketbakkers.	Hygiëncodebakkerij	Nederlands Bakkerij Centrum	inbe ince
113	<a href="http://www.hygienesite.nl">http://www.hygienesite.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening over hygiëne, kwaliteits-, en voedselveiligheidsaspecten.	kwaliteitsmanagers voedselindustrie	Hygiënesite.nl	Hygiëne Research Nederland	inbe
114	<a href="http://www.id-lelystad.nl/">http://www.id-lelystad.nl/</a>	Website gericht op promoten van duurzame methoden voor vleesproductie.	veehouderij vleesverwerkende industrie	ID-Lelystad, Instituut Diergezondheid B.V.		inpr inbe
115	<a href="http://www.kaas.nl">http://www.kaas.nl</a>	Startpagina Kaas	consumenten en mensen met de achternaam Kaas!	Kaas.nl	Dick Kaas	inbe
116	<a href="http://www.kalfsvlees.nl">http://www.kalfsvlees.nl</a>	Website gericht op de promotie van de consumptie van kalfsvlees.	consumenten	Stichting Promotie Kalfsvlees		inrc
117	<a href="http://www.kalkoen.nl/">http://www.kalkoen.nl/</a>	Website gericht op de promotie van de kalkoensector en de consumptie van kalkoenproducten.	kalkoensector en consumenten.	Kalkoen.nl	Kalkoenbroederij Coolen BV	inpr
118	<a href="http://www.keuringsdienstvanwaren.nl">http://www.keuringsdienstvanwaren.nl</a>	Website gericht op de gezondheids- en consumentenbescherming in de gehele productieketen van levensmiddelen en non-foods.	consumenten bedrijfsleven overheid	Keuringsdienst van Waren		inpr inbe ince inht inrc

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
119	<a href="http://www.kindervoedingservice.nl/">http://www.kindervoedingservice.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van babyvoeding.	consumenten	kindervoedingservice.nl	Nutricia	inrc
120	<a href="http://www.kipenei.nl">http://www.kipenei.nl</a>	Startpagina pluimveehouderij	Doelgroep; consumenten	Kipenei.nl	e.zeggelaar	inpr
121	<a href="http://www.kkm.nl/">http://www.kkm.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de stichting Keten Kwaliteit. Melk (KKM) en het keurmerk KKM.	melkveehouderij en zuivelketen.	Keten Kwaliteit Melk (KKM)	Stichting KKM	ince
122	<a href="http://www.knsnet.nl">http://www.knsnet.nl</a>	Website die inzicht geeft in de activiteiten en diensten van het (KNS) een gedeelte van de site is alleen voor leden toegankelijk.	slagers	Koninklijke Nederlandse Slagers-organisatie (KNS)		inbe
123	<a href="http://www.koffiethee.nl/">http://www.koffiethee.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van koffie en thee.	consumenten	Koffie en Thee informatie Bureau		inrc
124	<a href="http://www.kringloopblik.nl/">http://www.kringloopblik.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen dat de kringloop van metalen verpakkingen wordt gesloten.	bedrijfsleven en consumenten.	Stichting Kringloop Blik (SKB)		inve
125	<a href="http://www.lltb.nl">http://www.lltb.nl</a>	Website die de leden van de LLTB informeert over de belangenbehartiging door en de dienstverlening van, de LLTB.	Leden van de LLTB.	Limburgse Land- en Tuinbouwbond (LLTB)		ingr
126	<a href="http://www.logistiek.nl/">http://www.logistiek.nl/</a>	Website gericht op het verbeteren van de logistiek in Nederland.	bedrijfsleven en handel.	Logistiek.nl	Logistiek Krant	inht
127	<a href="http://www.lto.nl">http://www.lto.nl</a>	Website die de leden van de LTO informeert over de belangenbehartiging door, en de dienstverlening van, LTO.	Leden van de LTO.	Land- en Tuinbouworganisatie (LTO-Nederland)		inbr
128	<a href="http://www.milkprices.nl/">http://www.milkprices.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de melkprijzen zoals die in diverse landen uitbetaald worden.	melkveehouders, zuivelindustrie.	Milkprices.nl	LTO Nederland	inpr
129	<a href="http://www.minlnv.nl">http://www.minlnv.nl</a>	Website gericht op het stimuleren van de Nederlandse agrifoodsector.	Algemeen.	Ministerie van Landbouw Natuur en Voedselkwaliteit		inpr inbe
130	<a href="http://www.minlnv.nl/infomart/nwsbrief/bb/">http://www.minlnv.nl/infomart/nwsbrief/bb/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over exportmogelijkheden.	Nederlandse agrifood-complex.	Berichten Buitenland	Ministerie van LNV	inht
131	<a href="http://www.minlnv.nl/lba/2003/">http://www.minlnv.nl/lba/2003/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over ontwikkelingen op het gebied van landbouw en voeding in het buitenland.	Nederlandse agrifood-complex	LBActualiteiten	Ministerie van LNV	inpr inbe inht inrc
132	<a href="http://www.minvws.nl">http://www.minvws.nl</a>	Website gericht op de bevordering van de volksgezondheid.	consumenten en bedrijfsleven.	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS)		inrc

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
133	<a href="http://www.mvo.nl">http://www.mvo.nl</a>	Website gericht op de voorlichting over margarine, vetten en oliën. Daarnaast het geven van informatie over de belangenbehartiging door en de diensten van het MVO.	consumenten en leden van het MVO.	Productschap Margarine, Vetten en Oliën (MVO)		inpr
134	<a href="http://www.nautilusorganic.com">http://www.nautilusorganic.com</a>	Website gericht op het bevorderen van de biologische landbouw en de consumptie van biologische producten.	land- en tuinbouw handel en consumenten.	Nautilus		inpr inht
135	<a href="http://www.nav.nl">http://www.nav.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de belangenbehartiging door en de diensten van de NAV.	akkerbouwers.	Nederlandse Akkerbouw Vakbond (NAV)		ingr
136	<a href="http://www.nbpw.nl/">http://www.nbpw.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de belangenbehartiging door en de diensten van de NBPW.	poeliers, slachters en wildhandelaren	Nederlandse Bond van Poeliers en Wildhandelaren (NBPW)		inbe inht
137	<a href="http://www.ndl.nl">http://www.ndl.nl</a>	Website gericht op het verbeteren van de distributie in Nederland.	bedrijfsleven en handel.	Nederland Distributieland		inht
138	<a href="http://www.nepluvi.nl">http://www.nepluvi.nl</a>	Website geeft overzicht van de belangenbehartiging door en de diensten van de Nepluvi. Gedeelte alleen voor leden toegankelijk.	pluimveeverwerkende bedrijven	Vereniging van de Nederlandse Pluimveeverwerkende Industrie (NEPLUVI)		inbe
139	<a href="http://www.nevo-foodcomp.nl/">http://www.nevo-foodcomp.nl/</a>	Website gericht op het verbeteren van de gezondheid via gegevens over de voedingskundige samenstelling van levensmiddelen. Deelname alleen toegankelijk voor leden.	voedingsonderzoek, diëtetiek en voedingsvoorlichting	NEVO		inbe inrc
140	<a href="http://www.nfofruit.nl">http://www.nfofruit.nl</a>	Website gericht op het informeren van de leden van de NFO over de belangenbehartiging door en de diensten van het NFO.	leden van de NFO en consumenten.	Nederlandse Fruittelers Organisatie (NFO)		ingr
141	<a href="http://www.nizo.nl/">http://www.nizo.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over het onderzoek van het NIZO.	zuivelindustrie en onderzoek.	Nederlands Instituut voor Zuivelonderzoek (NIZO)		inpr inbe
142	<a href="http://www.nlto.nl">http://www.nlto.nl</a>	Website die de leden van de NLTO informeert over de belangenbehartiging door, en de dienstverlening van, de NLTO.	Leden van de NLTO.	Noordelijke Land- en Tuinbouworganisatie (NLTO)		ingr

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
143	<a href="http://www.nrk.nl/">http://www.nrk.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de belangenbehartiging en de diensten van de Federatie NRK(Nederlandse Rubber- en Kunststofindustrie).	verpakkingsindustrie.	Federatie NRK		inve
144	<a href="http://www.nutrim.unimaas.nl/">http://www.nutrim.unimaas.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over het onderzoek op voeding en voedingstoxicologie.	onderzoek en voedingsindustrie.	Nutrition and Toxicology Research Institute Maastricht (NUTRIM)		inbe
145	<a href="http://www.nutritionmagazine.nl/">http://www.nutritionmagazine.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de relatie tussen voeding en gezondheid. (Nutritionmagazine is Engelstalige zusje van VoedingsMagazine)	voedingsdeskundigen gezondheidszorg.	NutritionMagazine	Nederlandse Zuivel Organisatie	inbe
146	<a href="http://www.nvc.nl/">http://www.nvc.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over verpakkingen. Deelname is alleen toegankelijk voor leden van het NVC.	bedrijfsleven en consumenten.	Nederlands Verpakkingscentrum (NVC)		inve
147	<a href="http://www.nvvl.nl/">http://www.nvvl.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen dat de wetenschappelijke en technologische kennis op het gebied van voeding, voedsel en voedselbereiding verder wordt ontwikkeld en uitgedragen.	onderzoek, voedingsindustrie.	Nederlandse Vereniging voor Voedingsleer en Levensmiddelen-technologie (NVVL)		inbe
148	<a href="http://www.nvvm.org/">http://www.nvvm.org/</a>	Website gericht op het bevorderen van de macrobiotiek en de toepassing daarvan.	consumenten	Nederlandse Vereniging voor Macrobiotiek (NVVM)		inrc
149	<a href="http://www.pakblad.nl/">http://www.pakblad.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over verpakkingen en de verpakkingsindustrie.	bedrijfsleven en verpakkingsindustrie.	Pakblad		inve
150	<a href="http://www.physique.nl/kenniscentrumvoeding.htm">http://www.physique.nl/kenniscentrumvoeding.htm</a>	Website gericht op de informatievoorziening over gezonde voeding.	consumenten.	Kenniscentrum Voeding	Physique	inrc
151	<a href="http://www.plantum.nl">http://www.plantum.nl</a>	Website gericht de belangenbehartiging van bedrijven die zich bezighouden met veredeling, vermeerdering en opkweek van zaden en jonge planten en ook weefselkweek.	bedrijven actief in de sector plantaardig uitgangsmateriaal	Plantum NL		ingr
152	<a href="http://www.platformbiologica.nl">http://www.platformbiologica.nl</a>	Website gericht op de promotie van en voorlichting over biologische landbouw en voeding.	consumenten, boeren en beleidsmakers	Platform Biologica		ingr inpr inrc
153	<a href="http://www.plw.nl">http://www.plw.nl</a>	Website gericht op de voorlichting over de Nederlandse en Europese levensmiddelenwetgeving.	boeren en voedselverwerkende industrie	Productschappencommissie Levensmiddelenwetgeving (PLW)		inpr inbe

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
154	<a href="http://www.productschapdranken.nl">http://www.productschapdranken.nl</a>	Website gericht op het geven van de informatie over de activiteiten van het Productschap Dranken.	leden van het Productschap Dranken.	Productschap Dranken		inpr
155	<a href="http://www.prodzuivel.nl">http://www.prodzuivel.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening aan de Nederlandse zuivelsector (melkveehouders, verwerkers, retail).	zuivelsector	Productschap Zuivel		inpr inbe
156	<a href="http://www.pve.nl">http://www.pve.nl</a>	Website ter promotie van de Nederlandse veehouderijsector en de Nederlandse veehouderijproducten. Daarnaast informatie over belangenbehartigingen door en de diensten van de PVE.	consumenten en leden PVE.	Productschappen Vee, Vlees en Eieren (PVE)		inpr
157	<a href="http://www.pvekids.nl/">http://www.pvekids.nl/</a>	Website gericht op de promotie van de Nederlandse vleessector onder kinderen.	Consumenten, kinderen.	Everts Boerderij	PVE	inpr inbe
158	<a href="http://www.pvis.nl">http://www.pvis.nl</a>	Website die de Nederlandse visserijsector informeert over de belangenbehartigingen door en de diensten van het Productschap Vis.	vissector	Productschap Vis		inbe
159	<a href="http://www.rabobank.nl/info/execute/node?node_id=36766">http://www.rabobank.nl/info/execute/node?node_id=36766</a>	Website gericht op stimuleren van de Nederlandse agrarisch sector.	agro-foodcomplex	Rabobank Agrarisch		ingr inpr inbe inht inrc
160	<a href="http://www.rikilt.wageningen-ur.nl">http://www.rikilt.wageningen-ur.nl</a>	Website gericht op de informatievoorzieningen over het onderzoek van het RIKILT ten behoeve van de veiligheid en kwaliteit van land- en tuinbouwproducten en voedingsmiddelen.	land- en tuinbouw voedingsindustrie.	RIKILT, instituut voor voedselveiligheid	WUR	inpr inbe
161	<a href="http://www.rivm.nl">http://www.rivm.nl</a>	Website gericht op het bevorderen van de volksgezondheid en de voedselveiligheid via onderzoek.	Overheid en industrie.	Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM)		inpr inbe
162	<a href="http://www.saisonnier.net/">http://www.saisonnier.net/</a>	Website gericht op de verbetering van kwaliteit van de professionele gastronomische sector.	restaurants	Culinaire Saisonnier		inrc
163	<a href="http://www.scharrelvlees.net/">http://www.scharrelvlees.net/</a>	Website gericht op de promotie van de consumptie en de productie van scharrelvarkensvlees.	consumenten, boeren en vleesverwerkers.	Nederlandse Vereniging van Scharrelvarkenshouders		inpr inbe inrc
164	<a href="http://www.skal.com">http://www.skal.com</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de activiteiten van Skal: toezicht op de biologische productie in Nederland via inspectie en certificatie.	primaire sector en voedingsmiddelenbedrijven.	Skal		ince

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
165	<a href="http://www.sma.nl/">http://www.sma.nl/</a>	Website gericht op de belangenbehartiging van Nederlandse fabrikanten en importeurs van merkartikelen voor dagelijks gebruik.	Doelgroepo: consumenten.	Stichting Merkartikel (SMA)		inbe
166	<a href="http://www.smaakmakend.nl/">http://www.smaakmakend.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van biologische producten.	consumenten.	Smaakmakend	Platform Biologica	inpr inbe
167	<a href="http://www.ssz.nl/">http://www.ssz.nl/</a>	Website gericht op de promotie van de consumptie van snacks en zoetwaren.	consumenten	Studiecentrum Snacks en Zoetwaren (SSZ)		inpr
168	<a href="http://www.stichtingpavo.nl/">http://www.stichtingpavo.nl/</a>	Website gericht op het uitwisselen van kennis en informatie op het gebied van proces automatisering voor de voedingsmiddelenindustrie.	voedingsmiddelenindustrie	Procestechniek en -Automatisering Voedingsmiddelenindustrie (PAVO)		inbe
169	<a href="http://www.stichtingvoedselallergie.nl/">http://www.stichtingvoedselallergie.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over voedselallergieën en -intoleranties.	consumenten	Stichting VoedselAllergie		inrc
170	<a href="http://www.stiva.nl/">http://www.stiva.nl/</a>	Website gericht op het terugdringen van alcoholmisbruik en het bevorderen van een verantwoord alcoholgebruik.	consumenten.	Stichting Verantwoord Alcoholgebruik (STIVA)		inrc
171	<a href="http://www.suikerinfo.nl/">http://www.suikerinfo.nl/</a>	Website gericht op de bevordering van de consumptie van kristalsuiker.	consumenten.	Suikerinfo.nl	Suikerstichting	inpr inbe
172	<a href="http://www.supermarktgid.nl/">http://www.supermarktgid.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van gezonde voedingsmiddelen.	consumenten.	Supermarktgid.nl	Sola Tradin	inrc
173	<a href="http://www.svm-pact.nl/">http://www.svm-pact.nl/</a>	Website gericht op de naleving van de door het gezamenlijke bedrijfsleven in het Convenant Verpakkingen III gemaakte afspraken op het gebied van verpakking en milieu.	bedrijfsleven	SVM-Pact		inve
174	<a href="http://www.thegreenery.nl/">http://www.thegreenery.nl/</a>	Website gericht op de bevordering van handel in en de consumptie van verse voedingstuinbouwproducten.	voedingstuinbouw, handel en consumenten.	The Greenery		inpr inht
175	<a href="http://www.tijdvoorvis.nl/">http://www.tijdvoorvis.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van vis.	Consumenten	Nederlands Visbureau		inpr inbe
176	<a href="http://www.tuinbouw.nl">http://www.tuinbouw.nl</a>	Website ter promotie van de Nederlandse tuinbouwsector en de Nederlandse tuinbouwproducten. Daarnaast informatie over belangenbehartigingen door en de diensten van het Productschap Tuinbouw.	Nederlandse tuinbouwsector en consumenten.	Productschap Tuinbouw		ingr inpr

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
177	<a href="http://www.utwente.nl/gezondensterk/index.html">http://www.utwente.nl/gezondensterk/index.html</a>	Website gericht op het verbeteren van de gezondheid van werkenden via gezondere voeding en meer beweging.	consumenten.	Gezond en Sterk	Universiteit Twente	inrc
178	<a href="http://www.vai-voeding.nl/">http://www.vai-voeding.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de belangenbehartiging door en de diensten van de VAI. Deelname is alleen toegankelijk voor leden.	voedingsmiddelenindustrie en consumenten.	Nederlandse Voedingsmiddelen Industrie (VAI)		inbe
179	<a href="http://www.vakcentrum.nl/">http://www.vakcentrum.nl/</a>	Website gericht op de professionalisering van de zelfstandige detaillist in de foodsector en de fast moving consumer goods.	detailhandel.	Vakcentrum Levensmiddelen		inrc
180	<a href="http://www.vavi.nl/">http://www.vavi.nl/</a>	Website gericht op de ondersteuning van de Nederlandse aardappelverwerkende bedrijven.	aardappelverkende industrie, handel	Vereniging voor de Aardappelverwerkende Industrie (VAVI)		inbe inpr
181	<a href="http://www.vbz.nl/">http://www.vbz.nl/</a>	Website gericht op de behartiging van de belangen van de Nederlandse bakkerij- en zoetwarenssector. Een gedeelte van de site is alleen voor leden toegankelijk.	consumenten en leden van de VBZ.	Vereniging voor de Bakkerijen Zoetwarenindustrie (VBZ)		inbe
182	<a href="http://www.veevleeseierwereld.nl">http://www.veevleeseierwereld.nl</a>	Verzamelsite voor zestien die organisaties die verwant zijn met de Nederlandse vee-, vlees- en eiersector.	consumenten	Bedrijfschap voor de Handel in Vee (BHV)		inrc
183	<a href="http://www.veevleeseierwereld.nl/">http://www.veevleeseierwereld.nl/</a>	Portalwebsite voor participanten van de Nederlandse vee-, vlees- en eierwereld.	consumenten	veevleeseierwereld.nl		inpr inbe
184	<a href="http://www.vegetariers.nl">http://www.vegetariers.nl</a>	Website gericht op de promotie van en voorlichting over het vegetarisme.	in vegetarisme geïnteresseerde consumenten	Nederlandse Vegetariërs Bond (NVB)		inrc
185	<a href="http://www.veiling-zaltbommel.nl/">http://www.veiling-zaltbommel.nl/</a>	Website gericht op het bevorderen van de handel in voedingstuinbouwproducten. Grootste deel alleen toegankelijk voor leden.	voedingstuinbouw en handel.	Coöperatieve Tuinbouw-veiling Zaltbommel		inht
186	<a href="http://www.veneca.nl">http://www.veneca.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de belangenbehartiging door en de diensten van de Veneca.	cateringbedrijven	Vereniging Nederlandse Cateringorganisatie (VENECA)		inrc
187	<a href="http://www.verpakkingsmanagement.nl/">http://www.verpakkingsmanagement.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over verpakkingen en verpakkingsindustrie.	bedrijfsleven en verpakkingsindustrie.	Verpakkingsmanagement		inve

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
188	<a href="http://www.vhvg.nl">http://www.vhvg.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de belangenbehartiging door en de diensten van de VHVG.	hoofden voeding in de gezondheidszorg.	Vereniging Hoofden Voeding Gezondheidszorg (VHVG)		inrc
189	<a href="http://www.vigef.nl/">http://www.vigef.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de belangenbehartiging en de diensten van de VIGEF. Gedeeltelijk alleen voor leden.	Groente- en fruitverwerkende industrie	Vereniging Nederlandse Groenten- en Fruitverwerkende Industrie (VIGEF)		inbe
190	<a href="http://www.vitamine-info.nl/">http://www.vitamine-info.nl/</a>	Website gericht op het verbeteren van de kennis over vitamines, mineralen en vetzuren om zo een optimale inname van deze voedingsstoffen te bevorderen.	consumenten, wetenschappers, artsen en diëtisten.	Vitamine Informatie Bureau	TNO Voeding	inrc
191	<a href="http://www.vlees.nl/">http://www.vlees.nl/</a>	Website gericht op het vergroten van de consumptie van vlees.	consumenten	Vlees.nl	Voorlichtingsbureau Vlees	inpr inbe
192	<a href="http://www.vmt.nl/">http://www.vmt.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over markten en technieken aan de voedingsmiddelenindustrie.	voedingsmiddelenindustrie	VMT	Uitgeverij Keesing Noordvliet	inbe inve ince
193	<a href="http://www.voeding-visie.nl">http://www.voeding-visie.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening over voeding en diëtetiek.	diëtisten en medisch specialisten.	Voeding & Visie		inbe
194	<a href="http://www.voeding.tno.nl">http://www.voeding.tno.nl</a>	Website gericht op de informatievoorziening over activiteiten van TNO Voeding.	bedrijfsleven.	TNO Voeding		inbe
195	<a href="http://www.voedingnu.nl/">http://www.voedingnu.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over voedsel ingrediënten aan de voedingsmiddelenindustrie.	voedingsmiddelenindustrie.	VoedingNu	Uitgeverij Keesing Noordvliet	inbe
196	<a href="http://www.voedingscentrum.nl">http://www.voedingscentrum.nl</a>	Website gericht op de bevordering van gezond eetgedrag via informatievoorziening over gezonde voeding en voedselveiligheid.	consumenten	Voedingscentrum Nederland		inrc
197	<a href="http://www.voedingsmagazine.nl/">http://www.voedingsmagazine.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de relatie tussen voeding en gezondheid.	voedingsdeskundigen gezondheidszorg	VoedingsMagazine	Nederlandse Zuivelorganisatie NZO	inbe
198	<a href="http://www.voedsel.net/">http://www.voedsel.net/</a>	Website gericht op het geven van actuele informatie op het gebied van de productie, samenstelling en andere aspecten van levensmiddelen.	consumenten, levensmiddelenindustrie	Voedselnet.nl	Wageningen UR	inbe inrc
199	<a href="http://www.voedselveiligheid.nl">http://www.voedselveiligheid.nl</a>	Website gericht op het verbeteren van de voedselveiligheid.	primaire sector en verwerkende industrie.	voedselveiligheid.nl	AgriHolland	inpr inbe



Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
200	<a href="http://www.voorlichtingmvo.nl">http://www.voorlichtingmvo.nl</a>	Website gericht op voorlichting over en stimulering van het gebruik van margarine, vetten en oliën.	consumenten en voedingsvoorlichters	Voorlichtingsbureau Margarine, Vetten en Oliën		inrc
201	<a href="http://www.vrijwilligemolenaars.nl/">http://www.vrijwilligemolenaars.nl/</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de activiteiten en de diensten van het GVM.	vrijwillige molenaars	Gilde van Vrijwillige Molenaars (GVM)		inbe
202	<a href="http://www.vwa.nl">http://www.vwa.nl</a>	Website gericht op het verbeteren van de voedselveiligheid.	consumenten, primaire sector, industrie en handel	Voedsel en Waren Autoriteit (VWA)		inpr inbe inht
203	<a href="http://www.wageningen-ur.nl/">http://www.wageningen-ur.nl/</a>	Ingang naar onderzoeksafdelingen van Wageningen Universiteit en instituten, gezamenlijk bekend onder Wageningen Universiteit en Researchcentrum.	Algemeen.	Wageningen UR		ingr inpr inbe
204	<a href="http://www.weet-wat-je-eet.nl/">http://www.weet-wat-je-eet.nl/</a>	Website gericht op het vergroten van het bewustzijn van consumenten dat zij een beslissende invloed hebben op de kwaliteit van het productieproces en het welzijn van dieren in de voedselketen.	consumenten.	<a href="http://www.weet-wat-je-eet.nl">www.weet-wat-je-eet.nl</a>	Eranova	inpr
205	<a href="http://www.weetwatjeeet.nl/">http://www.weetwatjeeet.nl/</a>	Website gericht op het uitbannen van schadelijke stoffen als gewasbeschermingsmiddelen, antibiotica, bacteriën en dergelijke in en op voedingsmiddelen.	consumenten en supermarkten	weetwatjeeet	Milieudefensie, Natuuen Milieu, Goede Waar & Co	inht
206	<a href="http://www.witlof.net/">http://www.witlof.net/</a>	Website gericht op het bevorderen van de consumptie van witlof.	consumenten.	Witlof.net	The Greenery	inpr
207	<a href="http://www.wlto.nl">http://www.wlto.nl</a>	Website die de leden van de WLTO informeert over de belangenbehartiging door, en de dienstverlening van, de WLTO.	Leden van de WLTO.	Westelijke Land- en Tuinbouworganisatie (WLTO)		ingr
208	<a href="http://www.zibb.nl/food/">http://www.zibb.nl/food/</a>	Website gericht op de stimulering van de Nederlandse voedingsindustrie.	Voedingsindustrie.	Zibb Food	DistriFood	inpr inbe inht
209	<a href="http://www.zibb.nl/horeca/">http://www.zibb.nl/horeca/</a>	Website gericht op de informatievoorziening voor de horeca.	horeca.	Catering Magazine		inbe inrc
210	<a href="http://www.zibb.nl/landbouw/">http://www.zibb.nl/landbouw/</a>	Website gericht op de stimulering van de Nederlandse landbouw.	landbouwers	Zibb Landbouw	Reed Elsevier	ingr inpr inht
211	<a href="http://www.zibb.nl/tuinbouw/">http://www.zibb.nl/tuinbouw/</a>	Website gericht op de stimulering van de Nederlandse (voedings)tuinbouw.	tuinbouwers	Zibb Tuinbouw	Groenten en Fruit	ingr inpr inbe inht
212	<a href="http://www.ziezo.biz/">http://www.ziezo.biz/</a>	Website gericht op de afname van diensten door de participanten.	bedrijfsleven.	Ziezo.biz		ingr inpr inbe inht

Nr.	1: URL	2: Doel van de website	3: Doelgroep	4: Naam en/of organisatie die website onderhoudt	5: Organisatie die website onderhoudt	6: Gebieden
213	<a href="http://www.zlto.nl">http://www.zlto.nl</a>	Website die de leden van de ZLTO informeert over de belangenbehartiging door, en de dienstverlening van, de ZLTO.	Leden van de ZLTO.	Zuidelijke Land- en Tuinbouworganisatie (ZLTO)		ingr
214	<a href="http://www.zon-business.com/">http://www.zon-business.com/</a>	Website gericht op de verbetering van de handel van voedingstuinbouwproducten.	voedingstuinbouw, handel.	Veiling Zon		inve inht
215	<a href="http://www.zuivel-zvg.nl/">http://www.zuivel-zvg.nl/</a>	Website gericht op het vertalen van de resultaten van wetenschappelijk onderzoek op het gebied van zuivel in relatie tot voeding, voedselveiligheid en gezondheid van mens en melkvee naar specifieke	consumenten, onderzoek, zuivelindustrie	Zuivel, Voeding en Gezondheid		inpr inbe
216	<a href="http://www.zuivelonline.nl/">http://www.zuivelonline.nl/</a>	Website gericht op de afzetbevordering van de Nederlandse zuivel.	consumenten	Nederlands Zuivelbureau		inrt
217	<a href="http://www.zuivelonline.nl/">http://www.zuivelonline.nl/</a>	Website gericht op het versterken van het imago van Nederlandse melk- en zuivelproducten op de Nederlandse markt.	consumenten.	Zuivelonline		inpr inbe onht
218	<a href="http://www.zuivelproducenten.nl/">http://www.zuivelproducenten.nl/</a>	Website geeft overzicht van de Nederlandse zuivelproducten.	Algemeen.	Zuivelproducenten	LogicDomains	inbe
219	<a href="http://www.zuivelzicht.nl/">http://www.zuivelzicht.nl/</a>	Website gericht op de aan de Nederlandse zuivelketen	melkveehouders, zuivelindustrie en melkhandel.	Zuivelzicht	Uitgeverij BDU	inpr inbe inht ince
220	<a href="http://www.zuivelzicht.nl/">http://www.zuivelzicht.nl/</a>	Website gericht op de stimulering van de Nederlandse zuivelsector.	Melkveehouderij, zuivelhandel, zuivelverwerkende industrie	Zuivelzicht		inpr onbe inve inht
221	<a href="http://zuivel.pagina.nl/">http://zuivel.pagina.nl/</a>	Startpagina zuivel	Algemeen	zuivel.pagina.nl	????	inpr inbe
222	<a href="http://bac-vechten.nl/">http://bac-vechten.nl/</a>	Website gericht op het verbeteren van de hygiëne in de keuken.	consumenten.	Bac-vechten.nl	Voedingscentrum	inrc
223	<a href="http://www.rivm.nl/csr/index_nl.html">www.rivm.nl/csr/index_nl.html</a>	Website gericht op de informatievoorziening over de activiteiten van het CSR.	bedrijfsleven en onderzoek.	Centrum voor Stoffen en Risicobeoordeling (CSR)		ingr