

LNV-Consumentennetwerk

Ton Brandwijk
Tineke van der Haven
Jan Huinink
Michiel van Wolfswinkel
Cor Wever



landbouw, natuurbeheer
en visserij

Expertisecentrum LNV, maart 2002

© 2002 Expertisecentrum LNV, Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij

Rapport EC-LNV nr. 2002/093
Ede/Wageningen

Teksten mogen alleen worden overgenomen met bronvermelding.

Deze uitgave kan schriftelijk of per e-mail worden besteld bij het Expertisecentrum LNV onder vermelding van code 2002/093 en het aantal exemplaren.

Oplage 60 exemplaren

Samenstelling Projectgroep Consumentennetwerk

Druk Ministerie van LNV, directie IFA/Bedrijfsuitgeverij

Productie Expertisecentrum LNV
 Bedrijfsvoering/Vormgeving en Presentatie
 Bezoekadres : Galvanistraat 7
 Postadres : Postbus 482, 6710 BL Ede
 Telefoon : 0318 671400
 Fax : 0318 624737
 E-mail : Balie@eclnv.agro.nl

Voorwoord

In de nota's '*Impuls voor vernieuwing*' en '*Voedsel en groen*' wordt aangegeven dat behoeften en vragen van consumenten meer aandacht moeten krijgen bij de totstandkoming van het beleid en dat de positie van de consument in voedselproductieketens moet worden versterkt. Omdat LNV niet alle consumenten kan raadplegen is overleg gewenst met organisaties die inzicht hebben in de wensen van de consument op het gebied van kwaliteit en veiligheid van voedsel. Het Expertisecentrum LNV is verzocht te inventariseren welke organisaties binnen Nederland dit zijn.

Het voorliggende rapport vormt de weerslag van deze inventarisatie. Zij is het resultaat van het werk van de projectgroep Consumentennetwerk, waarin meewerkten: T. van der Haven, A. Brandwijk, M. van Wolfswinkel en J. Huinink (projectleider). Het project maakt deel uit van het EC-LNV programma 'voedselveiligheid', onder verantwoordelijkheid van C. Wever. Verantwoordelijke opdrachtgever namens de directie VVM was E. Hecker, de inhoudelijke contacten verliepen via gedelegeerd opdrachtgever H. van den Heuvel.

Het overzicht van consumentenorganisaties is mijns inziens zeer bruikbaar voor het samenstellen van een consumentenplatform. Ik hoop dat het EC-LNV met deze inventarisatie bijdraagt aan deze nieuw communicatiestrategie.

Drs. R.P. van Brouwershaven
Directeur Expertisecentrum LNV

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Inleiding en achtergrond	9
2 Werkwijze	11
3 Voor LNV relevante consumentenorganisaties	13
3.1 Potentiële organisaties m.b.t. voedselveiligheid	13
3.2 Verdere selectie op voeding en vertegenwoordiging consument	13
3.2.1 Patiënten- en lotgenotenorganisaties	14
3.2.2 Consumentenorganisaties algemeen	14
3.2.3 Kennisinstellingen of adviesbureau's	15
3.3 Invloed van consumentenorganisaties	16
3.3.1 Kenmerken en eigenschappen die invloedrijk maken.	16
3.3.2 Kenmerken van invloedrijke consumentenorganisaties	17
3.3.3 Invloedrijke organisaties	17
4 Geraadpleegde literatuur	23
Bijlage 1 Groslijst van organisaties m.b.t. kwaliteit en veiligheid van voedsel	25
Bijlage 2 Geselecteerde Consumenten-belangenorganisaties	31
Bijlage 3 Invloedrijke consumenten-organisaties en enkele kenmerken	33

Samenvatting

Om invulling te geven aan de wens van LNV om de Nederlandse consument meer te betrekken bij de totstandkoming van het voedsel(veiligheid)beleid is geïnventariseerd welke Nederlandse consumentenorganisaties relevant zijn voor het LNV-beleid. Hiertoe is allereerst nagegaan of een dergelijke inventarisatie reeds eerder is uitgevoerd door kennisinstellingen op dit gebied. Hierbij bleek dat geen van deze instanties ooit een soortgelijke inventarisatie heeft uitgevoerd maar wel dat elke instantie over een eigen netwerk beschikt waarin ook voor LNV relevante organisaties voorkomen. Hiervan is gebruik gemaakt en vervolgens is via internet aanvullend gezocht naar relevante consumentenbelangen met behulp van sleutelwoorden. Met behulp van dezelfde sleutelwoorden is tevens de almanak *De organisaties in Nederland* doorgenomen.

De aldus ontstane lijst bevat circa 240 organisaties. Deze organisaties zijn onderverdeeld in patiënten- en lotgenotenorganisaties, meer algemeen op kwaliteit en veiligheid van voedsel en gezondheid gerichte consumentenorganisaties en kennisinstellingen.

Voor een nadere uitsplitsing naar wel en niet relevante organisaties zijn uit de lijst met patiënten- en lotgenotenorganisaties 12 organisaties geselecteerd die een duidelijke relatie hebben met kwaliteit en veiligheid van voedsel. Uit de meer algemeen op kwaliteit en veiligheid van voedsel en gezondheid gerichte consumentenorganisaties zijn 18 organisaties geselecteerd die consumenten direct of indirect op het gebied van kwaliteit en veiligheid (pretenderen te) vertegenwoordigen

Analoog aan de indeling in het SER-advies *De winst van waarden*, is de algemene groep op consumentengerichte organisaties ingedeeld naar de maatschappelijke oriëntaties; People, Planet en Profit. Binnen deze maatschappelijke oriëntatie zijn de organisaties gerangschikt naar invloedrijkheid. Voor dit criterium is een literatuurstudie verricht naar eigenschappen die een organisatie meer of minder sterk maken. Dit leidde tot 4-tal relatief eenvoudig te achterhalen kengetallen. In onderstaand overzicht zijn de organisaties in volgorde van invloedrijkheid weergegeven.

Het resultaat

People (Sociaal-maatschappelijk)	Planet (Ecologisch)	Profit (Economisch)
- Consumentenbond	- Greenpeace Nederland	- Centraal Bureau Levensmiddelenhande l
- Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen	- Vereniging Milieudefensie	- Platform Biologica
- Stichting Consumenten Biotechnologie	- Stichting Natuur en Milieu	- Nederlandse Biotechnologische Vereniging
- Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen	- Vereniging tot Bescherming van Dieren	
- Stichting Halal	- Alternatieve Konsumentenbond	- Aholt (Albert Heijn)
	- De Kleine Aarde	- Laurus (Konmar, Super de Boer, ..)
	- Nederlandse Vegetariërs Bond	
	- Voedingsinstituut Dunamis	

Het overzicht heeft betrekking op organisaties die maatschappelijk het meest actief zijn en de consumentenbelangen in meer algemene zin het meest effectief behartigen. In de inventarisatie is niet gekeken naar organisaties (met uitzondering van patiënten- en lotgenotenorganisaties) die voor specifieke beleidsvraagstukken aanzienlijk meer kennis bezitten en ook de specifieke doelgroep beter kennen en kunnen vertegenwoordigen.

1 Inleiding en achtergrond

In de nota's 'Voedsel en groen' en 'Impuls voor vernieuwing' geeft het ministerie van LNV aan dat de behoeften en vragen van de burger meer centraal moeten staan bij de beleidsvorming. Het meer willen betrekken van de wensen en zorgen van de consument in de beleidsvorming getuigt van een verandering in het overheidsbeleid. In de afgelopen jaren werd LNV door haar omgeving vooral herkend als een sectorgericht ministerie. LNV kondigt in bovengenoemde nota's aan dat ze meer gezien wil worden als een ministerie van algemeen bestuur. Om dit te realiseren wil ze komen tot een meer participatieve aanpak van de beleidsvorming.

Het meer centraal stellen van de behoeften en vragen van de consument bij de totstandkoming van het overheidsbeleid kan worden geconcretiseerd in de volgende doelstellingen:

- ?? De productie van voedsel moet van "grond tot mond" beter worden afgestemd op de wensen van de consument;
- ?? het beter betrekken van consumentenbelangen in de standpuntbepaling bij (inter)nationaal overleg.

Om de zorgen en wensen van de consumenten bij de tot standkoming van het beleid te betrekken, dient de overheid een beeld te hebben van wat de consument wil. Daar het ondoenlijk en onrealistisch is alle consumenten in een discussie te betrekken, wil LNV in overleg treden met die organisaties die de consument vertegenwoordigen en inzicht hebben in hun wensen en meningen.

De LNV-directie Veterinaire- en Voedings Aangelegenheden heeft het Expertisecentrum LNV verzocht een inventarisatie uit te voeren naar consumentenorganisaties en van kennisinstellingen die een vergelijkbaar inzicht hebben in wensen en verlangens van consumenten.

De inventarisatie is gericht op organisaties die de wensen en meningen kennen van Nederlandse consumenten. Verder is afgebakend naar organisaties die actief zijn op het gebied van kwaliteit en veiligheid van voedsel. Dit omvat zowel aspecten zoals verpakken en etiketteren van consumentenproducten als gewenste praktijken in de diverse schakels van de productieketen en de wijze waarop deze schakels omgaan met hun rest- en afvalstromen.

Het rapport gaat als eerste in op de aanpak van de inventarisatie. Vervolgens wordt beschreven hoe de groslijst van organisaties is teruggebracht tot een lijst van meest invloedrijke organisaties.

2 Werkwijze

Bij de inventarisatie van de organisaties is getracht de volgende vragen te beantwoorden:

1. Welke organisaties vertegenwoordigen consumenten en hebben inzicht in de wensen en meningen van consumenten?
2. Welke onderscheidende kenmerken hebben de organisaties?
3. Welke invloed hebben de organisaties?

Ad 1 In drie stappen is gekomen tot beantwoording van de eerste vraag. Allereerst is nagegaan of een dergelijke inventarisatie reeds eerder is uitgevoerd door andere instanties.

Vervolgens is via internet gezocht naar relevante consumentenorganisaties met behulp van de (Nederlandstalige) zoekleutels.

De derde stap is gemaakt door met behulp van dezelfde sleutelwoorden de meest recente uitgave van de Nederlandse Almanak (*Pyttersens*, 1999) door te nemen op het voorkomen van consumentenorganisaties.

Ad 2 De kenmerken waarlangs de organisaties onderscheiden kunnen worden zijn in overleg met de opdrachtgever geselecteerd uit de potentiële kenmerken van de organisaties. Deze kenmerken zijn vervolgens toegepast en hebben geleid tot enkele groepen met de voor LNV meest relevante organisaties m.b.t. kwaliteit en gezondheid van voedsel voor Nederlandse consumenten.

De organisaties zijn eerst ingedeeld in patiënten- en lotgenotenorganisaties ofwel organisaties die zich sterk maken vanuit invalshoek voeding en gezondheid van de mens (ziektebeeld en allergie). Verder in een groep op consumenten gerichte organisaties die zich op voeding in algemene zin concentreren.

Daarnaast zijn deze organisaties ingedeeld naar de maatschappelijk oriëntatie. Waarbij gekozen is voor een indeling in de drie dimensies People, Planet en Profit afkomstig is van het SER-advies "De Winst van waarden". Naast maatschappelijk georiënteerde organisaties zijn een aantal organisaties gekenmerkt als kennisinstellingen.

Ad 3. Om inzicht te krijgen in kenmerken die de invloed van de organisaties aangeven is een literatuurstudie verricht. Deze studie was gericht op kenmerken die een organisatie invloedrijk maken.

3 Voor LNV relevante consumentenorganisaties

In hoofdstuk 2 is al aangegeven dat de relevante consumentenorganisaties met een drietal vragen geïdentificeerd zijn. In dit hoofdstuk wordt het resultaat per vraag besproken en toegelicht.

3.1 Potentiële organisaties m.b.t. voedselveiligheid

Om te komen tot een groslijst van organisaties die de consumenten vertegenwoordigen en inzicht hebben in de wensen en meningen van consumenten is allereerst nagegaan of een dergelijke inventarisatie reeds eerder is uitgevoerd door andere instanties.

De volgende instanties zijn hiervoor benaderd:

- ?? Landbouw Economisch Instituut (LEI) en Universiteit Wageningen beide onderdeel van Wageningen Universiteit en Research Centrum (WUR);
- ?? HAS- 's Hertogenbosch (levensmiddelentechnologie);
- ?? Het Van Hall Instituut;
- ?? Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL);
- ?? Nederlands Instituut voor de Publieke Opinie en het Marktonderzoek (NIPO);
- ?? NIZO Food Research, Instituut voor Strategisch Consumentenonderzoek (voorheen SWOKA) en
- ?? VoedingsCentrum Nederland (VCN).

Hoewel er geen uitgebreide en systematische inventarisatie is aangetroffen zijn de door deze instanties genoemde consumentenorganisaties in een lijst gebracht en van dubbelingen ontdaan.

Vervolgens is via internet gezocht naar relevante consumentenorganisaties met behulp van de (Nederlandstalige) zoekleutels: *consument, voeding, voedselveiligheid, gezondheid, lotgenoten, patiënten, ethiek, organisaties en allergie*.

De derde stap is gemaakt door met behulp van dezelfde sleutelwoorden *Pyttersen's, Nederlandse Almanak 2001-2002* doorzocht op het voorkomen van consumentenorganisaties.

De aldus ontstane lijst bevat circa 240 organisaties.

3.2 Verdere selectie op voeding en vertegenwoordiging consument

De lijst met ca. 240 organisaties bevat ook veel voor LNV niet-relevante organisaties. De lijst is daarom verder opgeschoond. Als eerste zijn de organisaties ingedeeld in patiënten- en lotgenotenorganisaties, overige organisaties en kennisinstellingen en adviesbureau's. Deze lijst is opgenomen als bijlage 1. Vervolgens zijn de organisaties geselecteerd die een duidelijke relatie hebben met voeding.

3.2.1 Patiënten- en lotgenotenorganisaties

Uit de patiënten- en lotgenotenorganisaties zijn op basis van eigen expertise 12 organisaties geselecteerd die zich sterk maken vanuit een specifieke invalshoek op voeding en gezondheid van de mens (ziektebeeld en allergie). Dit betreft:

- Crohn en Colitis Ulcerosa Vereniging Nederland
- Galactosemie Vereniging Nederland
- Het Diabeteshuis
- Moermanvereniging
- Nederlandse Coeliakie Vereniging
- Nederlandse Cystic Fibrosis Stichting
- Nederlandse Federatie van Kankerpatiëntenverenigingen
- Nederlandse Hartstichting
- Nederlandse Kankerbestrijding
- Stichting Nederlandse Hartpatiënten
- Stichting Voedselallergie
- Vereniging van Allergiepatiënten

3.2.2 Consumentenorganisaties algemeen

Ongeveer 60 organisaties richten zich op consumenten met betrekking tot voeding in het algemeen.

Voor de lijst met de algemene organisaties is behalve een duidelijke betrokkenheid met voeding, tevens naar criteria gezocht om die organisaties te kunnen selecteren die het meest representatieve beeld hebben van wat de consument wil en deze wensen het best kunnen verduidelijken in het overleg met de overheid. Hiervoor is als criterium gebruikt dat deze organisaties de consument direct of indirect op voedingsterrein (pretenderen te) vertegenwoordigen.

Een selectie op dit criterium lijkt subjectief doch blijkt bij toepassing vrij eenduidig te kunnen plaatsvinden. Alleen indien een organisatie blijkens haar doelstelling geen of slechts indirect een voedingsaspect behartigt (bijvoorbeeld *Vitamine Informatie Bureau*, of *Skal- Controle en Certificatie*) is deze organisatie als niet-prioritair beoordeeld. Selectie op het eerste criterium bracht de lijst met consumentenorganisaties terug van 60 tot 18. De retailorganisaties worden vertegenwoordigd door *Centraal Bureau Levensmiddelenhandel* (CBL) en worden niet apart vermeld, met uitzondering van Laurus (Konmar, Super de Boer,...) en Aholt (Albert Heijn). De Albert-Heijn-keten en de Laurusgroep zijn veruit de grootste onder de supermarkten en, via in de winkels verspreide bladen, naar de consument toe het meest actief (informatief) op het terrein van voedselkwaliteit en voedselproductie. Hun invloed op de consument is relatief dermate groot, dat zij ook afzonderlijk als relevant voor LNV zijn aangemerkt.

Maatschappelijke oriëntatie

Bij de indeling naar maatschappelijke oriëntatie van consumentenorganisaties met betrekking tot voeding in het algemeen is gekozen voor de drie dimensies Profit, People en Planet. Deze *Triple P* indeling is afkomstig van het SER-advies "De Winst van waarden". Hierbij staat centraal dat een onderneming een waardescheppende organisatie is. De waardecreatie kent op de lange termijn drie dimensies; de financieel-economische, de sociale en de ecologische.

In het kader van deze inventarisatie is de *Triple P* indeling als volgt toegepast:

People: organisaties gericht op sociaal maatschappelijke duurzaamheid: relatie tussen voeding en gezondheid van de consument.

Planet: organisaties gericht op ecologische duurzaamheid: consumentenwensen met betrekking tot duurzame, omgevingsvriendelijke voedselproductie.

Profit: organisaties gericht op economische duurzaamheid: de (voedingkopende) consument als klant.

Indien een onderneming maatschappelijk onderneemt richt het zich op alle drie de dimensies. Hiervoor is het noodzakelijk om een dialoog te onderhouden op basis van transparantie met belanghebbenden uit deze drie richtingen uit de samenleving. Bij

de maatschappelijke opgave van de overheid is het om dezelfde reden van belang dat ze een dialoog inricht op basis van deze drie oriëntaties.

Binnen de maatschappelijke oriëntatie van de organisaties zijn uitsluitende de algemene organisaties verder ingedeeld.

De specifiek georiënteerde organisaties onderscheiden zich doordat ze zich richten op een specifieke doelgroep, product of risicogroep. De patiënten- en lotgenotenorganisaties zijn voorbeelden van specifiek georiënteerde organisaties die zich richten op een risicogroep (ziektebeeld) en kunnen daardoor worden ondergebracht onder de dimensie *People*.

Voorbeelden van specifieke oriëntatie onder *Profit* zijn organisaties zoals de voorlichtingsbureaus vlees, vis, wijn en dergelijke.

Niet alle organisaties laten zich overigens eenduidig in een van deze P's onderverdelen. Er zijn organisaties, zoals de consumentenbond, die zich bijvoorbeeld richten op alle drie aspecten. De organisatie is dan ondergebracht in de categorie waar de meeste aandacht naar uitgaat ; reden waarom de Consumentenbond onder de categorie *People* is gerangschikt.

Bijlage 2 en 3 geven verdere informatie over de 18 onderstaande organisaties.

Indeling van algemene organisaties in *triple P*

People

- Consumentenbond
- Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen
- Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen
- Stichting Consument en Biotechnologie
- Stichting Halal Voeding en Voedsel

Planet

- Alternatieve Konsumentenbond
- Greenpeace Nederland
- Kleine Aarde
- Nederlandse Vegetariërs Bond
- Nederlandse Vereniging tot Bescherming van Dieren (Dierenbescherming)
- Stichting Natuur en Milieu
- Vereniging Milieudefensie
- Voedingsinstituut Dunamis

Profit

- Aholt (Albert Heijn)
- Centraal Bureau Levensmiddelen
- Laurus (Konmar, Super de Boer, ..)
- Nederlandse Biotechnologische Vereniging
- Platform Biologica

3.2.3 Kennisinstellingen of adviesbureau's

Naast de organisaties die consumenten vertegenwoordigen kenmerken een aantal organisaties zich als kennisinstelling of adviesbureaus op het gebied van kwaliteit en veiligheid van voedsel. Dit betreft een groep die veel informatie kan leveren over de wensen en behoeften van de consument, maar niet direct onder één van de P's in te delen is. De organisaties hebben een grote mate van onafhankelijkheid en beschikken niet over consumenten als leden of klanten. De informatie verkrijgen ze op basis van opdrachten van overheden, bedrijven of consumentenorganisaties. In deze inventarisatie zijn de volgende kennisinstellingen en adviesbureau's naar voren gekomen:

- Berenschot
- Gezondheidsraad
- HAS- 's Hertogenbosch (levensmiddelentechnologie)
- Heidenberg Appeal Nederland
- Instituut voor Strategisch Consumentenonderzoek (voorheen SWOKA)

- Keuringsdienst van Waren (KvW)
- Nederlands Instituut voor de Publieke Opinie en het Marktonderzoek (NIPO)
- NIZO Food Research
- Rathenau Instituut
- Research voor Beleid
- Rijksdienst voor de Keuring van Vee en Vlees
- RIKILT
- RIVM
- Schuttelaar&Partners
- Stichting Voedingscentrum Nederland
- TNO-Voeding
- Van Hall Instituut
- Voedingsraad
- Wageningen Universiteit en Research Centrum (WUR); Landbouw Economisch Instituut (LEI) en Universiteit Wageningen

3.3 Invloed van consumentenorganisaties

De lijst met genoemde algemene consumentenorganisaties in paragraaf 3.2 is nog relatief groot om bij de beleidsvorming te betrekken. Om deze reden worden de organisaties in deze paragraaf in volgorde van invloedrijkheid gerangschikt.

3.3.1 Kenmerken en eigenschappen die invloedrijk maken.

Voor de selectie naar invloedrijkheid van de consumentenorganisaties is een literatuurstudie verricht naar eigenschappen die een organisatie sterk maken (Aarts 2000, Hansman 1999, De Hoog 2000, Jonker, 2000, Korthals 2000/2001, Laan 2000). Uit de genoemde literatuur komt naar voren dat een invloedrijke organisatie zich in het kader van deze inventarisatie als volgt laat omschrijven:

Een invloedrijke organisatie is duurzaam op de hoogte van de wensen van de (rechts)personen die zij vertegenwoordigt en oefent met deze kennis effectief invloed uit op de algemene opinie en het beleid.

Uit deze omschrijving van een invloedrijke organisatie kan worden afgeleid dat de term invloedrijk is op te delen in twee componenten:

- ?? een interne component gericht op expertise en kennisbeheer: *weten wat de consument wil;*
- ?? een externe component gericht op *invloed uitoefenen.*

Interne component

De interne component is gericht op de organisatie zelf en betreft de structuur en de communicatie binnen de organisatie.

De belangrijkste factoren die hierin meespelen zijn:

- ?? Een invloedrijke organisatie wordt in hoge mate door de leden aangestuurd, de leden geven aan wat de organisatie moet doen en hoe ze moet werken. Een invloedrijke organisatie is op de leden gericht en denkt met de leden mee.
- ?? Communicatielijnen binnen de organisatie zijn kort. Alleen zo kunnen de leden laten weten wat hun wensen zijn en kunnen de woordvoerders op de hoogte zijn van wat de leden willen. Hierbij kan gedacht worden aan regelmatige ledenvergaderingen, enquêtes interactieve *websites* waarmee de betrokkenheid van de leden kan worden geoptimaliseerd.
- ?? Motivatie van zowel leden van, als medewerkers binnen de organisatie. Indien ledenwensen direct worden opgepakt en er zichtbaar iets mee wordt gedaan, zal dit ook de betrokkenheid van de leden vergroten.

Ook de mate waarin de woordvoerders van een organisatie een representatief beeld hebben van de wensen van haar doelgroep, is in belangrijke mate afhankelijk van de organisatiestructuur en de communicatie met de leden.

Hieruit volgt dat de meest invloedrijke organisaties, organisaties zijn:

1. met een open cultuur,
2. klantgericht,
3. waarbij de verantwoordelijkheid zo laag mogelijk ligt,
4. die primair door de (wensen van) de leden wordt gestuurd.

Externe component

De externe component betreft de kracht van een organisatie naar buiten toe; de mate waarin invloed kan worden uitgeoefend op de omgeving. Het betreft hier zowel de publieke opinie als het beleid. Belangrijkste factoren die hierbij een rol spelen zijn:

- het aantal leden van de organisatie;
- de betrokkenheid van de leden bij de organisatie;
- maatschappelijke bekendheid en status van de organisatie;
- de mate waarin de organisatie de media weet te bereiken en te benutten;
- de kennis binnen de organisatie (zijn uitspraken juist, overtuigend en gefundeerd?);
- beleidsgevoeligheid van de organisatie (politiek juiste momenten kiezen voor het naar buiten treden met een standpunt).

3.3.2 Kenmerken van invloedrijke consumentenorganisaties

Een beoordeling van de 18 organisaties die uit de inventarisatie naar voren zijn gekomen op de in vorige paragraaf genoemde kenmerken zou een organisatieanalyse vergen die de aard van de projectopdracht te boven gaat. Gekozen is daarom voor indicatoren die relatief eenvoudig te achterhalen zijn en waarmee naar verwachting een voldoende discriminerend onderscheid kan worden aangebracht. In de inventarisatie zijn de volgende indicatoren gebruikt:

1. het aantal leden en/of donateurs van de organisatie,
2. het aantal medewerkers,
3. het trefferaantal op *Internet* van de zoekleutel bestaande uit de combinatie van *naam van de organisatie* + het woord *voedselveiligheid* (indicatie van de activiteit van de organisatie op het onderwerp voedselveiligheid, op internet),
4. de citatiefrequentie van de organisatie op het onderwerp voedselveiligheid in de archieven van een drietal toegankelijke landelijke dagbladen over de afgelopen jaren (Volkskrant, Trouw en Nederlands Dagblad).

Ook de bezoekfrequentie van de website van de betreffende organisatie is als criterium overwogen. Gebleken is echter dat deze gegevens wel bij de provider bekend zijn doch niet publiekelijk toegankelijk zijn, tenzij de betreffende organisatie dit zelf op haar *site* vermeldt.

3.3.3 Invloedrijke organisaties

De vier in de vorige paragraaf genoemde indicatoren zijn toegepast voor 16 van de 18 geselecteerde organisaties aangevuld met het Voedingscentrum Nederland.

Het Voedingscentrum Nederland verzorgt op verzoek van LNV en VWS de communicatie richting consument over de kwaliteit en veiligheid van de voeding. Om deze reden is deze organisatie ook meegenomen in de beoordeling van de invloedrijkheid van de organisaties.

De retailers Aholt en Laurus zijn niet beoordeeld op basis van de indicatoren omdat de indicatoren voor deze bedrijven minder geschikt zijn. Deze bedrijven ontleen hun invloed vooral aan het grote aantal consumenten / klanten waarmee ze communiceren. Samen bereiken deze bedrijven meer dan de helft van de consumenten in Nederland.

De tabellen 1 t/m 3 geven de resultaten weer van de 4 genoemde indicatoren voor de 16 organisaties en het Voedingscentrum Nederland.

Aantal leden /donateurs en medewerkers

Tabel 1 geeft het aantal leden en/of donateurs en het aantal medewerkers van de organisaties weer. Deze zijn afkomstig van de websites van de organisaties of opgevraagd. Niet alle organisaties beschikken over een leden en/of donateurs bestand. Indien dit niet het geval is wordt de opmerking niet van toepassing (n.v.t) gemaakt.

Tabel 1 Leden-/donateursaantallen en aantal medewerkers van de belangrijkste aan voedselveiligheid gerelateerde organisaties

Organisatie	Aantal leden/donateurs	aantal medewerkers (fte)
- Voedingscentrum Nederland	n.v.t.	70
- Greenpeace Nederland	670.000	63
- Consumentenbond	640.000	190
- Ned Ver. Tot Bescherming van Dieren	185.000	78
- Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen	65.000	5
- Vereniging Milieudefensie	50.000	60
- Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen	30.000	5
- Stichting Natuur en Milieu	10.000	90
- De Kleine Aarde	10.000	7
- Nederlandse Vegetariërs Bond	6.000	2
- Alternatieve Konsumentenbond	3.000	20
- Nederlandse Biotechnologische Vereniging	1.450	1
- Voedingsinstituut Dunamis	1.000	3
- Platform Biologica	n.v.t.	15
- Stichting Consument en Biotechnologie	n.v.t.	5
- Centraal Bureau Levensmiddelenhandel	n.v.t.	22
- Stichting Halal Voeding en Voedsel	n.v.t.	12
- Aholt (Albert Heijn)	n.v.t.	n.v.t.
- Laurus (Konmar, Super de Boer, ..)	n.v.t.	n.v.t.

Trefferaantal op internet

Voor tabel 2 is gebruik gemaakt van de zoekmachine *Google*. De voordelen van Google boven andere zoekmachines zijn:

- ?? beschikt over de grootste databases;
- ?? zoekt in Nederlandse webpagina's in het Nederlandse internetdomein;
- ?? is daardoor snel en nauwkeurig;
- ?? gebruikersvriendelijk door de resultaten overzichtelijk te rangschikken op basis van het aantal links van/naar een pagina;
- ?? zoekt ook in teksten die zijn opgeslagen als PDF-bestand (het onzichtbare web).

Essentieel voor de zoekopdracht in het kader van dit project is de mogelijkheid om twee losse termen gescheiden door een spatie, te koppelen zodat enkel die pagina's worden gevonden waarin de twee termen gekoppeld voorkomen. 'De Kleine Aarde' wordt daardoor als een woord gezien en niet als drie afzonderlijke zoekwoorden.

De organisaties in tabel 2 zijn gerangschikt naar het aantal gevonden relevante webpagina's.

Het betreft een momentopname, de rangschikking van de organisaties op deze wijze bepaald, kan inmiddels gewijzigd zijn.

Tabel 2 Trefferaantal op Internet met als zoekleutel "de naam van de organisatie" gekoppeld aan "voedselveiligheid"

Organisatie	Activiteit m.b.t. voedselveiligheid op internet (trefferaantal)
- Voedingscentrum Nederland	129
- Consumentenbond	127
- Greenpeace Nederland	91
- Nederlandse Vereniging tot bescherming van dieren	79
- Vereniging Milieudefensie	72
- Stichting Natuur en Milieu	65
- Centraal Bureau Levensmiddelenhandel	61
- Platform Biologica	58
- Alternatieve Konsumentenbond	32
- Stichting Consument en Biotechnologie	29
- De Kleine Aarde	14
- Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen	6
- Nederlandse Biotechnologische Vereniging	4
- Voedingsinstituut Dunamis	4
- Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen	3
- Nederlandse Vegetariërs Bond	2
- Stichting Halal Voeding en Voedsel	0

Citatiefrequentie in Nederlandse dagbladen

Voor een beeld van de citatiefrequentie van de organisaties over 'voedselveiligheid' zijn de beschikbare digitale archieven van landelijke bladen doorzocht. Door de beperkte toegankelijkheid van deze archieven kwamen alleen de bestanden van *de Volkskrant*, *Trouw* en *Het Nederlands Dagblad* hiervoor in aanmerking. Het archief van de *Volkskrant* is doorzocht vanaf 1996; de archieven van *Trouw* en het *Nederlands Dagblad* vanaf 1999. Steeds zijn de archieven doorzocht tot juni 2001. Tabel 3 geeft de resultaten weer. De organisaties in deze tabel zijn gerangschikt naar aflopende citatiefrequentie in de *Volkskrant*: het aantal artikelen waarin de betreffende organisatie aangehaald wordt met betrekking tot het onderwerp *voedselveiligheid*. Als zoekleutel is gebruikt "de naam van de organisatie" gekoppeld aan "voedselveiligheid". Rangschikking naar citatiefrequentie in de twee andere dagbladen leidt slechts tot geringe verschillen hierin. Bij de drie gebruikte dagbladarchieven worden twee of drie ingegeven zoekwoorden beschouwd als woorden die bij elkaar horen. Bij de *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* worden twee of drie zoekwoorden als losse woorden beschouwd, waarmee de archieven van deze dagbladen niet bruikbaar bleken voor dit doel.

Tabel 3 Consumentenorganisaties en hun citatiefrequentie in de Volkskrant, Trouw en het Nederlands Dagblad op het onderwerp voedselveiligheid

Organisatie	Aantal artikelen		
	Volkskrant	Trouw	Nederlands Dagblad
-Consumentenbond	335	204	121
-Greenpeace Nederland	251	168	94
-Vereniging Milieudefensie	147	96	23
-Nederlandse Vereniging tot bescherming van dieren	86	150	86
-Stichting Natuur en Milieu	80	66	17
-Centraal Bureau Levensmiddelenhandel	42	66	18
-Voedingscentrum Nederland	14	66	3
-Platform Biologica	7	56	5
-Alternatieve Konsumentenbond	5	0	0
-Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen	3	53	3
-De Kleine Aarde	3	0	0
-Stichting Consument en Biotechnologie	2	0	1
-Nederlandse Vegetariërs Bond	2	0	0
-Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen	0	93	0
-Nederlandse Biotechnologische Vereniging	0	0	0
-Stichting Halal Voeding en Voedsel	0	0	0
-Voedingsinstituut Dunamis	0	0	0

Invloedrijke organisaties op basis van de 4 indicatoren

Het gebruik van de geselecteerde 4 indicatoren (aantal leden/donateurs, aantal medewerkers, activiteit op *Internet* over het onderwerp Voedselveiligheid, en citatiefrequenties in de *Volkskrant*, *Trouw* en *Nederlands Dagblad* van de organisatie op het onderwerp Voedselveiligheid) leidt tot rangordes die eenduidig zijn. Uitzondering vormt de voorlichtingsorganisatie *Voedingscentrum* die op dit onderwerp weliswaar het meest actief is op *Internet*, doch tot halverwege 2001 nauwelijks wordt aangehaald in de landelijke dagbladpers.

In tabel 4 zijn de voor LNV relevante, aan voedselveiligheid gerelateerde consumentenorganisaties weergegeven verdeeld in de drie maatschappelijke oriëntaties. De organisaties zijn op basis van de eerder genoemde kenmerken geplaatst in volgorde van invloedrijkheid. De reetailorganisaties Aholt en Laurus zijn niet op basis van invloedrijkheid volgens de 4 indicatoren in de tabel opgenomen, maar vanwege het grote marktaandeel.

Tabel 4 De aan voedselveiligheid gerelateerde consumentenorganisaties ingedeeld naar invloedrijkheid binnen de drie maatschappelijke oriëntaties.

People (Sociaal-maatschappelijk)	Planet (Ecologisch)	Profit (Economisch)
- <i>Consumentenbond</i>	- <i>Greenpeace Nederland</i>	- <i>Centraal Bureau</i>
- <i>Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen</i>	- <i>Vereniging Milieudefensie</i>	- <i>Levensmiddelenhandel</i>
- <i>Stichting Consumenten Biotechnologie</i>	- <i>Stichting Natuur en Milieu</i>	- <i>Platform Biologica</i>
- <i>Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen</i>	- <i>Nederlandse Vereniging tot Bescherming van Dieren</i>	- <i>Nederlandse Biotechnologische Vereniging</i>
- <i>Stichting Halal</i>	- <i>Alternatieve Konsumentenbond</i>	- <i>Aholt (Albert Heijn)</i>
	- <i>De Kleine Aarde</i>	- <i>Laurus (Konmar, Super de Boer, ...)</i>
	- <i>Nederlandse Vegetariërs Bond</i>	
	- <i>Voedingsinstituut Dunamis</i>	

Bij tabel 4 is de volgende kanttekening op zijn plaats: bovenstaande lijst heeft betrekking op organisaties die maatschappelijk het meest actief zijn en de consumentenbelangen in meer algemene zin het meest effectief behartigen. Beleidsproblemen met betrekking tot voedsel kunnen echter zeer specifiek zijn en naast bovengenoemd organisaties zijn er andere die op specialistische terreinen aanzienlijk meer kennis bezitten en ook de specifieke doelgroep hierbij beter kennen en kunnen vertegenwoordigen. De organisaties genoemd in bijlage 1 kunnen voor die situaties dan ook minstens en zo niet meer relevant zijn dan de geselecteerde organisaties in bijlage 2.

4 Geraadpleegde literatuur

Aarts, W., Zorgen en macht van consumenten en ondernemingen, *Tijdschrift voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de landbouw*, jaargang 15, 2000, nummer 2/3, pag. 102-109, Wageningen.

Berenschot : *Voedselveiligheid: waar borgen en waar zorgen*, Bureau Berenschot, Utrecht, oktober 1999.

Brouwer, N., Goed voedsel heeft zijn prijs, *Tijdschrift voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de landbouw*, jaargang 15, 2000, nummer 2/3, pag. 116-117, Wageningen.

Dagevos, J.C., Consumentenzorgen als onderwerp van discussie, *Tijdschrift voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de landbouw*, jaargang 15, 2000, nummer 2/3, pag. 52-59, Wageningen.

EZ-notitie, *Maatschappelijk verantwoord ondernemen; het perspectief vanuit de overheid*. Brief van de staatsecretaris van Economische Zaken aan de Tweede Kamer, maart 2001

Hansman, H.J.M., *De consument gevangen in cijfers, zoektocht naar het bestaan van consumentenbeelden*, LEI, Den Haag, juli 1999.

Hoog, C. de, De consument, zijn zorgen en wensen; *Tijdschrift voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de landbouw*, jaargang 15, 2000, nummer 2/3, pag. 70-72, Wageningen.

Jonker, T., *Consumer concerns in Japan and the response of agribusiness, food industrie and government, an exploratory inquiry*, LEI, Den Haag, oktober 2000.

Korthals, M., Twee ethische perspectieven op consumer concerns, *Tijdschrift voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de landbouw*, jaargang 15, 2000, nummer 2/3, pag. 60-64, Wageningen.

Korthals, M., Taking consumers seriously: two concepts of consumer sovereignty, *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, vol 14, 2001, pag 201-215.

Laan, W.J., Partnership tussen consumenten en ondernemingen, *Tijdschrift voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de landbouw*, jaargang 15, 2000, nummer 2/3, pag. 110-111, Wageningen.

LNV-Nota: *Impuls voor vernieuwing*, organisatie ontwikkeling bij LNV, Ministerie van LNV, juli 2000

LNV-Nota: *Kracht en Kwaliteit*, Het LNV-beleidsprogramma 1999-2002, Ministerie van LNV, maart 1999.

LNV-Nota: *Van Meer naar Beter*, Kwaliteit en kwaliteitsbeleid in de agrarische sector, Ministerie van LNV, mei 1992.

Pyttersen's, *Nederlandse Almanak 2001-2002*, 100st jaargang, samengesteld door mw. A.M. Garritsen, uitgever Bohm, Stafleu, van Loghum

SER-advies: *De winst van waarden*. Sociaal-Economische Raad, Advies nr. 00/11, december 2000

Staman, J., Overheid en verantwoordelijkheid voor consumentenzorgen, *Tijdschrift voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de landbouw*, jaargang 15, 2000, nummer 2/3, pag. 112-115, Wageningen.

Tavenier, J. de, Consumentenzorgen en risicoperceptie, *Tijdschrift voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de landbouw*, jaargang 15, 2000, nummer 2/3, pag. 98-101, Wageningen.

Ypma, M.E., *Group support systems voor participatieve planvorming*, LEI, Den Haag, februari 2001.

Bijlage 1 Groslijst van organisaties m.b.t. kwaliteit en veiligheid van voedsel

A: Lotgenoten en patiëntenorganisaties

- ADHD Stichting, Attention Deficit Hyperactivity Disorder
- Afasie Vereniging Nederland
- Alateen/AI-Anon ACA, zelfhulpgroepen voor tieners en volwassen kinderen van alcoholisten
- Alopecia Areata Patiëntenvereniging
- Alzheimer Nederland
- Angelman Vereniging /Prader-Willi
- Angst- en Fobiecentrum /Stichting Fobieclub Nederland
- BALANS, Landelijke vereniging voor ontwikkelings-, gedrags- en leerproblemen
- Belangenvereniging X-gebonden Adrenoleukodystrofie
- Bond van Formaat, Belangenvereniging voor en door mensen van formaat en hun medestanders
- BOSK, Vereniging van motorisch gehandicapten en hun ouders
- BOSK, Vereniging van motorisch gehandicapten en hun ouders
- Caleidoscoop, Landelijke vereniging voor mensen met een meervoudige persoonlijkheid of andere dissociatieve stoornissen
- Candidiasis Stichting Nederland
- Contactgroep Beenmerg Transplantaties
- Contactgroep Crigler Najjar
- Contactgroep Marfan Nederland
- CPLD Vereniging Ons Licht
- Crohn en Colitis Ulcerosa Vereniging Nederland
- DEBRA Nederland
- DES Centrum
- Dovenschap / Voor en door doven
- Dwarslaesie Organisatie Nederland, Stichting de Schakel
- Epilepsie Vereniging Nederland
- Erbse Parese Vereniging Nederland
- Europees Chromosoom 11Q Netwerk
- Federatie van Nederlandse Verenigingen tot Integratie van Homoseksualiteit - COC Nederland
- Federatie van Ouderverenigingen
- Freya, Patiëntenvereniging voor vruchtbaarheidsproblematiek
- Friedrich Wegener Stichting
- Galactosemie Vereniging Nederland
- Gaucher Vereniging Nederland
- Harten Twee
- Hemochromatose Vereniging Nederland
- Het Diabeteshuis
- Hidradenitis Patiënten Vereniging
- HIV Vereniging Nederland
- HME Lotgenoten Contactgroep
- Hodgkin Contactgroep
- Huidfederatie

- Hypermobiliteits Syndroom Nederland
- Interstitiële Cystitis Patiëntenvereniging
- Kennemer Patiënten Platform
- Koninklijke Vereniging Homeopathie Nederland
- Koninklijke Vereniging Homeopathie Nederland
- Landelijk Contactorgaan Begeleiding Borstkankerpatiënten
- Landelijke Stichting Ouders van Druggebruikers
- Landelijke Vereniging Kind en Ziekenhuis
- Landelijke Vereniging Kind en Ziekenhuis
- Landelijke Vereniging 'Woortblind'
- Landelijke Vereniging 'Woortblind'
- Landelijke Zelfhulporganisatie Ouders van een Overleden Kind
- Lupus Patiëntengroep, patiënten met de aandoening Lupus Erythematosus
- ME-Stichting, Myalgische Encephalomyelitis Stichting
- Moebius Syndroom Stichting Nederland - Een verborgen glimlach
- Moermanvereniging
- Multiple Sclerose Vereniging Nederland
- Nationale Vereniging LE-patiënten
- Nationale Vereniging Sjögrenpatiënten
- Nationale Vereniging voor Fibromyalgiepatiënten
- Nederlandse Coeliakie Vereniging
- Nederlandse Cystic Fibrosis Stichting
- Nederlandse Federatie van Kankerpatiëntenverenigingen
- Nederlandse Federatie van Organisaties van Ouders van Dove Kinderen
- Nederlandse Hyperventilatie Stichting
- Nederlandse Leverpatiënten Vereniging
- Nederlandse Meningitis Stichting
- Nederlandse Obesitas Vereniging
- Nederlandse Phenylketonurie Vereniging
- Nederlandse Stichting voor Gelaryngectomeerden
- Nederlandse Stomavereniging 'Harry Bacon'
- Nederlandse Stomavereniging 'Harry Bacon'
- Nederlandse Stottervereniging Demosthenes
- Nederlandse Stottervereniging Demosthenes
- Nederlandse Sturge-Weber Vereniging
- Nederlandse Vereniging van Batten-Spielmeyer-Vogt
- Nederlandse Vereniging van Dystonie Patiënten
- Nederlandse Vereniging van Graves Patiënten
- Nederlandse Vereniging van Hemofilie-Patiënten
- Nederlandse Vereniging van Post-traumatische Dystrofie Patiënten
- Nederlandse Vereniging van Rugpatiënten 'De Wervelkolom'
- Nederlandse Vereniging voor Addison & Cushing Patiënten
- Nederlandse Vereniging voor Autisme - voor mensen met een aandoening uit het spectrum van autistische stoornissen
- Nederlandse Vereniging voor Belangenbehartiging van Doofblinden
- Nederlandse Vereniging voor Slechthorenden
- Nederlandse Vereniging voor Vrijwillige Euthanasie
- Nederlandse Vereniging voor Vrijwillige Euthanasie
- NeuroFibromatose Vereniging Nederland
- Nierpatiëntenvereniging
- OCD Vriendenkring
- Osteoporose Stichting
- Parkinson Patiënten Vereniging
- Patiënten Vereniging van Toxische Encephalopathie
- Patiëntenvereniging Enzymtherapie
- Patiëntenvereniging 'XYY'
- PHAROS, Landelijke vereniging van ouders van hoogbegaafde kinderen
- Prader-Willi/Angelman Vereniging
- Psoriasis Vereniging Nederland
- Retina Nederland

- Reumapatiëntenbond
- RSI Patiëntenvereniging
- Schildklierstichting Nederland
- Slechthorende Jongeren Organisatie
- Stichting Anonieme Gokkers Omgeving Gokkers
- Stichting Anorexia en Boulimia Nervosa
- Stichting Bloedlink - Patiëntenorganisatie erfelijke hart- en vaatziekten
- Stichting Contactgroep Nabestaanden Kankerpatiënten
- Stichting Contactgroep Prostaatkanker
- Stichting Darier Patiënten
- Stichting 'De Ontbrekende Schakel'
- Stichting Down's Syndroom
- Stichting Fobieclub Nederland / Angst- en Fobiecentrum
- Stichting Gilles de la Tourette
- Stichting HELLP-syndroom
- Stichting Hernia Diafragmatica
- Stichting Hoofd Hart en Vaten
- Stichting Jongeren en Kanker
- Stichting Jongeren en Kanker
- Stichting Klankbord, Contactgroep voor mensen met kanker in het hoofd/halsgebied
- Stichting Klippel-Trenaunay Nederland
- Stichting Landelijk Steunpunt MPS
- Stichting Landelijke Patiënten- en Bewonersraden in de GGZ
- Stichting Landelijke Werkgroep van Beenprothesegebruikers
- Stichting Longkanker
- Stichting Mastopathie
- Stichting Nederlandse Hartpatiënten
- Stichting Patiëntenbelangen Orthopaedie
- Stichting Pijn-Hoop
- Stichting Polyposis Contactgroep
- Stichting Primaire Ciliaire Dyskinesia Belangengroep
- Stichting Rubinstein-Taybi Syndroom
- Stichting Schild
- Stichting Steungroep ME en Arbeidsongeschiktheid
- Stichting Tubereuze Sclerose Nederland
- Stichting Voedselallergie
- Stichting voor Afweerstoornissen
- Stichting Vrouwen en Medicijngebruik
- Stichting Werkgroep Lymfoedeem
- Stichting Ziekte van Perthes
- VBP, Vereniging van mensen met brandwonden
- Vereniging Aangeboren Heupafwijkingen
- Vereniging 'ANOIKSIS', vereniging van schizofrene en chronisch psychotische mensen
- Vereniging Cerebraal
- Vereniging Contactgroep Kahler- en Waldenströmpatiënten
- Vereniging Cornelia de Lange Syndroom
- Vereniging Organo-Psychoyndroom
- Vereniging Osteogenesis Imperfecta
- Vereniging Ouders van Kinderen met Slokdarmafsluiting
- Vereniging Ouders, Kinderen en Kanker
- Vereniging Spierziekten Nederland
- Vereniging van Ehlers Danlos Patiënten
- Vereniging van Huntington
- Vereniging van Ouders van Couveusekinderen
- Vereniging van Scoliosepatiënten
- Vereniging van Vaatpatiënten
- Vereniging Verkeersslachtoffers
- Vereniging voor Manisch Depressieven en betrokkenen
- Vereniging voor Mensen met Constitutioneel Eczeem

- Vereniging voor mensen met het Van Lohuizen syndroom (CMTC)
- Vereniging voor Ouders van Kinderen met Chronische Voedselweigering en Sondevoeding
- Vereniging voor Patiënten met Parenterale Thuisvoeding
- Vereniging Ziekte van Hirschsprung
- Vereniging Ziekte van Von Recklinghausen Nederland -
- VOGG, vereniging van ouders en verwanten van mensen met een verstandelijke handicap
- Ypsilon, Vereniging van familieleden van mensen met schizofrenie of een psychose

B: Potentiële, voor consument m.b.t. voedsel relevante, organisaties

- Aholt (Albert Heijn)
- Alternatieve Konsumentenbond
- Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL)
- Centrum voor Landbouw en Milieu (CLM)
- Consumentenbond
- De Kleine Aarde
- Dierenbescherming
- Global Action Plan (uit: S&P)
- Greenpeace Nederland
- Hoofdproductschap Akkerbouw
- Laurus (Konmar, Super de Boer, ..)
- Milieu Centraal
- Natuurwetpartij
- Nederlands Bakkerij Centrum
- Nederlands Visbureau
- Nederlands Zuivelbureau
- Nederlandse Biotechnologische Vereniging
- Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen
- Nederlandse Hartstichting
- Nederlandse Kankerbestrijding/KWF
- Nederlandse Patiënten Consumenten Federatie
- Nederlandse Vegetariërs Bond
- Nederlandse Vereniging tot Bescherming van Dieren
- Nederlandse Vereniging van Diëtisten
- Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen
- Nederlandse Voedingsmiddelen Industrie (VAI)
- Nederlandse Vereniging voor Voedingsleer en Levensmiddelentechnologie (NVVL)
- Platform Biologica
- Productschap Granen, Zaden en Peulvruchten
- Productschap Tuinbouw
- Productschap Vee, Vlees en Eieren
- Productschap Vis
- Productschap voor Gedistilleerde Dranken
- Productschap voor Margarine, Vetten en Oliën
- Productschap Wijn
- Productschap Zuivel
- Skal controle en certificatie
- Stichting Blij met een Ei
- Stichting Consument en Biotechnologie
- Stichting Duurzame Voedingsmiddelenketen (uit: S&P)
- Stichting Halal Voeding en Voedsel
- Stichting Informatiecentrum op Voedingsgebied
- Stichting Max Havelaar
- Stichting Merkartikel (SMA)
- Stichting Milieubewustzijn
- Stichting Milieukeur (uit: S&P)
- Stichting Natuur en Milieu
- Stichting Streekeigen Producten Nederland (uit: S&P)
- Stichting Wemos

- Vereniging voor Agrarische Industrie
- Vereniging Milieudefensie
- Vitamine Informatie Bureau
- Voedingsinstituut Dunamis
- Voorlichtingsbureau Brood
- Voorlichtingsbureau Groenten en Fruit
- Voorlichtingsbureau Margarine, Vetten en Oliën
- Voorlichtingsbureau Vlees

C: Kennisinstellingen en adviesbureaus

- Berenschot
- Gezondheidsraad
- HAS- 's Hertogenbosch (levensmiddelentechnologie)
- Heidenberg Appeal Nederland
- Instituut voor Strategisch Consumentenonderzoek (voorheen SWOKA)
- Keuringsdienst van Waren (KvW)
- Nederlands Instituut voor de Publieke Opinie en het Marktonderzoek (NIPO)
- NIZO Food Research
- Rathenau Instituut
- Research voor Beleid
- Rijksdienst voor de Keuring van Vee en Vlees
- RIKILT
- RIVM
- Schuttelaar&Partners
- Stichting Voedingscentrum Nederland
- SWOKA
- TNO-Voeding
- Van Hall Instituut
- Voedingsraad
- Wageningen Universiteit en Research Centrum (WUR); Landbouw Economisch Instituut (LEI) en Universiteit Wageningen

Bijlage 2 Geselecteerde Consumentenbelangenorganisaties

People

Patiënten- en lotgenotenorganisaties die een duidelijk onderkende relatie met voeding hebben:

- Crohn en Colitis Ulcerosa Vereniging Nederland	0346-261001
- Galactosemie Vereniging Nederland	0499-477509
- Het Diabeteshuis	033-4630566
- Moermanvereniging	0488-451221
- Nederlandse Coeliakie Vereniging	033-2471040
- Nederlandse Cystic Fibrosis Stichting	035-6479257
- Nederlandse Federatie van Kankerpatiëntenverenigingen	020-5700545
- Nederlandse Hartstichting	070-3155539
- Nederlandse Kankerbestrijding	020-5700500
- Stichting Nederlandse Hartpatiënten	0475-317272
- Stichting Voedselallergie	033-4655098
- Vereniging van Allergiepatiënten (alleen schriftelijk: PB21, 1949 ZG WIJK AAN ZEE)	

Voor consument m.b.t. voedsel relevante, organisaties

- Consumentenbond	070-4454545
- Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen	033-4228225
- Stichting Halal Voeding en Voedsel	070-3649191
- Stichting Consument en Biotechnologie	070-4454399
- Stichting Voedingscentrum Nederland	070-3068888

Planet

- Alternatieve Konsumentenbond	020-6863338
- Nederlandse Vegetariërs Bond	035-6834796
- Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen	070-3244429
- Stichting Natuur en Milieu	030-2348200
- Vereniging Milieudefensie	020-6262620
- Voedingsinstituut Dunamis	030-2339970/ 030-233 9978
- De Kleine Aarde	0411-684921
- Nederlandse Vereniging tot Bescherming van Dieren	070-3142700
- Greenpeace Nederland	020-4223344/ 0800-4223344

Profit

- Aholt (Albert Heijn)	
- Laurus (Konmar, Super de Boer, ..)	
- Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL)	070-3376200
- Nederlandse Biotechnologische vereniging	050-522328
- Platform Biologica	030-233970

Bijlage 3 Invloedrijke consumenten-organisaties en enkele kenmerken

Consumentenbond

Organisatievorm:	vereniging
Opgericht in:	1953
Aantal leden/donateurs:	640 000
Aantal medewerkers (fte):	190
Doelstelling:	belangenbehartiging van aangesloten consumenten
Belangrijkste wijze van communicatie:	ledenvergaderingen, maandblad Consumentengids, speciaal op voeding en gezondheid gerichte website
Website	http://www.consumentenbond.nl

Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen

Organisatievorm:	vereniging
Opgericht in:	1912
Aantal leden/donateurs:	30 000
Aantal medewerkers (fte):	5
Doelstelling:	belangenbehartiging van de vrouw in de maatschappij, bevorderen emancipatie door activiteiten op gebied van vorming, ontwikkeling en creativiteit, belangenbehartiging van de consument door voorlichting. Keurmerk voor producten
Belangrijkste wijze van communicatie	kwartaalbad voor leden 'Denken en Doen', 2-maandelijkse nieuwsbrief, website
Website	http://www.nvvh.nl

Nederlandse Bond van Plattelandsvrouwen

Organisatievorm:	vereniging, opgericht door boerinnen en boerendochters
Opgericht in:	1930
Aantal leden/donateurs:	65 000
Aantal medewerkers (fte):	5
Doelstelling:	zelfontplooiing en vergroting van participatie van vrouwen in maatschappelijke sectoren en processen. Beïnvloeding van LNV en VROM-beleid als vaste gesprekspartner
Belangrijkste wijze van communicatie:	jaarboek per afdeling, mededelingenblad voor provinciale besturen, landelijk ledenblad 'Plattelandsvrouw Magazine', website
Website	http://www.nbvp.org

Stichting Halal Voeding en Voedsel

Organisatievorm:	stichting
Opgericht in:	1994
Aantal leden/donateurs:	n.v.t.
Aantal medewerkers (fte):	5
Doelstelling:	belangenbehartiging van gebruikers islamitische voeding door controle op wijze van slachten en verwerking van voedselproducten (Keuringsdienst), organiseren van workshops en landelijke voorlichtingsdagen
Belangrijkste wijze van communicatie:	website
Website	http://www.vleeswijzer.net/

Stichting Consument en Biotechnologie

Organisatievorm:	stichting, door LNV en Consumentenbond gefinancierd
Opgericht in:	1991
Aantal leden/donateurs:	n.v.t.
Aantal medewerkers (fte):	5
Doelstelling:	door voorlichting en publieke discussies via intermediaire organisaties (tussen consument en overheid), de kennis bij de consument over biotechnologie bevorderen, behoorlijke wetgeving en afdoende etikettering m.b.t. biotechnologisch gemodificeerde voedselproducten tot stand te laten komen
Belangrijkste wijze van communicatie:	gerichte verzending van nieuwsbrieven en Knipselkranten
Website	http://www.consubiotech.nl

Planet

Alternatieve Konsumentenbond

Organisatievorm:	vereniging
Opgericht in:	1982
Aantal leden/donateurs:	3000
Aantal medewerkers (fte):	20
Doelstelling:	bevorderen van duurzame consumptie
Belangrijkste wijze van communicatie:	via ledenvergaderingen en maandblad 'Kritisch Consumeren'
Website	http://www.pz.nl/akb

Kleine Aarde

Organisatievorm:	stichting
Opgericht in:	1973
Aantal leden/donateurs:	10 000
Aantal medewerkers (fte):	7
Doelstelling:	bevorderen van duurzame levensstijl door bewust om gaan met energie en grondstoffen
Belangrijkste wijze van communicatie:	uitgifte van folders en publicaties

Nederlandse Vegetariërs Bond

Organisatievorm:	vereniging
Opgericht in:	1994
Aantal leden/donateurs:	6 000
Aantal medewerkers (fte):	2
Doelstelling:	bevorderen van vegetarisme ter voorkoming van lijden en doden van dieren. Spreekbuisfunctie voor vegetarische consument.
Belangrijkste wijze van communicatie:	twee maandelijks magazine "Leven en Laten Leven"; website
Website	http://www.vegetariers.nl .

Greenpeace Nederland

Organisatievorm:	stichting
Opgericht in:	1978
Aantal leden/donateurs:	670 000
Aantal medewerkers (fte):	63
Doelstelling:	bevorderen van duurzaam, bescherm milieu
Belangrijkste wijze van communicatie:	Greenpeace Maandblad, elektronische nieuwsbrief, website
Website	http://www.greenpeace.nl

Nederlandse Vereniging tot Bescherming van Dieren (Dierenbescherming)

Organisatievorm:	vereniging
Opgericht in:	1864
Aantal leden/donateurs:	185 000
Aantal medewerkers (fte):	78
Doelstelling:	opkomen voor belangen van dieren door bevordering respectvolle behandeling van dieren, ijvering voor wetgeving hiervoor, in rechte optreden voor dieren, instandhouding inspectiedienst ter opsporing van dierenmishandeling en verwaarlozing, opvang en herplaatsing van zwerv- en afstandsdieren, voorlichting op scholen over omgaan met dieren.
Belangrijkste wijze van communicatie:	tijdschrift Dier, en clubblad Kids for Animals, Website
Website	http://www.dierenbescherming.nl

Stichting Natuur en Milieu

Organisatievorm:	stichting
Opgericht in:	1972
Aantal leden/donateurs:	10 000
Aantal medewerkers (fte):	90
Doelstelling:	verbetering van natuur en milieu in brede zin door lobbyen, en beïnvloeden van politici, beleidsmakers en wetenschappers, en door publieke acties.
Belangrijkste wijze van communicatie:	Maandblad "Natuur en Milieu", website
Website	http://www.snm.nl

Vereniging Milieudefensie

Organisatievorm:	stichting, Nederlands onderdeel van Friends of the Earth international
Opgericht in:	1972
Aantal leden/donateurs:	50 000
Aantal medewerkers (fte):	60
Doelstelling:	belangenbehartiging van Nederlanders die zich daadwerkelijk betrokken voelen bij een schone en leefbare wereld. (vgl. SNM: natuur en milieu; VvM: natuur en mens) door acties, lobbyen en onderhandelen bij/met overheid en bedrijven (verstrekking Milieukeurmerk) en voorlichting.
Belangrijkste wijze van communicatie:	Maandblad 'Milieudefensie', website en telefonische servicelijn
Website	http://www.milieudefensie.nl

Voedingsinstituut Dunamis

Organisatievorm:	vóór 1/8/2001 onafhankelijke stichting, nadien een (consumentengericht) onderdeel van de Stichting Platform Biologica
Opgericht in:	oorspr. 1971
Aantal leden/donateurs:	1000
Aantal medewerkers (fte):	3
Doelstelling:	bevorderen gebruik natuurvoeding (biologisch, biologisch dynamisch) door voorlichting, kookcursussen en voordrachten, en door beïnvloeding overheid, bedrijfsleven en media.
Belangrijkste wijze van communicatie:	telefonische informatielijn 'voedingstelefoon'
Website	http://www.ecomarkt.nl/dunamis

Profit

Centraal Bureau Levensmiddelenhandel

Organisatievorm:	supermarkt-brancheorganisatie, met afdeling Consument en Kwaliteit
Opgericht in:	1957
Aantal leden/donateurs:	n.v.t.
Aantal medewerkers (fte):	22
Doelstelling:	belangenbehartiging van supermarktketens, fungeren van spreekbuis hiervoor
Belangrijkste wijze van communicatie:	periodiek overleg

Nederlandse Biotechnologische Vereniging

Organisatievorm:	vereniging
Opgericht in:	1978
Aantal leden/donateurs:	1300
Aantal medewerkers (fte):	1
Doelstelling:	bevorderen van biotechnologie in het algemeen en van de contacten tussen biotechnologen binnen Nederland.
Belangrijkste wijze van communicatie:	2-jaarlijks Nederlands Biotechnologisch Congres, open dagen bij biotechnologie-bedrijven en laboratoria, studiegroepen, actief participeren in onderwijs, publieks- en overheidsvoorlichting, 2-wekelijks tijdschrift 'BIO-nieuws'
Website:	http://www.kncv.nl/secties/nbv/

Platform Biologica

Organisatievorm:	promotieorganisatie voor Biologisch (-dynamische) landbouw en voeding
Opgericht in:	1972
Aantal leden/donateurs:	450
Aantal medewerkers (fte):	15
Doelstelling:	marktvergroting biologische Landbouwproducten Belangenbehartiging aangesloten organisaties: Federatie van Biologische Boeren; Vereniging Biologische Handel en Verwerking (VBP); Vaksectie Winkeliers Natuurvoeding en Reform (VWNR); koepel van supermarkten (CBL). Promotie en Consumentvoorlichting via 'EKO-gids' en 'Smaakmakend' en 'EKO-Monitor'
Belangrijkste wijze van communicatie:	aangesloten verenigingen ontvangen zes keer per jaar een Nieuwsbrief; website http://www.platformbiologica.nl/ .
Website	

Bedrijven met een sterke consumentenrelatie

Aholt (Albert Heijn)

Organisatievorm:	supermarktketen
Opgericht in:	1887
Aantal leden/donateurs:	n.v.t.
Aantal medewerkers (fte):	50 000
Doelstelling:	qua medewerkersaantal grootste voedselprofitorganisatie die milieuzorg nastreeft door eisen aan toeleveranciers te stellen m.b.t. teeltsystemen en energieverbruik.
Belangrijkste wijze van communicatie:	reclame en maandblad 'Allerhande'
Website:	http://www.ah.nl

Laurus

Organisatievorm:	supermarktketen (Konmar, Super de Boer, Edah, Groenwoudt e.a.)
Opgericht in:	2000
Aantal leden/donateurs:	n.v.t.
Aantal medewerkers (fte):	10 000
Doelstelling:	qua winkelaantal grootste voedselprofit-organisatie die uit eigenbelang consumentenwensen m.b.t. voedselkwaliteit en voedselproductie nastreeft
Belangrijkste wijze van communicatie:	reclame en bladen die in de eigen winkels worden verspreid.
Website	http://www.konmar.nl

Overige organisaties

Stichting Voedingscentrum Nederland

Organisatievorm:	stichting door LNV en WVS gefinancierd
Opgericht in:	1999
Aantal leden/donateurs:	n.v.t.
Aantal medewerkers (fte):	70
Doelstelling:	door voorlichting op maat (CD, folders, brochures, handboeken) de kennis bij consument, patiënt, arts en diëtist over gezondheid, voedselkwaliteit en voedselveiligheid bevorderen
Belangrijkste wijze van communicatie:	Website, maandblad 'Voeding Nu', telefonische Informatielijn
Website:	http://www.voedingscentrum.nl