



Openbaarmaking van controlegegevens van de VWA

Een evaluatie van de beleidsdoelstellingen

Eindrapport

Een onderzoek in opdracht van het Ministerie van VWS

J.S. Zweers
M. van Haeften
J. Wils

Projectnummer: B3658

Zoetermeer, 24 november 2009

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Research voor Beleid. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Research voor Beleid. Research voor Beleid aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusies	5
1 Achtergrond, doel en opzet van het onderzoek	9
1.1 Beleidscontext: vergroting transparantie toezicht	9
1.2 Doel van het onderzoek en onderzoeksvragen	10
1.3 Opzet van het onderzoek	11
1.4 Leeswijzer	12
DEEL I: Bedrijven	13
2 Bekendheid	15
2.1 Inleiding	15
2.2 Bekendheid bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking	15
2.3 Bekendheid organisaties waarvan controlegegevens openbaar zijn gemaakt	16
2.4 Conclusie	17
3 Houding tegenover openbaarmaking en gebruik	19
3.1 Inleiding	19
3.2 Houding ten opzichte van openbaarmaking controlegegevens	19
3.3 Gebruik door bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking	21
3.4 Gebruik door organisaties waarvan controlegegevens openbaar zijn gemaakt	22
3.5 Conclusie	25
4 Overige effecten van openbaarmaking	27
4.1 Effect van openbaarmaking op imago	27
4.2 Bijdrage openbaarmaking aan risicobeheersing	30
4.3 Conclusies	33
Deel II: Consumenten	35
5 Bekendheid en gebruik	37
5.1 Inleiding	37
5.2 Bekendheid	37
5.3 Gebruik website	39
5.4 Conclusie	40
6 Openbaarmaking en vertrouwen	41
6.1 Inleiding	41
6.2 Vertrouwen in VWA en voedsel- en productveiligheid	41
6.3 Algemeen oordeel over openbaarmaking	42
6.4 Invloed openbaarmaking op vertrouwen	43
6.5 Conclusie	47
Bijlage Responsverantwoording	49



Samenvatting en conclusies

I. Achtergrond, doel en opzet van het onderzoek

Binnen de VWA wordt sinds enige jaren ingezet op vernieuwing van het toezichtbeleid. Eén van de onderdelen van deze vernieuwing is de openbaarmaking van controlegegevens. De openbaarmaking van controlegegevens heeft tot doel:

- het bieden van transparantie aan partijen binnen de (voedsel)productieketen, zodat zij hierop hun keuzen kunnen baseren;
- het leveren van een bijdrage aan het vertrouwen van de consumenten in het handelen van de overheid, in het voedsel en in andere producten/diensten.

Een mogelijk neveneffect van openbaarmaking is dat het bedrijven een prikkel geeft om aandacht te (blijven) besteden aan risicobeheersing.

Het ministerie van VWS heeft, mede namens het ministerie van LNV, Research voor Beleid opdracht gegeven tot het uitvoeren van een evaluatieonderzoek naar de openbaarmaking van controlegegevens in relatie tot de doelstellingen en mogelijke neveneffecten

In het onderzoek zijn drie doelgroepen onderscheiden waarbij verschillende enquêtes zijn afgenomen:

- 1 bedrijven en gemeenten waarvan controlegegevens openbaar zijn gemaakt
- 2 bedrijven die onder VWA toezicht vallen, maar waarvan geen controlegegevens openbaar zijn gemaakt
- 3 consumenten

Daarnaast zijn interviews afgenomen met enkele relevante stakeholders. Hieronder komen de belangrijkste conclusies aan de orde.

II. BEDRIJVEN

1. Bekendheid met openbaarmaking

De bekendheid met de openbaarmaking is aan de hierboven genoemde typen bedrijven (en gemeenten) gevraagd. Bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking zijn beperkt bekend met het fenomeen (11%). Opvallend is dat ook de bedrijven en gemeenten met ervaring met openbaarmaking hier lang niet allemaal mee bekend zijn. Bij bedrijven bleek 62% op de hoogte te zijn van de openbaarmaking van de eigen gegevens, bij gemeenten was dit 46%.

2. Houding ten opzichte van openbaarmaking

In het algemeen staan bedrijven en gemeenten positief tegenover openbaarmaking van controlegegevens. Ze vinden openbaarmaking *op zich* een goede zaak (van 76% bij de bedrijven zonder ervaring tot 93% van de gemeenten). In algemene zin gevraagd (grondhouding) zijn bedrijven met ervaring iets positiever dan bedrijven zonder ervaring. Naarmate specifiek naar het nut van openbaarmaking wordt gevraagd, zijn bedrijven met ervaring juist negatiever dan bedrijven zonder ervaring.

Ook is specifiek aan bedrijven en gemeenten met ervaring met openbaarmaking gevraagd of zij erop tegen zijn dat controlegegevens van hun bedrijf of gemeente openbaar worden gemaakt. Van de bedrijven is 72% hier niet op tegen; bij de gemeenten is dit percentage zelfs 89%. Ook hieruit blijkt een positieve houding.

3. Gebruik van de website

De volgende stap is nagaan of bedrijven en gemeenten de gegevens raadplegen en ook gebruiken. Van de bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking heeft slechts 3% wel eens gezocht naar openbaar gemaakte controlegegevens. Bij bedrijven met ervaring met openbaarmaking heeft 23% wel eens gekeken naar de gegevens van andere bedrijven en 59% naar de eigen gegevens. Het gebruik ligt in deze groep dus wel iets hoger, maar is vooral op de eigen gegevens gericht. Bij gemeenten heeft 28% de eigen gegevens geraadpleegd.

4. Resultaten openbare controlegegevens op keuzegedrag

De vraag is wat de resultaten van het gebruik zijn. Er zijn twee soorten resultaten onderscheiden. Ten eerste kunnen bedrijven de controlegegevens zelf gebruiken voor bijvoorbeeld de keuze voor een leverancier of samenwerkingspartner. Ten tweede kunnen ze te maken krijgen met vragen, het wegblijven van klanten of juist het verkrijgen van nieuwe klanten.

- De invloed van de controlegegevens op het zelf kiezen van leveranciers is erg klein te noemen. Van de bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking heeft geen enkel bedrijf zijn keuze voor een leverancier of samenwerkingspartner hierdoor laten beïnvloeden. Van de bedrijven met ervaring met openbaarmaking zegt 4% de keuze voor een leverancier wel eens te hebben laten beïnvloeden door de openbaar gemaakte gegevens.
- Ook het aantal vragen, wegblijven of juist verkrijgen van klanten is beperkt. Van de bedrijven zegt 7% naar aanleiding van openbaar gemaakte controlegegevens wel eens vragen van consumenten of afnemers te hebben gekregen over de veiligheid binnen hun bedrijf. Bij de gemeenten is dit 11%. Het aantal bedrijven met wegblijvende afnemers of consumenten is gering (5%), evenals het aantal met nieuwe klanten of samenwerkingspartners (6%). Het effect is dus beperkt.

Over het geheel bekeken is de invloed van de openbare gegevens op het keuzegedrag zeer beperkt te noemen.

5. Invloed van openbaarmaking op het imago van de sector

De meeste bedrijven onderschrijven de stelling dat openbaarmaking van controlegegevens bijdraagt aan het vertrouwen van de consument in de bedrijfssector. De keerzijde van de medaille is echter dat het imago van een hele sector kan lijden onder openbaar gemaakte controlegegevens van enkele bedrijven. Deze stelling wordt eveneens door de meerderheid van de bedrijven onderschreven.

Bedrijven met ervaring met openbaarmaking zijn negatiever over de invloed hiervan op het imago van de sector dan bedrijven zonder deze ervaring.

6. Invloed van openbaarmaking op risicobeheersing

Openbaarmaking lijkt invloed te hebben op risicobeheersing binnen bedrijven. Bijna de helft (47%) van de bedrijven en gemeenten zegt dat openbaarmaking hen stimuleert nog meer aandacht aan product- of voedselveiligheid te geven. Deze stimulans leidt bij een deel ook tot concrete vervolgv activiteiten. Bij 29% van de bedrijven heeft openbaarmaking een

beetje tot veel invloed gehad op de veiligheidssystemen in het bedrijf. Van de bedrijven heeft 10% de steekproefsgewijze controle van producten naar aanleiding van de openbaarmaking aangepast. Bij gemeenten was invloed van openbaarmaking vooral merkbaar in de wijze waarop het beheer van speelplaatsen inzichtelijk wordt gemaakt in het logboek (bij 26% van de gemeenten had dit een beetje tot veel invloed).¹

III. CONSUMENTEN

7. Bekendheid en gebruik website

De VWA heeft onder consumenten een hoge naamsbekendheid. Zo'n 90% van de consumenten weet van het bestaan van de VWA. De bekendheid met de openbaarmaking van controlegegevens is een stuk lager: 17% is hiervan op de hoogte. Van alle consumenten heeft 5% de gegevens ook wel eens bekeken. Het gebruik van de website door consumenten is dus vrij beperkt.

8. Belangstelling voor openbare controlegegevens

Van de respondenten zou, met de nieuw verworven kennis over openbaarmaking, zo'n 40% procent de resultaten op de website willen bekijken. Hierbij spelen nieuwsgierigheid en interesse een rol. Ongeveer de helft van de consumenten is tevens geïnteresseerd in informatie over waar zij veilig voedsel of veilige producten kan kopen.

Grotere bekendheid van openbaarmaking zal er daarom waarschijnlijk toe leiden dat meer consumenten de controlegegevens raadplegen. Een website lijkt hiervoor een voor consumenten geschikt medium: bijna tweederde van de consumenten gebruikt het internet om informatie over voedsel- en productveiligheid in te winnen.

9. Redenen om openbaarmaking belangrijk te vinden

De overgrote meerderheid van de consumenten vindt het een goede zaak dat controlegegevens openbaar worden gemaakt. De belangrijkste reden is voor hen dat dit de aandacht voor voedsel- en productveiligheid stimuleert. Inzicht verkrijgen in controleresultaten en transparantie van de VWA zijn ook belangrijke redenen.

10. Het vertrouwen van de consument

De meeste consumenten hebben vertrouwen in de VWA en in de veiligheid van voedsel en producten. Driekwart van de consumenten heeft vertrouwen in het functioneren van de VWA. Het vertrouwen van consumenten die bekend zijn met openbaarmaking is echter niet hoger dan dat van de groep consumenten die hier niet bekend mee is. Openbaarmaking leidt tot op heden dus niet tot een vergroting van het (toch al hoge) vertrouwen van de consument.

¹ Het percentage betreft alleen de gemeenten waarvan de geïnterviewde functionaris op de hoogte was van de openbaar gemaakte controlegegevens.

IV. HOOFDCONCLUSIES

Het onderzoek heeft drie doelen. Per doel staan we stil bij de bevindingen.

Nagaan in hoeverre openbaarmaking effect heeft op het vertrouwen van consumenten in zowel de VWA als de veiligheid van voedsel en gebruiksartikelen.

Het vertrouwen van de consument in de VWA en in de product- en voedselveiligheid is vrij hoog. Consumenten staan positief tegenover het openbaar maken van controlegegevens; zij denken dat het de aandacht voor voedsel- en productveiligheid stimuleert. Volgens driekwart van de consumenten draagt openbaarmaking bij aan hun vertrouwen in de VWA en in de voedsel- en productveiligheid. Toch is het vertrouwen van consumenten die bekend zijn met de openbaarmaking niet hoger dan dat van consumenten die er niet mee bekend zijn. Openbaarmaking heeft tot dusverre niet geleid tot een vergroting van dit (toch al hoge) vertrouwen van de consument.

Nagaan in hoeverre openbaarmaking effect heeft op het keuzegedrag van bedrijven.

Het effect van openbaarmaking van controlegegevens van de VWA op het keuzegedrag van bedrijven is, op dit moment, minimaal. Bedrijven zeggen niet of nauwelijks hun keuze voor leveranciers te hebben laten beïnvloeden. Ook zijn ze nauwelijks geconfronteerd met negatieve acties vanuit afnemers.

Nagaan in hoeverre sprake is van neveneffecten van openbaarmaking, waaronder risicobeheersing bij gemeenten en bedrijven.

Er is wel effect te zien op risicobeheersing binnen de bedrijven en gemeenten. Bijna de helft van de bedrijven en gemeenten zegt dat openbaarmaking hen stimuleert nog meer aandacht aan product- of voedselveiligheid te geven. Deze prikkel wordt in beperkte mate omgezet in concrete activiteiten om de veiligheidsrisico's te beheersen. Er lijkt vooral een bewustmakende werking vanuit te gaan. Een ander mogelijk neveneffect van openbaarmaking is imagoschade. Dit is vooral een zorg binnen het bedrijfsleven.

Op dit moment zijn dus bij de zogenoemde neveneffecten de duidelijkste resultaten te zien. Ook bij het consumentenvertrouwen is resultaat zichtbaar, maar minder uitgesproken. De andere doelstelling van openbaarmaking leidt niet tot duidelijke effecten. Wel dient als nuancering te worden geconstateerd dat bij één van de zes cases, formulebedrijven levensmiddelen, de resultaten pas recentelijk voor het eerst openbaar zijn gemaakt. Bij dit deel van de bedrijven kunnen effecten daarom nog nauwelijks worden verwacht.

1 Achtergrond, doel en opzet van het onderzoek

1.1 Beleidscontext: vergroting transparantie toezicht

Doelstellingen openbaarmaking

De Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) houdt toezicht op de veiligheid van voedsel en consumptieproducten, dierenwelzijn en diergezondheid en de naleving van regelgeving voor verstrekking van alcohol en tabak. Binnen de VWA wordt sinds enige jaren ingezet op vernieuwing van het toezichtbeleid. Hoofdpijnen hieruit zijn beschreven in de Meerjarenvisie 2007 – 2011 "Vernieuwend met meer effect". Eén van de onderdelen van deze vernieuwing is het vergroten van de transparantie van het toezicht. Deze transparantie bestaat onder andere uit het openbaar maken van bevindingen van controles. De openbaarmaking van controleresultaten heeft tot doel:

- het bieden van transparantie aan partijen binnen de (voedsel)productieketen, zodat zij hierop hun keuzen kunnen baseren;
- het leveren van een bijdrage aan het vertrouwen van de consumenten in het handelen van de overheid, in het voedsel en in andere producten/diensten.

Een mogelijk neveneffect van openbaarmaking is dat het bedrijven een prikkel geeft om aandacht te (blijven) besteden aan risicobeheersing.

Uitvoering openbaarmaking

De VWA is in oktober 2006 gestart met het openbaar maken van controlegegevens via de website. In eerste instantie is gestart met enkele cases. Het aantal cases is vervolgens stapsgewijs uitgebreid. In juli 2007 is een eerste evaluatie van de openbaarmaking verschenen over drie cases, die voornamelijk gericht was op de uitvoering van de openbaarmaking in de praktijk.

Op dit moment zijn gegevens gepubliceerd van de volgende zes cases:

1. *Vloeibaar frituurvet in de horeca (alleen totaalcijfers)*

Controlegegevens verschenen vanaf oktober 2006 op de website. Aanvankelijk werden o.a. gegevens over het gebruik van vloeibaar frituurvet door deelnemers aan de campagne "Verantwoord Frituren" op de website geplaatst. Naar aanleiding van de evaluatie is er voor gekozen alleen nog totaalscores voor de gehele steekproef te publiceren. Deze zijn op dit moment nog te vinden op de website van de VWA. De laatste steekproef is genomen in 2007.

2. *Residuen bestrijdingsmiddelen op groente en fruit (individuele bedrijven)*

Ook van deze case verschenen vanaf oktober 2006 de eerste resultaten op de website. De gegevens van individuele bedrijven worden openbaar gemaakt.

3. *Voedselveiligheidssystemen (HACCP) in slachterijen*

De eerste resultaten verschenen op 1 mei 2007 op de website. Ook bij deze case worden gegevens van individuele bedrijven openbaar gemaakt.

4. *Beheer van gemeentelijke speelplaatsen (gemeenten)*

In 2007 heeft de VWA controles uitgevoerd bij gemeenten naar het beheer van gemeentelijke speelplaatsen. De controlegegevens van deze actie zijn openbaar gemaakt. Van de gemeenten wordt het aantal speelplaatsen vermeld, plus een score.

5. *Doe het zelf verhuur (ketens)*

De openbaarmaking van gegevens van deze case is gestart in december 2007. Er worden per keten resultaten bekend gemaakt over o.a. het aantal gecontroleerde vestigingen en apparaten.

6. *Formulebedrijven levensmiddelen (ketens)*

Met openbaarmaking over formulebedrijven is gestart op 19 december 2008 (caterars, keurslagers en tankstations). Dit is in 2009 verder uitgebreid met bakkerijen en restaurants (vanaf 4 juni 2009) en supermarkten (vanaf 7 juli 2009). De ketens krijgen op de website een kleurcode die de risicobeheersing van de ketens aanduidt.

1.2 Doel van het onderzoek en onderzoeksvragen

De ministeries van VWS en van LNV hebben Research voor Beleid opdracht gegeven tot het uitvoeren van een evaluatieonderzoek naar openbaarmaking van controlegegevens door de VWA. Het onderzoek heeft tot doel te achterhalen in hoeverre de beleidsdoelstellingen die met de openbaarmaking zijn beoogd, worden gehaald en of sprake is van andere effecten van openbaarmaking.

Het onderzoek dient derhalve inzicht te geven in:

- *effecten op het keuzegedrag van bedrijven*
- *effecten op het vertrouwen van de consument in zowel de overheid als in voedsel- en productveiligheid*
- *mogelijke neveneffecten, waaronder risicobeheersing bij gemeenten en bedrijven*

Op basis van deze doelstellingen zijn de onderstaande onderzoeksvragen geformuleerd. Hierbij is een onderscheid gemaakt tussen bedrijven/gemeenten en consumenten.

Bedrijven/gemeenten

1. In welke mate zijn bedrijven bekend met de mogelijkheid dat controlegegevens openbaar worden gemaakt?
2. Zijn zij bekend met de aanwezigheid van gegevens op de website?
3. Zijn zij bekend met de voorwaarden waaronder dit gebeurt?
4. Wat is hun houding ten opzichte van openbaarmaking?
5. In welke mate maken bedrijven zelf gebruik van controlegegevens om informatie over leveranciers te raadplegen?
6. Wat is het oordeel over de duidelijkheid en de bruikbaarheid van de aangeboden informatie?
7. In welke mate heeft de informatie invloed op gemaakte keuzen en op welke wijze heeft het invloed?
8. In hoeverre nemen bedrijven zelf maatregelen vanwege de (mogelijke) openbaarmaking van controlegegevens? Wat voor type maatregelen zijn genomen?

9. Welke verschillen treden op tussen bedrijven die wel en niet te maken hebben gehad met openbaarmaking van de eigen controlegegevens?
10. Treden bij de bovenstaande vragen verschillen op tussen relevante achtergrondkenmerken als bedrijfsomvang, mate van contact met de VWA en dergelijke?

Consumenten

11. In welke mate zijn consumenten bekend met de VWA en haar doelstellingen?
12. In welke mate zijn consumenten bekend met aanwezigheid van controlegegevens op de website?
13. In welke mate is er gebruikgemaakt van controlegegevens op de website?
14. Wat is het oordeel over de duidelijkheid en de bruikbaarheid van de aangeboden informatie?
15. Wat is het oordeel over het nut van openbaarmaking?
16. In welke mate draagt de openbaarmaking bij aan vertrouwen in de overheid, voedsel- en productveiligheid?
17. Treden bij de bovenstaande vragen verschillen op tussen relevante achtergrondkenmerken als geslacht, leeftijd, opleiding en dergelijke?

1.3 Opzet van het onderzoek

Enquête onder drie doelgroepen

Centraal in het onderzoek staat het meten van gevolgen van de openbaarmaking van controlegegevens voor relevante partijen. Om de benodigde informatie te verkrijgen zijn drie doelgroepen onderscheiden waarvoor verschillende enquêtes zijn opgesteld:

1. bedrijven en gemeenten waarvan controlegegevens openbaar zijn gemaakt
2. bedrijven die onder VWA toezicht vallen, maar waarvan geen controlegegevens openbaar zijn gemaakt
3. consumenten

Daarnaast zijn interviews afgenomen met relevante stakeholders.

Bedrijven en gemeenten waarvan controlegegevens openbaar zijn gemaakt

Bedrijven en gemeenten zijn ondervraagd door middel van een telefonische enquête. Ten tijde van het onderzoek waren zes cases van openbare controlegegevens op de website toegankelijk. Om vooral recente ervaringen voorop te stellen, is ervoor gekozen de te benaderen bedrijven in principe te beperken tot bedrijven en gemeenten die in 2008 en 2009 met de controles en openbaarmaking te maken hebben gehad. Uitzondering hierop vormt vloeibaar frituurvet in de horeca: deze gegevens zijn alleen in 2007 openbaar gemaakt. Er is voor gekozen deze groep bedrijven wel in het onderzoek te betrekken. Uiteindelijk zijn 280 bedrijven uit deze groep gesproken.

Aangezien alle gemeenten met openbaarmaking van controlegegevens te maken hebben gehad, is een naar gemeenteomvang gestratificeerde steekproef getrokken. We hebben in totaal 75 gemeenten geïnterviewd.

Bedrijven zonder ervaring met openbaar gemaakte controlegegevens

Om ook de bredere bekendheid van de openbaarmaking te meten en de invloed op het keuzegedrag van bedrijven te beoordelen, is ervoor gekozen ook onderzoek onder bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking te houden. Hiervoor heeft een afbakening plaatsgevonden tot enkele sectoren die zich binnen een productieketen bevinden van bedrijven die met openbaarmaking te maken hebben gehad. Voor deze groep kan immers de informatie van de VWA relevant zijn en invloed hebben op het keuzegedrag.

In overleg is gekozen voor bedrijven uit de horeca, de vleesverwerking en de groente- en fruitverwerking. In totaal zijn 194 telefonische interviews met bedrijven uit deze sectoren gehouden.

Consumenten

Voor de consumentenenquête is gebruik gemaakt van een internetpanel. Hiervoor is een representatieve steekproef van consumenten uitgenodigd aan de enquête deel te nemen. De beoogde respons (1000 respondenten) is ingedeeld in verschillende segmenten op basis van geslacht, leeftijd en opleiding. Van te voren is berekend hoeveel respondenten voor elk segment benodigd zijn om een voor Nederland representatieve respons te krijgen. Deze segmenten zijn vervolgens tijdens de enquête gevuld met respondenten. In totaal hebben 1003 respondenten de enquête ingevuld.

Stakeholders

Naast bedrijven en consumenten vormen ook stakeholders een belangrijke groep. Het gaat hierbij dan met name om organisaties die belangen vertegenwoordigen van consumenten en bedrijven. Er zijn telefonische interviews gehouden met vier organisaties: de Consumentenbond, Frugi Venta, Centraal Bureau Levensmiddelen, Koninklijke Horeca Nederland en de Vereniging van Nederlandse Cateringorganisaties. Doel van deze gesprekken was vooral aanvulling te krijgen op te resultaten van de enquêtes.

In de bijlage is een responsoverzicht opgenomen.

1.4 Leeswijzer

Dit rapport bevat de resultaten van de evaluatie. Voorin het rapport zijn de samenvatting en de hoofdconclusies van de evaluatie opgenomen. Het rapport is verder ingedeeld in twee delen, die de resultaten van het onderzoek bespreken. Het eerste deel gaat over bedrijven en gemeenten, het tweede deel behandelt de consumenten. Het deel over de bedrijven start met een hoofdstuk over de bekendheid (hoofdstuk 2), gevolgd door hoofdstukken over de houding t.o.v. openbaarmaking en het gebruik van de controlegegevens door bedrijven (hoofdstuk 3) en over overige effecten van openbaarmaking (hoofdstuk 4). Het deel over consumenten bevat een hoofdstuk over bekendheid (hoofdstuk 5), en een hoofdstuk over het oordeel van consumenten over openbaarmaking en de invloed van openbaarmaking op het vertrouwen (hoofdstuk 6).

DEEL I: Bedrijven

2 Bekendheid

2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de bekendheid met openbaarmaking onder bedrijven en gemeenten. Hiervoor worden de resultaten van de twee doelgroepen apart gepresenteerd. Als eerste komt bekendheid van de openbaarmaking onder de groep bedrijven zonder eigen ervaring met dit fenomeen aan bod. Vervolgens is dit voor de zekerheid ook gevraagd aan organisaties die met openbaarmaking te maken hebben gehad. Binnen deze groep organisaties maken we waar relevant onderscheid tussen bedrijven en gemeenten.

2.2 Bekendheid bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking

Aan de bedrijven die niet met openbaarmaking van controlegegevens te maken hebben gehad is gevraagd of zij ermee bekend zijn dat de VWA controlegegevens openbaar maakt op de website. Gezien de bestaande relaties met de onderzochte sectoren kunnen deze bedrijven immers geïnteresseerd zijn in deze informatie.

Van de bedrijven is 11% ermee bekend dat controlegegevens op de website van de VWA staan vermeld. Tweederde van de bedrijven die bekend zijn met openbaarmaking is niet bekend met de voorwaarden waaronder dit gebeurt.

Tabel 2.1 Bekendheid met openbaarmaking

	<i>bedrijven</i>	<i>(n)</i>
Percentage bedrijven dat bekend is met openbaarmaking controlegegevens VWA	11%	(194)
Van deze bedrijven:		(70)
- percentage dat enigszins of goed bekend is met de voorwaarden	33%	

De bekendheid is beduidend groter bij de voedselverwerkende bedrijven dan bij de horeca. Van de geïnterviewde horecaondernemingen is slechts 10% bekend met openbaarmaking van controlegegevens van de VWA, terwijl dit bij de vleesverwerkende en groenteverwerkende bedrijven 47% respectievelijk 43% is. Er zijn geen grote verschillen wat betreft bekendheid tussen grote en kleine bedrijven.

De verschillen tussen bedrijfssectoren kunnen deels worden verklaard uit de ruchtbaarheid die de betreffende brancheorganisaties aan de openbaarmaking hebben gegeven. In de beginperiode heeft Frugi Venta bijvoorbeeld informatie over openbaarmaking aan haar leden gecommuniceerd; zij doet dit nu niet meer. De Koninklijke Horeca Nederland heeft geen algemene informatie over openbaarmaking aan haar leden verstrekt. Een tweede reden voor dit verschil is waarschijnlijk gelegen in de informatieverstrekking door de VWA. Zoals uit tabel 2.2 blijkt, is de VWA het vaakst als informatiebron genoemd. Het zijn echter vooral de voedselverwerkende sectoren die de VWA hebben genoemd. Een derde mogelijke oorzaak voor het verschil, ten slotte, kan gelegen zijn in de omvang en diversiteit van de verschil-

lende sectoren. De horecasector is aanzienlijk groter en meer divers dan de voedselverwerkende sectoren.

Zoals hierboven is opgemerkt, blijkt uit het onderzoek dat de VWA de belangrijkste bron is van informatie over openbaarmaking: bijna een derde van de bedrijven is bekend geraakt met openbaarmaking via de VWA. Via een brancheorganisatie, productschap of belangenvereniging heeft 12% van de bedrijven informatie over openbaarmaking gekregen. Ook hier liggen de percentages voor de voedselverwerkende bedrijven hoger dan het gemiddelde. In de categorie 'anders' zijn vaak vakbladen en overige media genoemd.

Tabel 2.2 Bron van de kennis (meerdere antwoorden mogelijk)

<i>Bron van informatie</i>	<i>Bedrijven</i>	<i>(n)</i>
VWA	31%	
Brancheorganisatie, productschap of belangenvereniging	12%	
Collega-bedrijven	5%	
Keurmerk- en adviesbureaus	1%	
Anders	43%	
Weet niet	11%	
Totaal	100%	(70)

2.3 Bekendheid organisaties waarvan controlegegevens openbaar zijn gemaakt

Aangezien de VWA vóór openbaarmaking de betreffende organisaties hier schriftelijk van op de hoogte stelt, zouden alle organisaties bekend moeten zijn met de openbaarmaking. Voor de zekerheid is toch naar de bekendheid hiermee gevraagd. In de presentatie van de gegevens is onderscheid gemaakt tussen bedrijven enerzijds en gemeenten anderzijds.

Indien contactpersonen bij de bedrijven bekend waren (aangeleverd door de VWA), is gezocht met betreffende persoon te spreken. In de gevallen waar geen contactpersonen bekend waren, is gevraagd naar de functionaris binnen het bedrijf die verantwoordelijk is voor voedsel- of productveiligheid.

Van de functionarissen die wij spraken, bleek 62% op de hoogte te zijn van de openbaarmaking; bij gemeenten was dit 46%. Dat een fors deel niet op de hoogte is van de openbaarmaking is waarschijnlijk te verklaren, doordat:

- de betreffende functionaris pas vrij recentelijk bij het bedrijf of de gemeente is komen werken
- de verantwoordelijkheid voor kwaliteit/veiligheid verdeeld is over verschillende functionarissen.

Bijna tweederde van de bedrijven zegt in het geheel niet bekend te zijn met de voorwaarden voor openbaarmaking. Bij de gemeenten is dit 75%. Minder dan een kwart van de bedrijven is ervan op de hoogte dat controlegegevens van andere bedrijfstakken openbaar zijn gemaakt. Zie de percentages in de volgende tabel.

Grote bedrijven met 50 of meer werknemers zijn iets vaker bekend met de voorwaarden en met openbaar gemaakte controlegegevens in andere bedrijfstakken dan kleinere bedrijven.

Tabel 2.3 Bekendheid met openbaarmaking controlegegevens VWA

	<i>Bedrijven</i>	<i>Gemeenten</i>
Percentage dat weet dat de eigen gegevens openbaar zijn gemaakt	62%	46%
Bekendheid met de voorwaarden voor openbaarmaking:		
zeer goed mee bekend	1%	-
goed mee bekend	15%	2%
een beetje mee bekend	21%	22%
niet mee bekend	63%	75%
Bekendheid met openbaargemaakte gegevens van andere bedrijfssectoren	22%	nvt
Totaal	(280)	(75)

Zoals te verwachten valt, is de bekendheid met de voorwaarden voor openbaarmaking groter onder bedrijven die op de hoogte zijn van de openbaarmaking van controlegegevens van hun eigen bedrijf dan bedrijven die hiervan niet op de hoogte zijn: 55% van deze bedrijven is enigszins tot zeer goed bekend met deze voorwaarden (zie ter vergelijking de 37% voor de hele groep bedrijven uit bovenstaande tabel). Ook de bekendheid met openbaargemaakte gegevens van andere bedrijfssectoren is groter onder deze groep: dit is 33% (tegenover 22% voor alle bedrijven).

De bekendheid met de voorwaarden voor openbaarmaking bij gemeenten die op de hoogte zijn van de openbaar gemaakte controlegegevens is met 43% eveneens beduidend hoger dan de 24% uit de tabel hierboven (alle gemeenten).

Ten slotte zijn er nog duidelijke verschillen in bekendheid tussen de groepen organisaties waarvan gegevens openbaar zijn gemaakt. De onbekendheid met de openbaar gemaakte gegevens is het grootst bij betrokkenen bij de actie vloeibaar frituurvet in de horeca: 56% is hier niet mee bekend. Aangezien bij deze case sinds 2007 geen controlegegevens meer openbaar zijn gemaakt, is dit niet verwonderlijk. De bekendheid is het grootst bij de bedrijven die binnen de formuleaanpak vallen en bij de slachthuizen. Van de slachthuizen is 97% en van de formulebedrijven 82% bekend met de openbaarmaking. De bekendheid met de voorwaarden voor openbaarmaking is bij de slachthuizen bijna 70% en bij de formulebedrijven 56%. De bekendheid met de openbaarmaking van controlegegevens in andere sectoren is bij deze groepen bedrijven eveneens hoger (53% van de slachthuizen en 44% van de formulebedrijven is ermee bekend).

2.4 Conclusie

Weinig bedrijven in de horeca en voedselverwerkende sectoren zonder ervaring met openbaarmaking, zijn op de hoogte van het fenomeen (11%). De bekendheid in de voedselverwerking ligt met ongeveer 45% wel beduidend hoger dan in de horeca (10%).

Ook bij bedrijven die wel met openbaarmaking te maken hebben gehad, is niet iedereen bekend met openbaar gemaakte controlegegevens van het eigen bedrijf. Tweederde van de bedrijven en driekwart van de gemeenten is niet bekend met de voorwaarden waaronder openbaarmaking plaats vindt. Overigens is de bekendheid hiermee onder bedrijven en gemeenten die wel op de hoogte waren van de eigen openbaar gemaakte controleresultaten, aanmerkelijk hoger. Verder verschilt de bekendheid per type openbaar gemaakte resultaten: de bekendheid onder formulebedrijven en slachthuizen is groter dan onder horecaondernemingen.

3 Houding tegenover openbaarmaking en gebruik

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op het gebruik van de openbaargemaakte gegevens. Als eerste komt de algemene houding ten opzichte van openbaarmaking aan de orde. Vervolgens worden per doelgroep (bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking en bedrijven/gemeenten die hier wel ervaring mee hebben opgedaan) het gebruik en de redenen van het gebruik besproken.

3.2 Houding ten opzichte van openbaarmaking controlegegevens

Aan alle bedrijven (met en zonder ervaring met openbaarmaking) is een aantal stellingen voorgelegd om na te gaan hoe zij tegenover openbaarmaking in het algemeen staan. We concluderen dat zowel bedrijven als gemeenten in beginsel positief staan tegenover openbaarmaking van controlegegevens (zie onderstaande tabel). Ze vinden openbaarmaking een goede zaak (van 76% bij de bedrijven zonder ervaring tot 93% van de gemeenten).

De meeste bedrijven en gemeenten zien het nut er wel van in, maar op dit punt is men wel wat kritischer: 46% van de bedrijven met ervaring ziet het nut er niet, of maar gedeeltelijk van in. Bedrijven zonder ervaring zijn iets positiever (35% ziet het nut ervan niet of gedeeltelijk) en de gemeenten zijn het meest positief (25% ziet het nut er niet of maar gedeeltelijk van in).

Binnen de groep bedrijven met ervaring met openbaarmaking valt op dat binnen de case vloeibaar frituurvet in de horeca men duidelijk positiever is over het nut van openbaarmaking dan het gemiddelde en dat dit bij slachthuizen beduidend negatiever is.

Tabel 3.1 Houding tegenover openbaarmaking controlegegevens

<i>Ik vind openbaarmaking van controlegegevens op zich een goede zaak</i>			
	Gemeenten	Bedrijven geen ervaring	Bedrijven met ervaring*
Volledig mee eens	84%	59%	61%
Enigszins mee eens	9%	17%	21%
Niet mee eens	6%	17%	16%
Weet niet	1%	7%	1%
<i>Ik zie het nut van openbaarmaking van controlegegevens niet in</i>			
	Gemeenten	Bedrijven geen ervaring	Bedrijven met ervaring*
Volledig mee eens	14%	22%	28%
Enigszins mee eens	11%	13%	18%
Niet mee eens	75%	52%	53%
Weet niet	1%	12%	1%
Totaal	100%	100%	100%
(n)	(75)	(194)	(174)

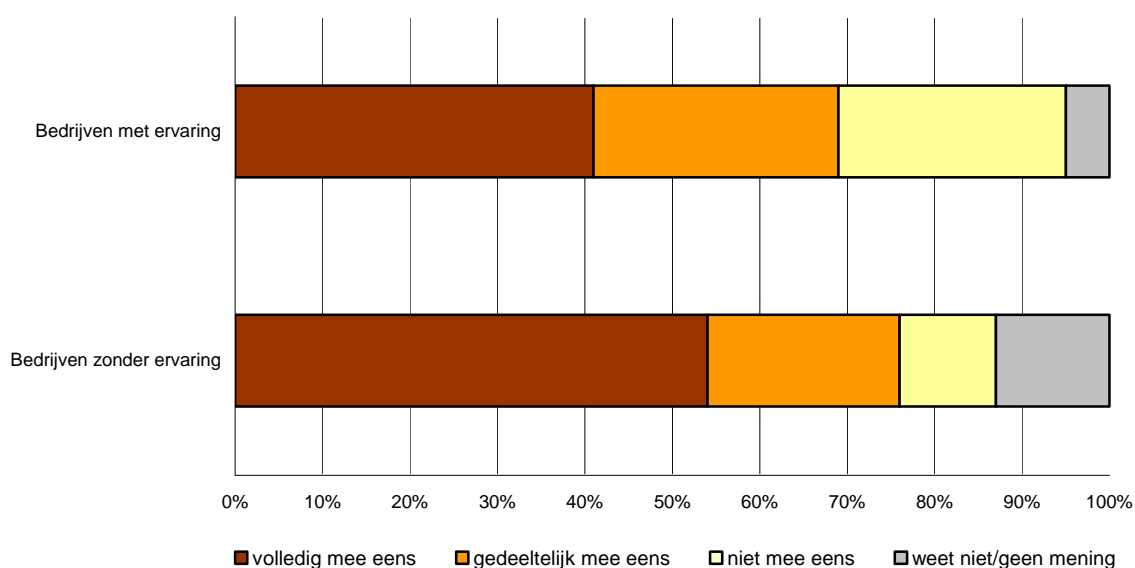
* Het betreft hier alleen de bedrijven die aangegeven hebben bekend te zijn met de openbaarmaking van controlegegevens van hun bedrijf

Ook is bedrijven en gemeenten met ervaring met openbaarmaking van controlegegevens gevraagd of zij erop tegen zijn dat controlegegevens van hun bedrijf of gemeente openbaar worden gemaakt. Van de bedrijven is 72% hier niet op tegen; bij de gemeenten is dit percentage zelfs 89%.

De brancheorganisaties Frugi Venta en Koninklijke Horeca Nederland staan eveneens niet negatief tegenover het principe van openbaarmaking van controlegegevens. Zij hebben wel hun bedenkingen bij de wijze waarop dit nu gebeurt. Daarbij moet worden opgemerkt dat Koninklijke Horeca Nederland geen voorstander is van het openbaar maken van controlegegevens van *individuele* bedrijven. CBL is eveneens in principe niet tegen openbaarmaking van gegevens: als er werkelijk iets aan de hand is, dient dit te worden gepubliceerd om consumenten te waarschuwen, o.a. door de VWA. Tevens kan de VWA dan boetes uitdelen. Openbaarmaking van *alle* controlegegevens ziet het CBL niet als een goed instrument, omdat voedselveiligheid een basisvoorwaarde is, waar elk bedrijf zich aan zou moeten houden. De openbaarmaking wordt ervaren als een extra punitief instrument, dat bovendien overbodig is omdat ook in de markt mechanismen werkzaam zijn om de voedselveiligheid te bewaken (zoals contractvoorwaarden en terugroepen van producten). De vorm waarin de openbaarmaking nu gebeurt, kan er toe leiden dat derden (bijvoorbeeld media of maatschappelijke organisaties) met de gegevens aan de haal gaan. Bovendien leidt de openbaarmaking tot administratieve lasten voor zowel de VWA als de bedrijven.

Ten slotte is de stelling voorgelegd: "openbaarmaking van controlegegevens biedt afnemers belangrijke informatie over potentiële leveranciers." Onderstaande grafiek laat zien dat ruim tweederde (bedrijven met ervaring) tot driekwart (bedrijven zonder ervaring) het gedeeltelijk of volledig eens is met deze stelling.

Grafiek 3.1 "Openbaarmaking van controlegegevens biedt afnemers belangrijke informatie over potentiële leveranciers"



Frugi Venta is van mening dat de gegevens die nu op de website beschikbaar zijn en de wijze waarop ze zijn gepresenteerd, de bruikbaarheid hiervan voor bedrijven niet bevorderen. De brancheorganisatie vindt de website slecht toegankelijk en weinig informatief. Aangezien het lang duurt voordat de informatie op de website komt te staan, is deze snel verouderd. Daarnaast vindt de brancheorganisatie de weergave van gegevens, met het bedrijf als ingang, voor afnemers weinig bruikbaar. Frugi Venta is van mening dat de informatie aanzienlijk interessanter zou zijn wanneer een type product als ingang zou kunnen worden genomen. Bedrijven kunnen dan in een overzicht de resultaten bij verschillende bedrijven zien. Overigens meent Frugi Venta dat de bruikbaarheid ook in dat geval voor bedrijven beperkt zal blijven. Afnemers hebben veelal zelf afspraken gemaakt met leveranciers over de monitoring van residuen. Op basis hiervan worden aanzienlijk meer analyses gedaan dan de VWA verricht. CBL bevestigt dit beeld. De eisen die bedrijven stellen aan leveranciers gaan verder dan de wettelijke eisen waarop de VWA controleert. De controlegegevens zijn daarom niet bruikbaar om keuzes op te baseren. Wanneer leveranciers zich niet aan wettelijke eisen houden, dan heeft dit bovendien contractuele gevolgen.

Koninklijke Horeca Nederland meent dat de controlegegevens voor horecaondernemers niet relevant zijn en zij hier geen gebruik van zullen maken. Veneca deelt de mening van de Koninklijke Horeca Nederland. Wel was Veneca aanvankelijk beducht voor gebruik van de gegevens door intermediairs tussen opdrachtgevers en cateraars. Ook wijst de branchevereniging erop dat cateraars in de keukens van opdrachtgevers werken en derhalve niet altijd volledig invloed hebben op de voedselveiligheid. Aangezien echter alle cateraars 'groen' hebben gekregen, heeft Veneca er nu minder moeite mee. Overigens is de brancheorganisatie van mening dat, wanneer transparantie wordt nagestreefd, controlegegevens van *alle* cateraars openbaar gemaakt zouden moeten worden (niet alleen van de formulebedrijven).

3.3 Gebruik door bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking

In de vorige paragraaf zagen we dat de meeste bedrijven zich in zekere mate kunnen vinden in de stelling dat controlegegevens belangrijke informatie bevatten voor afnemers. De volgende vraag is: worden de gegevens wel eens geraadpleegd en zo ja, voor welk doel?

Gebruik website

In hoofdstuk 1 kwam naar voren dat weinig bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking ervan op de hoogte zijn dat controlegegevens van bepaalde inspecties openbaar zijn (11%). Van deze groep kan bovendien 84% geen concrete sector noemen waarvan gegevens openbaar zijn gemaakt.

Slechts 3% van deze bedrijven heeft wel eens gezocht naar openbaar gemaakte controlegegevens. De belangrijkste reden hiervoor was nieuwsgierigheid. Vijf bedrijven hebben wel eens gezocht naar gegevens van huidige leveranciers of samenwerkingspartners; drie bedrijven hebben wel eens gezocht naar gegevens van potentiële leveranciers of samenwerkingspartners. Deze acht bedrijven waren alle werkzaam in de groente- en fruitverwerking.

De belangrijkste redenen voor bedrijven om niet naar deze informatie te zoeken, zijn:

- er niet aan hebben gedacht;
- niet weten wat te doen met de informatie.

Door de voedselverwerkende bedrijven wordt relatief vaak genoemd dat ze er geen interesse in hebben en/of het niet nodig hebben.

Resultaten gebruik controlegegevens

Bedrijven kunnen de openbare controlegegevens potentieel gebruiken voor bijvoorbeeld de keuze voor een leverancier of samenwerkingspartner. Zoals aangegeven had 3% wel eens daadwerkelijk naar de gegevens gezocht. Geen van deze bedrijven heeft de keuze voor een leverancier of samenwerkingspartner hierdoor laten beïnvloeden. Er is dus geen invloed van de gegevens op de website van de VWA te constateren op het keuzegedrag van deze onderzochte groep bedrijven.

3.4 Gebruik door organisaties waarvan controlegegevens openbaar zijn gemaakt

Organisaties waarvan gegevens openbaar gemaakt zijn, zijn uitgebreider ondervraagd over het bezoeken van de site van de VWA en de door hen geconstateerde effecten van openbaarmaking. De meeste vragen zijn gesteld aan bedrijven, en deels ook aan gemeenten.

Gebruik website

Van de bedrijven waarvan gegevens openbaar gemaakt zijn, bleek in het vorige hoofdstuk 62% hiervan ook op de hoogte te zijn. Deze groep is gevraagd of ze op de website wel eens hebben gezocht naar de controlegegevens van hun eigen bedrijf. Bijna tweederde van de bedrijven heeft dit wel eens gedaan. De belangrijkste redenen hiervoor zijn nieuwsgierigheid naar hoe de gegevens erop staan (56%) en nagaan of de gegevens juist zijn (55%).

Tabel 3.1 Bekijken van de eigen controlegegevens door bedrijven

	<i>Bedrijven</i>	<i>(n)</i>
Percentage dat de eigen gegevens wel eens heeft opgezocht	59%	(174)
Redenen (meerdere antwoorden mogelijk):		(102)
Nieuwsgierigheid (hoe staat het er op?)	56%	
Nagaan of de gegevens kloppen	55%	
Raadplegen van de gegevens	9%	
Anders	1%	

Ook aan de gemeenten is gevraagd of ze wel eens naar gegevens op de website hebben gezocht (van de eigen gemeente of van andere gemeenten). Minder dan een derde (28%) heeft dit wel eens gedaan. Van de gemeenten die op de hoogte waren van de openbaarmaking, was dit percentage 56%. Meestal werd de website bezocht uit nieuwsgierigheid over hoe de gegevens erop staan of om na te gaan of de gegevens juist zijn.

Aan de bedrijven is gevraagd of ze wel eens op de website hebben gezocht naar controlegegevens van andere bedrijven. In totaal heeft 23% dit wel eens gedaan. De belangrijkste redenen hiervoor zijn het krijgen van informatie over concurrenten en het vergelijken van de eigen resultaten met die van andere bedrijven (benchmark).

Tabel 3.2 Bekijken van de controlegegevens van andere bedrijven

	<i>Bedrijven</i>	<i>(n)</i>
Wel eens naar controlegegevens van andere bedrijven gezocht	23%	(280)
Redenen (meerdere antwoorden mogelijk)		(65)
Informatie krijgen over concurrenten	52%	
Vergelijking (benchmark)	26%	
Nieuwsgierigheid	18%	
Info krijgen over huidige leveranciers/samenwerkingspartners	8%	
Info krijgen over potentiële leveranciers/samenwerkingspartners	3%	
Anders	8%	

De meest genoemde reden om niet naar controlegegevens van andere bedrijven te zoeken, is hier geen interesse in hebben en/of het niet nodig hebben (33%). Daarnaast weet 26% niet wat ze met de informatie zou kunnen. Onderstaande tabel laat de redenen zien.

Tabel 3.3 Redenen niet naar controlegegevens van andere bedrijven te zoeken (meerdere antwoorden mogelijk)

	<i>Bedrijven</i>	<i>(n)</i>
Geen interesse / heb het niet nodig	33%	
Weet niet wat ik ermee moet	26%	
Niet aan de mogelijkheid gedacht	18%	
was niet met de mogelijkheid bekend	17%	
Anders	15%	
Weet niet	3%	
	100%	(215)

Duidelijkheid van de informatie

De meerderheid van de bedrijven (54%) vindt de informatie duidelijk. Dit geldt ook voor de gemeenten: 12 van de 22 gemeenten vinden de informatie duidelijk (meestal) tot zeer duidelijk (in een enkel geval).

Resultaten gebruik controlegegevens

De volgende vraag is of iets met de geraadpleegde gegevens is gedaan. Dit kan op twee manieren:

- Bedrijven kunnen de openbare controlegegevens potentieel gebruiken voor bijvoorbeeld de keuze voor een leverancier of samenwerkingspartner.
- Bedrijven en gemeenten kunnen geconfronteerd worden door anderen met de resultaten van de controlegegevens in de vorm van vragen, het wegblijven van klanten (geldt alleen voor bedrijven) of juist het verkrijgen van nieuwe klanten (ook alleen voor bedrijven).

Invloed op keuze leverancier

Hebben de bedrijven hun keuzegedrag laten beïnvloeden door de openbaar gemaakte gegevens van andere bedrijven? Van de 23% bedrijven die wel eens naar gegevens van andere bedrijven hebben gezocht, zegt 4% de keuze voor een leverancier wel eens te hebben laten beïnvloeden door de openbaar gemaakte gegevens. Hiermee is dus enig effect te constateren, maar is het wel zeer beperkt.

Gebruik controlegegevens door anderen

Van de bedrijven zegt 7% naar aanleiding van openbaar gemaakte controlegegevens wel eens vragen van consumenten of afnemers te hebben gekregen over de veiligheid binnen hun bedrijf. Bij de gemeenten zegt 11% wel eens vragen over de veiligheid van gemeentelijke speelplaatsen te hebben gekregen naar aanleiding van openbaar gemaakte gegevens.

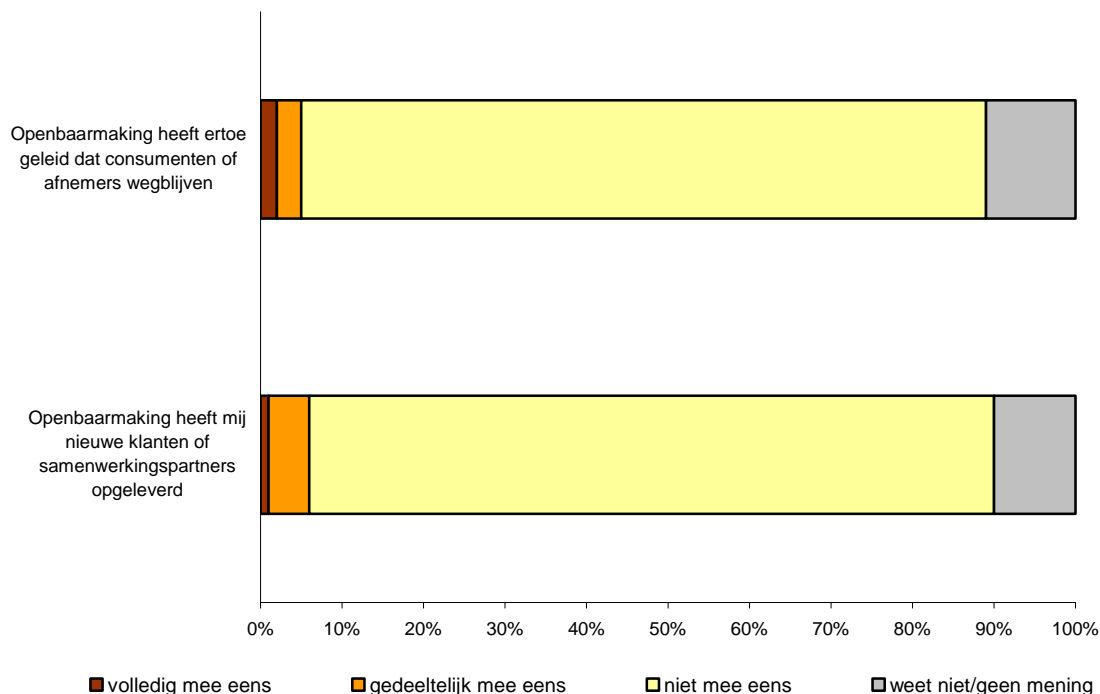
Tabel 3.4 Vragen naar aanleiding van openbaarmaking*

	<i>Bedrijven</i>	<i>Gemeenten</i>
Ja	7%	11%
Nee	91%	89%
Weet niet	1%	-
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
<i>(n)</i>	<i>(174)</i>	<i>(40)</i>

* Het betreft hier alleen de bedrijven en gemeenten die aangegeven hebben bekend te zijn met de openbaarmaking van controlegegevens van hun bedrijf of gemeente.

Voor bedrijven kunnen potentiële gevolgen van openbaarmaking zijn dat klanten wegblijven of dat het juist nieuwe klanten oplevert. Onderstaande grafiek laat zien dat maar weinig bedrijven te maken hebben gehad met wegblijvende afnemers of consumenten naar aanleiding van de openbaarmaking (5%) en dat het weinig bedrijven nieuwe klanten of samenwerkingspartners heeft opgeleverd (6%). Het effect is dus beperkt.

Grafiek 3.2 Stellingen over gevolgen openbaarmaking voor afnemers/klanten



Bij geen van de besproken aspecten waren duidelijke verschillen te constateren tussen grote en kleine bedrijven.

3.5 Conclusie

In het algemeen staan de bedrijven en gemeenten positief tegenover openbaarmaking van controlegegevens. Bedrijven met ervaring zijn hierover iets positiever dan bedrijven zonder ervaring. Naarmate specifieker naar het nut van openbaarmaking wordt gevraagd, zijn bedrijven met ervaring juist negatiever dan bedrijven zonder ervaring. De houding van bedrijven wordt dan negatiever naarmate het bedrijf meer te maken heeft gehad met openbaarmaking. Het meest positief zijn bedrijven waarvan geen gegevens openbaar zijn gemaakt, daarna volgen de bedrijven waarvan gegevens wel openbaar zijn gemaakt maar de betreffende functionaris hier niet van op de hoogte is, en ten slotte de bedrijven waarvan de functionarissen wel van openbaarmaking op de hoogte zijn. Gemeenten zijn overigens het meest positief.

Bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking hebben nauwelijks gebruik gemaakt van controlegegevens van andere bedrijven. Bij bedrijven met ervaring worden de controlegegevens van andere bedrijven iets vaker geraadpleegd, maar in zeer beperkte mate. Geen van de bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking heeft de keuze voor een leverancier wel eens door deze gegevens laten beïnvloeden. Bij de bedrijven met ervaring hebben slechts enkele hun leverancierskeuze mede door controlegegevens laten bepalen. Van de bedrijven waarvan de functionaris wist dat controlegegevens openbaar waren gemaakt, heeft 7% wel eens vragen naar aanleiding hiervan gekregen. Bij de gemeenten lag dit percentage op 11%.

Op basis van deze gegevens concluderen we dat het effect van openbaarmaking op het keuzegedrag op dit moment nauwelijks te constateren is.

4 Overige effecten van openbaarmaking

In het vorige hoofdstuk is de bruikbaarheid van controlegegevens voor bedrijven aan de orde geweest. In dit hoofdstuk gaan we in op andere gevolgen van openbaarmaking. We bespreken twee aspecten: de invloed van openbaarmaking op vertrouwen en imago, en de invloed ervan op risicobeheersing.

4.1 Effect van openbaarmaking op imago

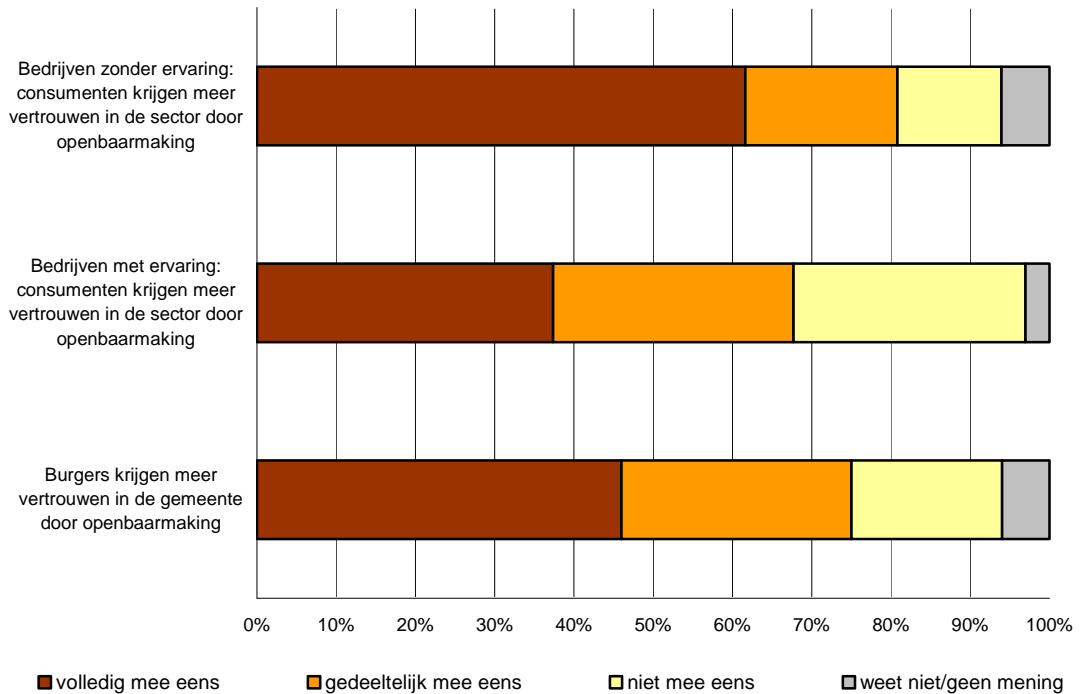
In deze paragraaf gaan we in op potentiële effecten van openbaarmaking op het beeld dat de consument, volgens de bedrijven, van de sector krijgt. We gaan in op het effect op het consumentenvertrouwen in de sector en op de mogelijkheid van imagoschade.

Vertrouwen van de consument in de sector

Aan de bedrijven en gemeenten is de stelling voorgelegd dat openbaarmaking bijdraagt aan het vertrouwen van consumenten in de bedrijfssector dan wel van de burgers in de gemeente. Onderstaande grafiek laat zien dat de meeste bedrijven (zowel met als zonder ervaring met openbaarmaking) en gemeenten deze stelling onderschrijven. De stelling wordt het meest onderschreven door bedrijven zonder ervaring, met uitzondering van de bedrijven in de groente- en fruitverwerking: een derde van de bedrijven in deze sector onderschrijft deze stelling niet. Verder valt op dat bedrijven met ervaring die op de hoogte zijn van de openbaarmaking deze stelling minder vaak onderschrijven (38%) dan bedrijven die hiervan niet op de hoogte zijn (15% onderschrijft de stelling niet).

Ook hier weer geldt dus: des te meer een bedrijf daadwerkelijk geconfronteerd wordt met openbaarmaking, des te kleiner de kans dat het bedrijf de stelling onderschrijft dat openbaarmaking bijdraagt aan het vertrouwen van de consument in de sector.

Grafiek 4.1 Openbaarmaking en vertrouwen van de consument/burger



Koninklijke Horeca Nederland denkt niet dat consumenten zitten te wachten op openbaar gemaakte controlegegevens. De organisatie vindt dat consumenten ervan uit moeten kunnen gaan dat het voedsel veilig is. Alleen wanneer zich excessen voordoen, zoals een bedrijf dat structureel tekort schiet, zou openbaarmaking een waarschuwendende functie naar de consument kunnen hebben. Bij formulebedrijven geldt bovendien dat de controles niet alle vestigingen betreffen. Een consument kan hier, volgens hen, niets mee. Met name bij zogeheten *soft franchise*formules ligt de verantwoordelijkheid voor voedselveiligheid op vestigingsniveau.

CBL denkt ook niet dat consumenten iets kunnen met de gegevens. De openbaarmaking leidt tot een scheef beeld, omdat niet over alle (vergelijkbare) branches, niet over alle bedrijven van een branche, niet alle vestigingen van een (formule)bedrijf¹ en niet van alle ketenpartners van een bedrijf gegevens gepubliceerd (kunnen) worden.

Ook Veneca zegt dat consumenten niets kunnen met openbaar gemaakte controlegegevens van cateraars. Het gaat immers om contractcaterers: van keuze voor de consument is hier in het geheel geen sprake. Als het gaat om het vergroten van het vertrouwen van de consument in het werk van de VWA, vindt Veneca dat controlegegevens van een sector in zijn geheel voldoende zouden moeten zijn, en niet per bedrijf.

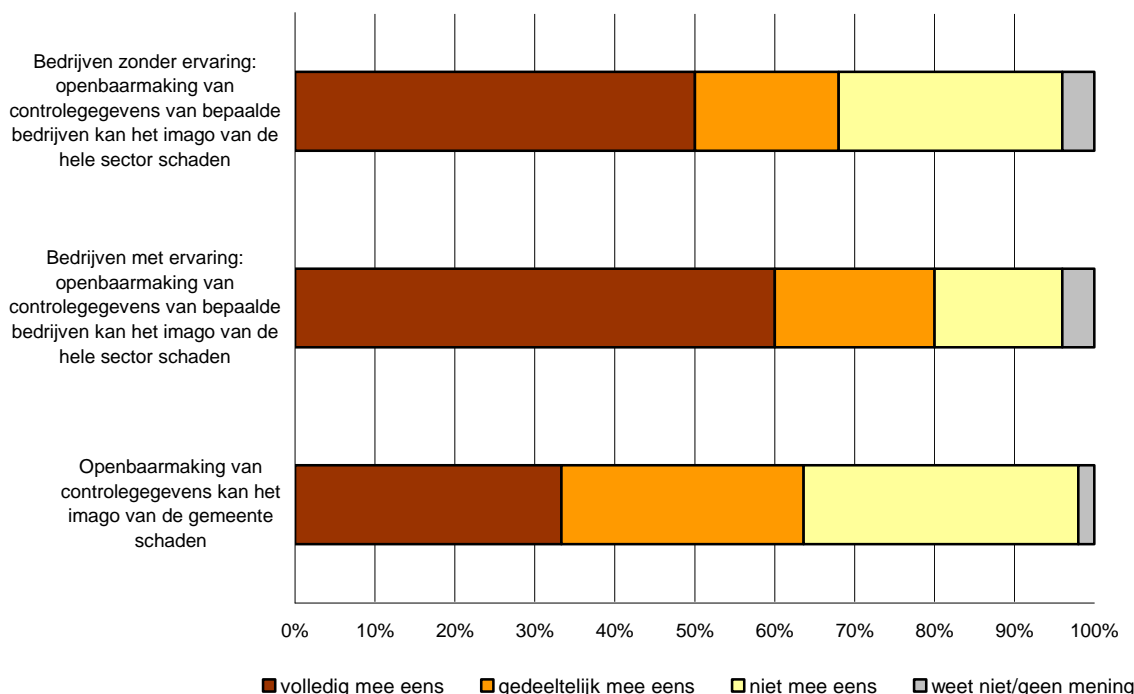
¹ Voor de beoordeling van formulebedrijven leveren franchisenemers nog een extra probleem op, omdat zij zelfstandig beleid voeren.

Imagoschade

Een mogelijke keerzijde van openbaarmaking is imagoschade. De grafiek hieronder laat zien dat de meeste bedrijven en gemeenten het eens zijn met de stelling dat openbaarmaking ook tot imagoschade (voor de bedrijfssector of voor de gemeente) kan leiden. Bedrijven met ervaring met openbaarmaking zijn het vaker met deze stelling eens dan bedrijven zonder ervaring.

Binnen de bedrijven met ervaring met openbaarmaking zijn het vooral de slachthuizen en de formulebedrijven die zich zorgen maken om imagoschade. Bij formulebedrijven speelt hierbij een belangrijke rol dat alle vestigingen binnen een formule worden afgerekend op de resultaten bij een steekproef van vestigingen.

Grafiek 4.2 Openbaarmaking en imagoschade



De meeste bedrijven (zowel met als zonder ervaring met openbaarmaking) zijn het eens met de stelling dat inspectieresultaten een momentopname zijn en dus weinig zeggen over de veiligheid van de verhandelde producten in het bedrijf in het algemeen. Van de bedrijven zonder ervaring met openbaarmaking is 69% het enigszins of volledig eens met deze stelling. De bedrijven met ervaring zijn het iets vaker eens met deze stelling (77%).

Gratis reclame

Voor bedrijven die veel aandacht besteden aan de voedsel- of productveiligheid en waar inspecties positieve resultaten opleveren, kan openbaarmaking van de controlegegevens gunstig zijn. Aan de bedrijven met ervaring met openbaarmaking is daarom de stelling voorgelegd: "openbaarmaking is voor mij gratis reclame". Van de bedrijven van 38% het gedeel-

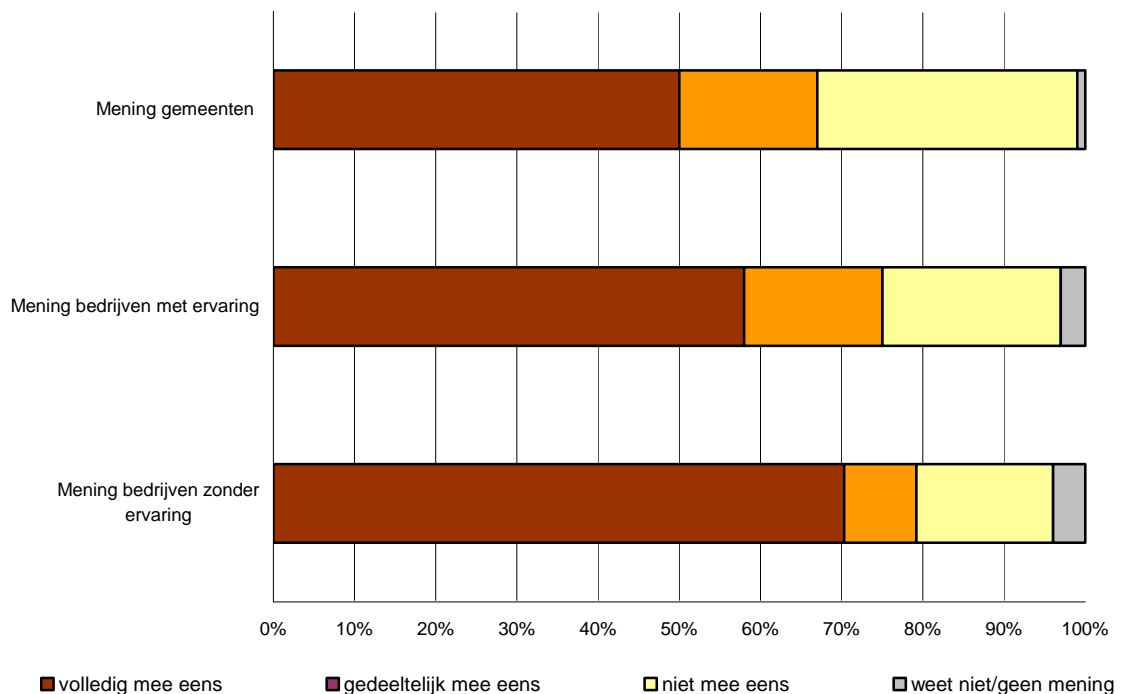
telijk of volledig met deze stelling eens: iets meer dan de helft van de bedrijven kon zich niet in deze stelling vinden.

4.2 Bijdrage openbaarmaking aan risicobeheersing

Geen officiële beleidsdoelstelling, maar wel een mogelijk neveneffect van openbaarmaking is een positieve invloed ervan op de mate waarin bedrijven en gemeenten aandacht aan risicobeheersing besteden.

Aan alle bedrijven (met en zonder ervaring met openbaarmaking) en aan de gemeenten is de stelling voorgelegd dat openbaarmaking van controlegegevens een belangrijke prikkel geeft om aandacht te besteden aan de product- of voedselveiligheid. Onderstaande grafiek laat zien dat een ruime meerderheid van de bedrijven en gemeenten het enigszins of volledig met deze stelling eens is. Bedrijven die niet met openbaarmaking te maken hebben gehad, zijn het vaker met deze stelling eens dan bedrijven die hier wel mee te maken hadden. Bedrijven met ervaring die op de hoogte zijn van de openbaarmaking zijn het minder vaak met deze stelling eens dan bedrijven die hiervan niet op de hoogte zijn. Verder zijn de slachthuizen het beduidend minder vaak eens met de stelling. Gemeenten onderschrijven de stelling het minst vaak.

Grafiek 4.3 Stelling: Openbaarmaking van controlegegevens geeft bedrijven/gemeenten een belangrijke prikkel om aandacht te besteden aan de product/voedselveiligheid.



Voor bedrijven geldt kennelijk: des te meer een bedrijf ook daadwerkelijk met openbaarmaking te maken heeft gehad, des te minder het bedrijf van mening is dat bedrijven hiermee geprikkeld worden aandacht aan de productveiligheid te besteden.

De volgende vraag is dan in hoeverre de openbaarmaking ook daadwerkelijk van invloed is geweest op de voedsel- of productveiligheid bij bedrijven en gemeenten.

Uit onderstaande tabel blijkt dat 10% van de bedrijven de steekproefsgewijze controle naar aanleiding van de openbaarmaking heeft aangepast en dat bij 29% van de bedrijven de openbaarmaking een beetje tot veel invloed heeft gehad op de product- of voedselveiligheidssystemen binnen de bedrijven.

Tabel 4.1 Invloed openbaarmaking op risicobeheersing (bedrijven met ervaring)

	<i>Bedrijven</i>	<i>(n)</i>
Percentage bedrijven dat als gevolg van openbaarmaking de steekproefsgewijze controle van voedsel of producten anders, of vaker, is gaan uitvoeren	10%	(174)
In welke mate heeft openbaarmaking invloed gehad op product- of voedselveiligheidssystemen in het bedrijf?		(174)
Veel invloed	5%	
Redelijk veel invloed	7%	
Een beetje invloed	17%	
Geen invloed	69%	
Weet niet	2%	

Bij gemeenten heeft de openbaarmaking weinig invloed gehad op het beheer van speelplaatsen (in 7% van de gemeenten was er enige invloed). De invloed op de wijze waarop het beheer inzichtelijk wordt gemaakt in de logboeken, was daarentegen aanzienlijk groter: in ruim een kwart van de gemeenten was sprake van enige tot veel invloed.

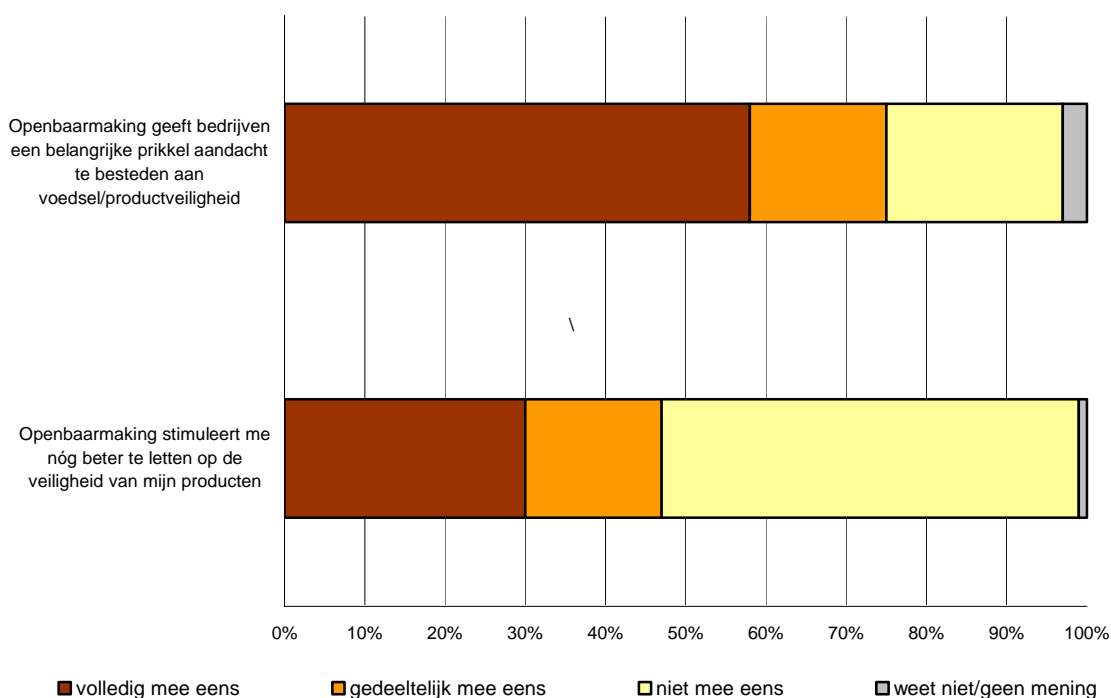
Tabel 4.2 Invloed openbaarmaking op risicobeheersing (gemeenten)

	<i>Gemeenten</i>	<i>(n)</i>
Invloed openbaarmaking op wijze waarop beheer inzichtelijk wordt gemaakt (logboek)		(40)
Veel invloed	5%	
Redelijk veel invloed	10%	
Een beetje invloed	11%	
Geen invloed	74%	
In welke mate heeft openbaarmaking invloed gehad op het beheer van speelplaatsen (bijv. frequentie van inspecties en onderhoud)		(40)
Veel invloed	1%	
Redelijk veel invloed	1%	
Een beetje invloed	5%	
Geen invloed	92%	

Ten slotte is bedrijven met ervaring met openbaarmaking, de stelling voorgelegd: "Openbaarmaking stimuleert me nóg beter te letten op de veiligheid van mijn (voedsel)producten." Van de bedrijven is 47% het hier gedeeltelijk of volledig mee eens. In onderstaande grafiek hebben we de meer algemene stelling dat openbaarmaking bedrijven

prikkelt aandacht te besteden aan voedsel- en productveiligheid gezet naast de stelling die op het bedrijf zelf betrekking heeft. Ook hier weer valt op dat bedrijven een minder groot effect op risicobeheersing rapporteren als het om het eigen bedrijf gaat dan wanneer het om bedrijven in het algemeen gaat. Toch lijkt op dit terrein van openbaarmaking wel een zekere stimulans uit te gaan. Zoals we in de tabellen hierboven zagen, vertaalt deze stimulans zich in beperkte mate naar feitelijke maatregelen.

Grafiek 4.4 Invloed van openbaarmaking op risicobeheersing



Frugi Venta verwacht niet dat de openbaarmaking van controlegegevens door de VWA veel invloed heeft op de risicobeheersing bij bedrijven. Zij is van mening dat de VWA hierin overvleugeld wordt door maatschappelijke organisaties die zeer succesvol zijn in het publiekelijk aan de orde stellen van residuen van bestrijdingsmiddelen op groente en fruit. Deze organisaties stellen bovenwettelijke normen, wat met name bij supermarktketens tot gevolg heeft gehad dat ook zij bovenwettelijke normen aan hun leveranciers zijn gaan stellen. Frugi Venta ziet wel een duidelijke verbetering in de residuen op groente en fruit. Zij is echter van mening dat de belangrijkste redenen hiervoor gelegen zijn in a) de activiteiten van maatschappelijke organisaties en de reactie hierop van de supermarktketens en b) in de Europese harmonisatie van wettelijke normen.

CBL verwacht niet dat de openbaarmaking veel invloed zal hebben op de risicobeheersing. Het CBL vreest dat er een averechts effect zou kunnen optreden als de openbaarmaking de werkverhouding tussen inspecteurs en bedrijven en de autoriteit van de VWA aantast.

Veneca denkt wel dat openbaarmaking, in het algemeen, van invloed is op risicobeheersing. Tegelijkertijd meent de brancheorganisatie dat dit niet of nauwelijks zal gelden voor de

grote cateraars, waarvan de gegevens nu openbaar zijn gemaakt. Zij hebben specialistische kennis in huis over voedselveiligheid en doen al alles wat binnen hun mogelijkheden ligt; dit geldt vaak niet voor kleine cateraars. De organisatie verwacht daarom veel meer problemen bij de kleine cateraars en dus ook een grotere werking op risicobeheersing indien gegevens van kleinere cateraars openbaar gemaakt zouden worden.

4.3 Conclusies

De meeste bedrijven onderschrijven de stelling dat openbaarmaking van controlegegevens bijdraagt aan het vertrouwen van de consument in de bedrijfssector. De keerzijde van de medaille is echter dat het imago van een hele sector kan lijden onder openbaar gemaakte controlegegevens van een beperkt aantal bedrijven. Deze stelling wordt eveneens door de meerderheid van de bedrijven onderschreven.

Bedrijven met ervaring met openbaarmaking zijn negatiever over de invloed van openbaarmaking op het imago van de sector dan bedrijven zonder deze ervaring.

Openbaarmaking lijkt enige invloed te hebben op risicobeheersing binnen bedrijven. Hoewel bijna driekwart van de bedrijven vindt dat openbaarmaking een belangrijke prikkel geeft aan bedrijven aandacht te besteden aan product- en voedselveiligheid, vinden beduidend minder bedrijven dat ook het *eigen* bedrijf hierdoor wordt gestimuleerd. Toch gaat het hier nog altijd om bijna de helft van de bedrijven. Deze stimulans vertaalt zich deels in concrete maatregelen. Bij 29% van de bedrijven heeft openbaarmaking een beetje tot veel invloed gehad op de veiligheidssystemen in het bedrijf. Van de bedrijven heeft 10% de steekproefsgewijze controle van producten naar aanleiding van de openbaarmaking aangepast. Bij gemeenten was invloed van openbaarmaking vooral merkbaar in de wijze waarop het beheer van speelplaatsen inzichtelijk wordt gemaakt in het logboek (bij 26% van de gemeenten had dit een beetje tot veel invloed).¹

¹ Het percentage betreft alleen de gemeenten waarvan de geïnterviewde functionaris op de hoogte was van de openbaar gemaakte controlegegevens.

Deel II: Consumenten

5 Bekendheid en gebruik

5.1 Inleiding

Eén van de doelstellingen van het openbaar maken van controlegegevens is het vergroten van het vertrouwen van consumenten in zowel de VWA als in de veiligheid van voedsel en producten. Openbaarmaking kan alleen bijdragen aan het vertrouwen, indien bij consumenten bekend is dat gegevens openbaar worden gemaakt. Dit hoofdstuk gaat over de bekendheid van openbaarmaking. Achtereenvolgens komen de bekendheid (paragraaf 5.2) en het daadwerkelijke gebruik van de website (paragraaf 5.3) aan de orde. Hoofdstuk 6 gaat vervolgens in op het verband tussen openbaarmaking en het vertrouwen van consumenten.

5.2 Bekendheid

Vier meetniveaus

De bekendheid onder consumenten is op vier verschillende niveaus gemeten. De niveaus gaan van algemeen naar specifiek.

- Interesse in informatie over voedsel- en productveiligheid
- Bekendheid met het bestaan van de VWA
- Bekendheid met de doelstellingen van de VWA
- Bekendheid met het openbaar maken van controlegegevens van de VWA

Interesse in informatie over voedsel- en productveiligheid

Iets meer dan de helft van de consumenten is geïnteresseerd in informatie over voedsel- en productveiligheid. Slechts iets meer dan 10% is niet geïnteresseerd in deze informatie.

Gemiddeld zijn vrouwen iets vaker geïnteresseerd dan mannen. De groep van 18-24 is het minst geïnteresseerd: bijna 30% is niet of helemaal niet geïnteresseerd in informatie over voedsel- en productveiligheid. Vanaf 25 jaar is de interesse groter. Tussen de leeftijdsgroepen zijn er dan nog nauwelijks verschillen. Met de opleiding neemt ook de omvang van de groep die (zeer) geïnteresseerd is toe: van 46% bij laagopgeleiden tot 63% bij hoger opgeleiden.

Bekendheid met het bestaan van de VWA

Maar liefst 90% van de consumenten weet van het bestaan van de Voedsel en Waren Autoriteit (tabel 5.1). De VWA kan daarmee rekenen op een zeer hoge naamsbekendheid. Bij de hoger opgeleiden is de bekendheid het grootst. Maar ook bij laagopgeleiden weet nog altijd 83% van het bestaan van de VWA.

Tabel 5.1 Bekendheid met het bestaan van de VWA

	Man	Vrouw	Totaal	
	%	%	n	%
Bekend	89%	90%	899	90%
Niet bekend	11%	10%	104	10%
Totaal	100%	100%	1003	100%

Bekendheid met de doelstellingen van de VWA

Consumenten associëren vooral het toezien op en onderzoek doen naar voedselveiligheid met de VWA (tabel 5.2). Ook het communiceren over gevaarlijke producten is bij consumenten goed bekend. Dat de VWA ook toeziet op de veiligheid van producten, is minder bekend. Ongeveer een derde van de respondenten weet dat de VWA toeziet op het rookverbod in de horeca, het niet verkopen van alcoholische drank aan minderjarigen, en het dierenwelzijn.

Tabel 5.2 Bekendheid doelstellingen van de VWA

	n	%
Toezien op voedselveiligheid	853	95%
Onderzoek doen naar mogelijke risico's van voedsel	716	80%
Communiceren over gevaarlijke producten, bijvoorbeeld in kranten	422	47%
Controleren op naleving van het rookverbod in cafés	304	34%
Toezien dat winkels geen alcoholhoudende drank verkopen aan jongeren onder	290	32%
Toezien op de veiligheid van producten die geen voedsel zijn	253	28%
Toezien op diergezondheid en dierenwelzijn bij bedrijven	243	27%
Totaal	899	100%

Meerdere antwoorden mogelijk, gepercenteerd op aantal respondenten

Bekendheid met openbaarmaking van controlegegevens door de VWA

Bijna 20% van de mensen die bekend zijn met de VWA, wist dat de VWA controlegegevens op haar website plaatst (tabel 5.3). Dat is 17% van het totale aantal consumenten. Iets meer mannen dan vrouwen waren hiervan op de hoogte. Ongeveer de helft van de respondenten die van de openbaarmaking afwist, is dit door het internet te weten gekomen.¹ Het internet is daarmee verreweg de belangrijkste bron, gevolgd door de televisie (17%), bekenden (10%) en het werk (9%).

Tabel 5.3 Bekendheid met openbaarmaking van controlegegevens door VWA

	Man	Vrouw	Totaal	
	%	%	n	%
Bekend	23%	14%	167	19%
Niet bekend	77%	86%	732	81%
Totaal	100%	100%	899	100%

¹ In dit hoofdrapport zijn niet van alle enquêtevragen tabellen opgenomen. De tabellenbijlage bevat wel alle tabellen.

De Consumentenbond heeft, behalve in enkele artikelen in de Gezondgids¹ en een aantal kleine berichten, nog geen publicitaire aandacht besteed aan de openbaarmaking van controlegegevens, omdat de openbaarmaking nog in ontwikkeling is. Dit stemt overeen met het beeld van geringe bekendheid van openbaarmaking bij consumenten.

5.3 Gebruik website

Aan consumenten is gevraagd of zij de controlegegevens op de website van de VWA wel eens hebben bekeken. Als achtergrondinformatie is eerst de vraag gesteld, op welke manier respondenten zich informeren over voedsel- en productveiligheid in het algemeen. Ongeveer 60% van de consumenten informeert zich via het internet over voedsel- en productveiligheid. Dit geldt voor zowel mannen als vrouwen. Het is het meest gebruikte medium om informatie in te winnen over voedsel- en productveiligheid, meer dan de televisie (50%) en de krant (39%). Vrouwen maken meer dan mannen gebruik van tijdschriften en huis-aan-huisbladen om zich te informeren. Hoe ouder mensen zijn, hoe vaker de krant een belangrijke bron van informatie is.

Van de consumenten die bekend waren met openbaarmaking van gegevens door de VWA, zegt 32% deze gegevens ook daadwerkelijk te hebben bekeken (tabel 5.4). Dat is 5% van het totale aantal respondenten. Deze respondenten is gevraagd naar de duidelijkheid van de aangeboden informatie. Een groot deel (85%) vindt de aangeboden informatie duidelijk of zeer duidelijk.

Tabel 5.4 Raadpleging controlegegevens door consumenten bekend met openbaarmaking

	<i>n</i>	%
Ja	54	32%
Nee	107	64%
weet niet/geen mening	6	4%
Totaal	167	100%

Omdat niet alle consumenten de controlegegevens op de website van de VWA hebben bekeken, is aan alle respondenten gevraagd in hoeverre zij het waarschijnlijk achten dat zij de controleresultaten in de toekomst zullen raadplegen, en met welke reden. Meer dan 40% van de respondenten acht het waarschijnlijk of zeer waarschijnlijk dat zij de openbare controlegegevens in de toekomst zullen bekijken. Daarbij speelt nieuwsgierigheid of interesse voor 72% van deze mensen een rol (tabel 5.5). Andere redenen zijn om informatie in te winnen waar veilig voedsel en veilige producten te koop zijn (52%), en om te zien wat de Voedsel en Waren Autoriteit doet (40%).

¹ De Gezondgids is een uitgave van de Consumentenbond.

Tabel 5.5 Redenen raadplegen controleresultaten

	<i>n</i>	<i>%</i>
Uit nieuwsgierigheid of interesse	553	72%
Voor informatie waar ik veilig voedsel en veilige producten kan kopen	403	52%
Om te zien wat de Voedsel en Waren Autoriteit doet	312	40%
Om controlegegevens van bedrijven waar ik in mijn werk mee te maken heb op te zoeken (bijvoorbeeld als leverancier of afnemer)	83	11%
Om de controlegegevens van het bedrijf waar ik werk op te zoeken	68	9%
Weet niet/geen mening	7	1%
Anders, namelijk:	2	0%
Totaal	773	100%

Meerdere antwoorden mogelijk, gepercenteerd op aantal respondenten

5.4 Conclusie

De VWA heeft onder consumenten een hoge naamsbekendheid. Zo'n 90% van de consumenten weet van het bestaan van de VWA. De bekendheid van de openbaarmaking is een stuk lager: 17% is er van op de hoogte dat de VWA controlegegevens openbaar maakt. Daarvan heeft 32% de resultaten bekeken op de website van de VWA. Dit is zo'n 5% van het totaal aantal consumenten. Het gebruik van de website is dus beperkt.

Van de respondenten zou, met de nieuw verworven kennis over openbaarmaking, zo'n 40% procent de resultaten op de website willen bekijken. Hierbij spelen nieuwsgierigheid en interesse een rol. Ongeveer de helft van de consumenten is tevens geïnteresseerd in informatie over waar zij veilig voedsel of veilige producten kunnen kopen. Grotere bekendheid van openbaarmaking zal er daarom waarschijnlijk toe leiden dat meer consumenten de controlegegevens raadplegen. De website lijkt hiervoor een voor consumenten geschikt medium: bijna tweederde van de consumenten gebruikt het internet om informatie over voedsel- en productveiligheid in te winnen.

6 Openbaarmaking en vertrouwen

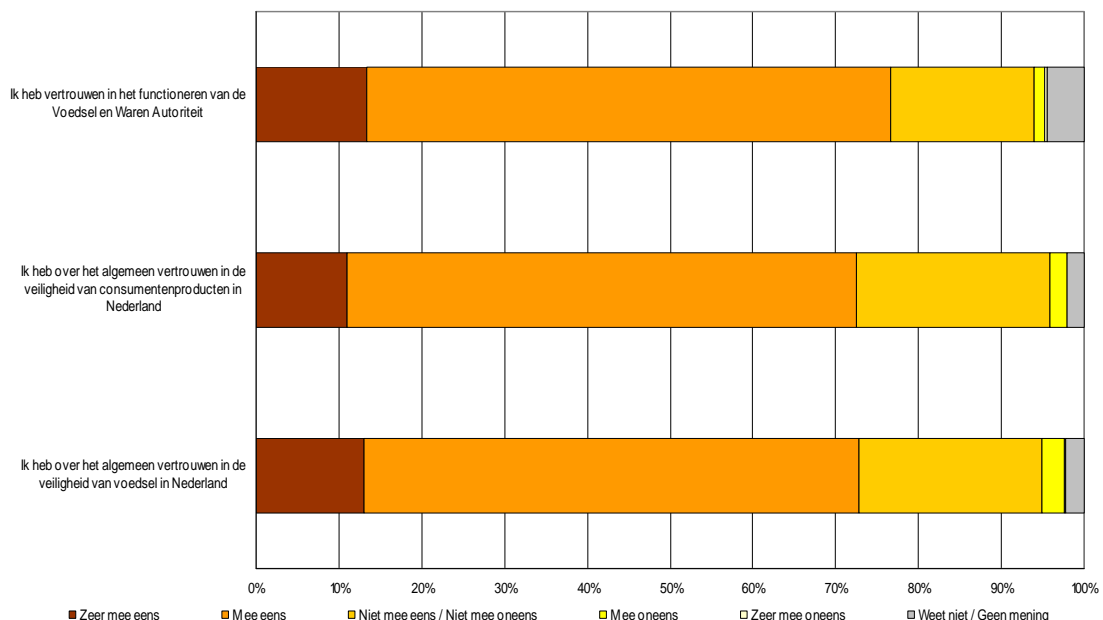
6.1 Inleiding

Eén van de doelen van de openbaarmaking van controlegegevens is het vergroten van het vertrouwen van consumenten in zowel de VWA als in de veiligheid van voedsel en consumentenproducten. In de enquête is consumenten daarom gevraagd naar hun vertrouwen in de VWA en voedsel- en productveiligheid (paragraaf 6.2). Daarnaast is onderzocht wat consumenten van openbaarmaking van controlegegevens vinden, en met welke redenen (paragraaf 6.3). Ten slotte is aan consumenten gevraagd in hoeverre de openbaarmaking van controlegegevens invloed heeft op hun vertrouwen in de overheid, de VWA en voedsel- en productveiligheid (paragraaf 6.4). Paragraaf 6.5 vat de conclusies over deze onderwerpen samen.

6.2 Vertrouwen in VWA en voedsel- en productveiligheid

Uit de enquête blijkt dat driekwart van de consumenten vertrouwen heeft in het functioneren van de VWA (figuur 6.1). Nog geen twee procent van de mensen heeft hierin geen vertrouwen. De rest (ongeveer 20%) heeft hierover geen mening of is neutraal. Het vertrouwen in het functioneren van de VWA is een fractie hoger dan het vertrouwen in voedselveiligheid en productveiligheid. De achtergrondkenmerken geslacht, leeftijd en opleiding zijn niet van invloed op de mate van vertrouwen.

Figuur 6.1 Vertrouwen van consumenten

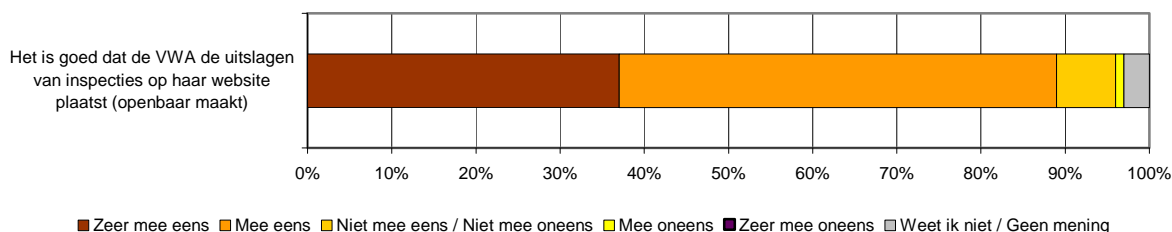


6.3 Algemeen oordeel over openbaarmaking

Resultaten uit de enquête

Verreweg de meeste consumenten vinden het een goede zaak dat de VWA de controlegegevens openbaar maakt op haar website. Bijna 90% van de consumenten vindt dit een goede zaak (figuur 6.2). Er zijn zeer weinig consumenten die de openbaarmaking niet goed vinden (minder dan 2%). De achtergrondkenmerken geslacht, leeftijd en opleiding zijn niet van invloed op het algemene oordeel over openbaarmaking.

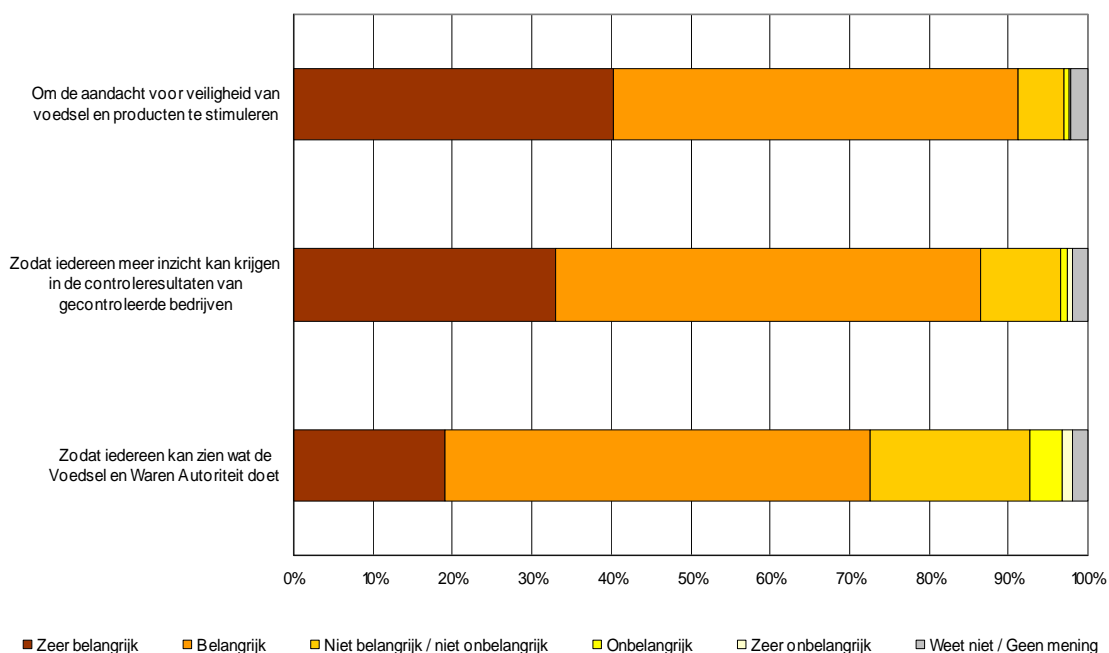
Figuur 6.2 Algemeen oordeel over openbaarmaking



Aan de consumenten is gevraagd hoeveel belang zij zelf hechten aan drie verschillende mogelijke redenen voor openbaarmaking.

Figuur 6.3 Belang redenen voor openbaarmaking

Er zijn verschillende redenen te bedenken vóór openbaarmaking van controlegegevens. Hoe belangrijk of onbelangrijk zijn voor u de volgende redenen?



Consumenten vinden alledrie de redenen belangrijk. Verschillen zijn vooral terug te zien in het aantal consumenten dat een reden *zeer* belangrijk vindt. Voor consumenten is de belangrijkste reden 'om de aandacht voor veiligheid van voedsel en producten te stimuleren'. Van de consumenten vindt 40% dit een zeer belangrijke reden. Het is mogelijk dat consumenten verwachten dat van de openbaarmaking een stimulerende werking zal uitgaan naar consumenten of naar bedrijven die met controles te maken krijgen. 'Inzicht krijgen in de controleresultaten van bedrijven' is in belang de tweede reden. Voor consumenten lijkt de mogelijkheid om zelf de gegevens te gebruiken om inzicht te krijgen in bedrijven dus niet de belangrijkste reden. 'Zodat iedereen kan zien wat de Voedsel en Waren Autoriteit doet' is voor consumenten relatief de minst belangrijke reden.

De visie van de Consumentenbond

Als achtergrond bij het oordeel van consumenten over openbaarmaking schetsen wij hier de visie van de Consumentenbond. De Consumentenbond is voorstander van de openbaarmaking van controlegegevens. De belangrijkste redenen voor de bond zijn:

- De gegevens kunnen consumenten helpen bij het maken van keuzes over aankopen of tussen horecagelegenheden. Dit is voor de bond de belangrijkste reden. De controlegegevens zijn op dit moment voor dit doel echter volgens de bond niet duidelijk genoeg en niet volledig genoeg gepresenteerd op de website. Zij gaat ervan uit dat de openbaarmaking zich nog in een ontwikkelfase bevindt en zich uiteindelijk dusdanig zal ontwikkelen dat het ook voor dit doel bruikbaar is.
- Wanneer consumenten de controlegegevens gebruiken, zal hiervan een extra prikkel uitgaan naar bedrijven om de veiligheid van hun producten beter te waarborgen.
- Derden (journalisten, organisaties, etc.) kunnen de gegevens dusdanig presenteren dat de informatie ook voor de consument begrijpelijk is. De, inmiddels sterk verbeterde, informatie op de website over de manier waarop controlegegevens geïnterpreteerd moeten worden, voorkomt onnodig alarmerende berichten in de media.
- Openbaarmaking draagt bij aan het vertrouwen van consumenten in voedsel- en productveiligheid. Alleen al het feit dat burgers of maatschappelijke organisaties weten dat het openbaar is, draagt bij aan het vertrouwen. Ook als ze er zelf geen gebruik van maken.
- Openbaarmaking levert een bijdrage aan de communicatie van de VWA met consumenten. De communicatie met burgers door de VWA is in de beleving van de Consumentenbond sinds de invoering van het vernieuwde toezichtbeleid wat uit beeld geraakt.

6.4 Invloed openbaarmaking op vertrouwen

Het verband tussen openbaarmaking en vertrouwen in voedselveiligheid en de VWA is op twee manieren onderzocht. In de eerste plaats is het in de enquête gemeten vertrouwen van respondenten die bekend zijn met openbaarmaking vergeleken met het vertrouwen van respondenten die daarmee niet bekend zijn. Ditzelfde is onderzocht voor de groepen die de controlegegevens wel en niet hebben geraadpleegd. In de tweede plaats is rechtstreeks aan de respondenten gevraagd in hoeverre zij denken dat openbaarmaking bijdraagt aan hun vertrouwen in voedsel- en productveiligheid, de VWA en de overheid.

Volgens vergelijking van enquêtegegevens

Bekendheid van openbaarmaking en vertrouwen

In tabel 6.1 zijn de antwoorden op de vragen over de mate van vertrouwen (zoals beschreven in paragraaf 6.2) uitgesplitst naar de groep die bekend was met de openbaarmaking en de groep die dat niet was.

Tabel 6.1 Bekendheid met openbaarmaking en vertrouwen

Ik heb vertrouwen in het functioneren van de VWA

	<i>Bekend</i>	<i>Niet bekend</i>	<i>Beide groepen</i>
(zeer) eens	83 %	79 %	79 %
(zeer) oneens	2 %	1 %	2 %
Totaal aantal	(167)	(732)	(899)

Ik heb vertrouwen in de veiligheid van voedsel

	<i>Bekend</i>	<i>Niet bekend</i>	<i>Beide groepen</i>
(zeer) eens	71 %	75 %	74 %
(zeer) oneens	4 %	3 %	3 %
Totaal aantal	(167)	(732)	(899)

Ik heb vertrouwen in de veiligheid van consumentenproducten

	<i>Bekend</i>	<i>Niet bekend</i>	<i>Beide groepen</i>
(zeer) eens	71 %	75 %	74 %
(zeer) oneens	3 %	2 %	2 %
Totaal aantal	(167)	(732)	(899)

De verschillen in vertrouwen tussen beide groepen zijn klein. De invloed van openbaarmaking op het vertrouwen, indien deze invloed er al is, lijkt niet groot te zijn. Het vertrouwen in de VWA is bij de groep die bekend was met openbaarmaking een fractie hoger. Het vertrouwen in voedsel- en productveiligheid is daarentegen iets lager.

Gebruik van gegevens en vertrouwen

In onderstaande tabellen is een uitsplitsing gemaakt naar de groep die de gegevens op de website wel eens heeft geraadpleegd, en de groep die dit niet heeft gedaan, maar wel bekend was met openbaarmaking. Het gaat hierbij om relatief kleine aantallen respondenten, waardoor hieraan slechts met enige voorzichtigheid conclusies kunnen worden verbonden.

Tabel 6.2 Gebruik gegevens en vertrouwen

Ik heb vertrouwen in het functioneren van de VWA

	<i>Geraadpleegd</i>	<i>Niet geraadpleegd</i>	<i>Beide groepen</i>
(zeer) eens	85 %	80 %	83 %
(zeer) oneens	4 %	2 %	2 %
Totaal aantal	(54)	(107)	(167)

Ik heb vertrouwen in de veiligheid van voedsel

	<i>Geraadpleegd</i>	<i>Niet geraadpleegd</i>	<i>Beide groepen</i>
(zeer) eens	61 %	74 %	71 %
(zeer) oneens	2 %	5 %	2 %
Totaal aantal	(54)	(107)	(167)

Ik heb vertrouwen in de veiligheid van consumentenproducten

	<i>Geraadpleegd</i>	<i>Niet geraadpleegd</i>	<i>Beide groepen</i>
(zeer) eens	57 %	76 %	71 %
(zeer) oneens	4 %	2 %	2 %
Totaal aantal	(54)	(107)	(167)

De verschillen tussen de twee groepen zijn klein en de invloed van het raadplegen van de controlegegevens op het vertrouwen in de VWA lijkt dus beperkt. Bij de groep die de gegevens heeft geraadpleegd hebben relatief iets meer respondenten vertrouwen in de VWA (85% t.o.v. 80%). Vergeleken met de andere groep zijn relatief minder mensen neutraal of hebben geen mening over hun vertrouwen in de VWA. Dit lijkt logisch: mensen die de gegevens hebben geraadpleegd, hebben waarschijnlijk meer kennis over de VWA en daarom een meer uitgesproken mening.

Het valt op dat de groep die de gegevens heeft geraadpleegd minder vertrouwen heeft in de veiligheid van consumentenproducten en voedsel. Uit deze gegevens is niet af te leiden of het lagere vertrouwen een gevolg is van het raadplegen van de website, of dat de website is geraadpleegd vanwege een al bestaand lager vertrouwen in de veiligheid van voedsel of producten.

Bijdrage openbaarmaking aan vertrouwen op basis van uitvraag

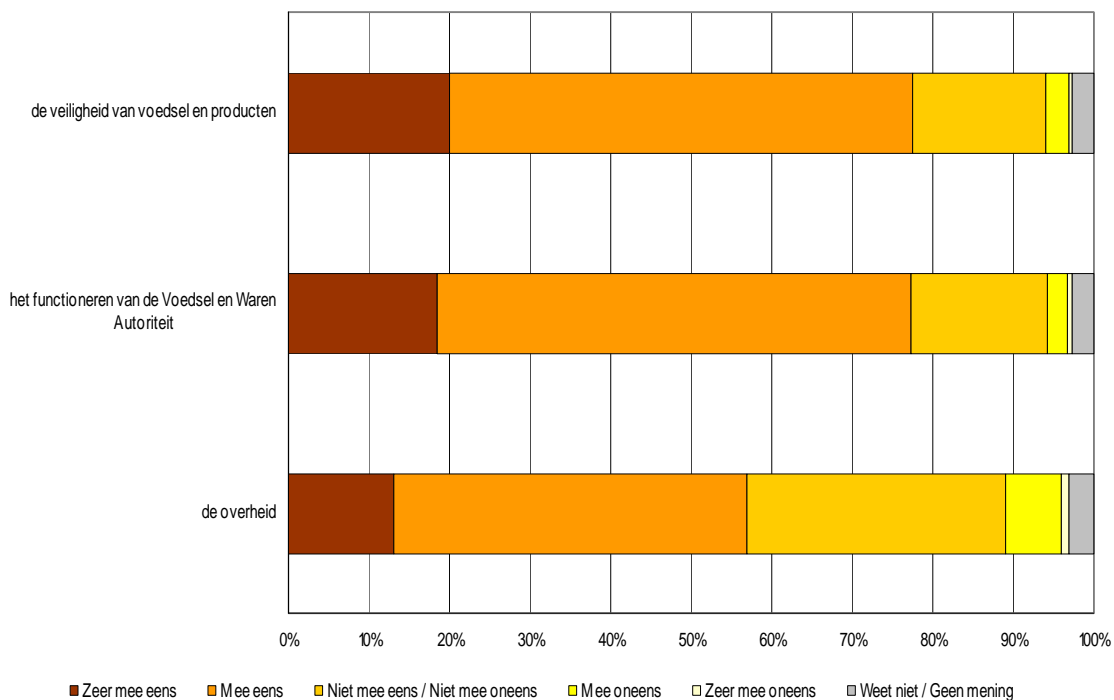
Aan consumenten is ook rechtstreeks gevraagd in hoeverre zij denken dat openbaarmaking bijdraagt aan hun vertrouwen. Ongeveer driekwart van de consumenten is van mening dat openbaarmaking van gegevens inderdaad bijdraagt aan hun vertrouwen in de VWA en aan hun vertrouwen in de veiligheid van voedsel en producten (figuur 6.4). Slechts ongeveer 3% van de consumenten is het oneens met de stellingen dat openbaarmaking bijdraagt aan het vertrouwen in de VWA en de veiligheid van voedsel en producten.

Er zijn minder consumenten van mening dat openbaarmaking van inspectiegegevens ook bijdraagt aan hun vertrouwen in de overheid (iets meer dan de helft). Een groter deel van de consumenten is het oneens met deze stelling. Bijna een derde is het niet eens, maar ook niet oneens met de stelling.

De openbaarmaking van gegevens draagt volgens de consumenten dus vooral bij aan het vertrouwen in zaken die direct met de gegevens te maken hebben, en minder aan het vertrouwen in de overheid in het algemeen.

Figuur 6.4 Bijdrage openbaarmaking aan vertrouwen volgens uitvraag

Openbaarmaking van controlegegevens van de Voedsel en Waren Autoriteit, draagt bij aan mijn vertrouwen in...



Uitkomsten vergeleken met antwoorden van respondenten

Consumenten zijn over het algemeen van mening dat openbaarmaking van gegevens bijdraagt aan hun vertrouwen in de VWA. Dit blijkt vooralsnog niet uit een vergelijking van enquêtegegevens tussen groepen die bekend en niet bekend waren met openbaarmaking. Tevens zijn consumenten van mening dat openbaarmaking bijdraagt aan hun vertrouwen in voedsel- en productveiligheid. Ook dit wordt in de vergelijking van groepen niet bevestigd.

6.5 Conclusie

De overgrote meerderheid van de consumenten vindt het een goede zaak dat controlegegevens openbaar worden gemaakt. De belangrijkste reden is voor hen dat dit de aandacht voor voedsel- en productveiligheid stimuleert. Inzicht verkrijgen in controleresultaten en transparantie van de VWA zijn ook belangrijke redenen. Ook de Consumentenbond is een voorstander van openbaarmaking. De Bond hoopt vooral dat de openbaarmaking de consumenten zal helpen bij het maken van keuzes. Voor dit doel vindt de Consumentenbond de openbaar gemaakte gegevens op dit moment niet duidelijk en niet volledig genoeg.

De meeste consumenten hebben vertrouwen in de VWA en in de veiligheid van voedsel en producten. De openbaarmaking van gegevens heeft hier op dit moment geen invloed op. Desondanks zijn consumenten zelf wel positief over de bijdrage van openbaarmaking aan hun vertrouwen. De openbaarmaking van gegevens draagt volgens driekwart van de consumenten bij aan hun vertrouwen in de VWA. Consumenten zijn ook van mening dat openbaarmaking van gegevens bijdraagt aan hun vertrouwen in voedsel- en productveiligheid.

Bijlage Responsverantwoording

Bedrijven en gemeenten

	Steekproef uit bedrijven zonder ervaring		Steekproef uit bedrijven met ervaring		Steekproef uit gemeenten		Totaal	
	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Bedrijven/gemeenten benaderd	401	100%	427	100%	83	100%	911	100%
<i>waarvan:</i>								
▪ Telefoonnr. onbruikbaar of bedrijf onbereikbaar	69	7%	80	19%	7	8%	156	17%
▪ Uitgenodigd deel te nemen aan onderzoek	332	83%	347	81%	76	92%	755	83%
Bedrijven/gemeenten uitgenodigd deel te nemen	332	100%	347	100%	76	100%	755	100%
<i>waarvan:</i>								
Weigeringen	53	16%	55	16%	1	1%	109	14%
Niet gerealiseerde afspraak	-		9	3%	-	-	9	1%
Deelname	279	84%	283	82%	75	99%	637	84%
Deelnemende bedrijven/gemeenten	279	100%	283	100%	75	100%	637	100%
<i>waarvan:</i>								
Gesprek beëindigd na screeningsvragen (geen doelgroep)	82	29%	-	-	-	-	82	13%
Volledige vragenlijst afgenomen (doelgroep)	197	71%	283	100%	75	100%	555	87%
Aantal gerealiseerde interviews	197		283		75		555	

Totaal aantal bedrijven en aantal geïnterviewde bedrijven per case

Case	Totaal aantal bedrijven	Aantal geïnterviewd
Doe-het-zelf verhuur	9	5
Formulebedrijven	80	34
Vloeibaar frituurvet in de horeca	72	43
Residuën bestrijdingsmiddelen	304	171
HACCP in slachthuizen	45	30
Totaal	510	283

Consumenten

<i>Geslacht en leeftijd</i>		<i>Opleiding</i>			<i>Totaal</i>
		<i>Laag</i>	<i>Midden</i>	<i>Hoog</i>	
Man	18 t/m 24 jaar	24	27	4	55
	25 t/m 34 jaar	15	38	26	79
	35 t/m 49 jaar	36	66	49	151
	50 t/m 64 jaar	36	52	40	128
	65 jaar of ouder	33	29	17	79
Totaal		144	212	136	492
Vrouw	18 t/m 24 jaar	18	28	7	53
	25 t/m 34 jaar	14	36	30	80
	35 t/m 49 jaar	39	69	41	149
	50 t/m 64 jaar	58	42	26	126
	65 jaar of ouder	70	23	10	103
Totaal		199	198	114	511

Research voor Beleid
Bredewater 26
Postbus 602
2700 MG Zoetermeer
tel: 079 322 22 22
fax: 079 322 22 12
e-mail: info@research.nl
www.research.nl