



Vegetarisch: goed voor mens, dier en milieu!

JAARVERSLAG 2015

Vegetariërsbond

Over de Vegetariërsbond

Juridische structuur

De Nederlandse Vegetariërsbond is een vereniging opgericht in 1894 en statutair gevestigd te Hilversum. Alle activiteiten worden ontwikkeld vanuit de Nederlandse Vegetariërsbond. Alle werknemers, inclusief de directeur, zijn in dienst van deze vereniging.

Statutaire doelstelling

1. De Vegetariërsbond heeft ten doel: Het bevorderen van vegetarisme en het behartigen van de belangen van vegetariërs en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords. Onder vegetarisme wordt verstaan: De vegetarische voedingswijze, dat wil zeggen de onthouding van alle voedings- en genotsmiddelen afkomstig van het gedode dier. De Vegetariërsbond is van mening dat vegetarisme leidt tot een verbetering van het welzijn van dieren, het milieu, de gezondheid van de mens en tot een eerlijker voedselverdeling.
2. De Vegetariërsbond tracht haar doel - zelfstandig en in samenwerking met anderen - ondermeer te verwezenlijken door: het stimuleren en faciliteren van de vegetarische consumptie en productie en het geven van voorlichting hierover; het tegengaan van activiteiten die een bedreiging vormen voor de doelen van de Vegetariërsbond; het ontwikkelen van een platvorm voor leden en donateurs; het overleggen met politiek, bedrijfsleven, overheid, wetenschap en non-profit organisaties; het voeren van een actief communicatiebeleid; het steunen van activiteiten van gelijkgestemde individuen en groepen; het ontwikkelen en verspreiden van informatie en kennis; het organiseren van activiteiten op het gebied van het vegetarisme en het deelnemen aan activiteiten; het ondersteunen van de oprichting van instellingen die het vegetarisme bevorderen; het in stand houden van een keurmerk voor vegetarische producten; het samenwerken met instellingen en verwante organisaties in binnen- en buitenland; en het bevorderen van wetenschappelijk onderzoek en/of studie naar de motieven en effecten van het vegetarisme.

Bestuur en directie

Bestuurssamenstelling

Het bestuur bestaat uit een voorzitter, penningmeester, secretaris en twee leden. Het bestuur is, naast de ALV, in 2015 zes keer in vergadering bijeengewees.

Directie

Er is sprake van een eenhoofdige (niet-statutaire) directie, die het kantoor aanstuurt en hiervoor verantwoording aflegt aan het bestuur. Er is geen toezichthoudend orgaan.

Taken en werkwijze

Het bestuur bepaalt het beleid en de hoofdlijnen van de strategie. Ook bewaakt zij de voortgang. De directeur is verantwoordelijk voor de uitvoering. Bij aanvang van het kalenderjaar stelt de directeur een concept jaarplan op en legt dit ter goedkeuring voor aan het bestuur. Het jaarplan wordt ondersteund door een activiteitenkalender en een begroting. Deze documenten worden door het bestuur besproken en met eventuele aanpassingen in de bestuursvergadering goedgekeurd. Het bestuur komt minimaal viermaal per jaar bijeen en toetst de voortgang van het jaarplan. Zolang de directeur werkt binnen de parameters van het jaarplan en budget is hij autonoom in zijn initiatieven en vindt evaluatie achteraf plaats. (Grote) activiteiten die niet zijn opgenomen in het jaarplan moeten vooraf door het bestuur worden goedgekeurd.

Bezoldiging en vergoedingen

Bestuursleden krijgen alleen daadwerkelijk gemaakte kosten in verband met het uitoefenen van hun functie vergoed, waaronder reiskosten. De directeur is een betaalde medewerker in dienst van de vereniging en wordt, evenals de andere Vegetariërsbond medewerkers, betaald conform de beloningstructuur van de rijksoverheid (de BBRA loonschalen). Alle vergoedingen voor medewerkers zijn vastgelegd in het Vegetariërsbond Personeel handboek.

Benoeming en nevenfuncties

Bestuursleden worden geworven door het zittend bestuur op basis van een schriftelijke profielschets; de directeur heeft een vrijblijvend adviesrecht. Bestuursleden worden voor een periode van drie jaar benoemd en zijn daarna herbenoembaar. In dit verslagjaar was geen sprake van relevante nevenfuncties bij bestuur of directeur.

Personeel

Er hebben zich in 2015 geen personele wijzigingen voorgedaan.

Eind 2015 waren er voor 1,8 fte vaste medewerkers in dienst.

Naast de vaste medewerkers was Sytske de Waart als vanouds op free-lance basis als voedingsdeskundige aan de Vegetariërsbond verbonden. Annabelle Spanjaard wierf gedurende een deel van het jaar voor de Vegetarische Restaurantweek.

Christine Burgemeester en Henriette Thomassen hebben in 2015 advertenties voor Lekker!Vegetarisch geworven.

Onbetaalde medewerkers

De Vegetariërsbond werkte ook in 2015 weer met de nodige onbetaalde medewerkers. Het magazine Lekker!Vegetarisch wordt mede met door onbetaalde medewerkers geschreven artikelen gevuld. Op het bureau zijn gedurende het jaar een kleine twintig onbetaalde medewerkers actief geweest. Daarnaast werd voor evenementen op ad hoc basis gebruik gemaakt van vrijwilligers. Zo kon de Langste Vegetarische Tafel alleen plaats vinden dankzij de inzet van meer dan zestig vrijwilligers. Daarnaast is het bestuur onbezoldigd.

Onbetaalde medewerkers worden geworven op basis van specifieke kwaliteiten en hun betrokkenheid bij de doelstellingen. Onbetaalde medewerkers op kantoor hebben een contract getekend waarin wederzijdse rechten en plichten zijn vastgelegd. Er werd voor 2015 gestreefd naar een stabiele kern van onbetaalde medewerkers.

Voor de medewerkers (zowel de betaalde als onbetaalde) zijn er diverse borrels georganiseerd en is er een etentje geweest.

Ledenvergadering

Achtendertig leden bezochten de Algemene Ledenvergadering van zondag 5 april in het MirrorCentre te Amsterdam. Er werd teruggeblikt op het jaar 2014.

Aansluitend kwamen de speerpunten van de Vegetariërsbond voor het jaar 2015 aan bod. Aansluitend op de vergadering konden leden deelnemen aan verschillende workshops.

Tijdens de Ledenvergadering werd de wens uitgesproken om over te stappen op een 'verantwoorde' bank. In 2015 is daarom een aantal rekeningen bij de Triodosbank geopend waarover het grootste deel van het betalingsverkeer verloopt. In de loop van 2016 zullen er via de Triodos bank ook incasso uitgevoerd kunnen worden.

Communicatie met belanghebbenden

De Vegetariërsbond streeft naar een heldere en transparante communicatie met al haar belanghebbenden. Zo ontvingen leden en donateurs die 29,50 euro of meer per jaar betalen in 2015 vier keer het magazine *Lekker.Vegetarisch*. Daarnaast verstuurt de Vegetariërsbond een maandelijks digitale nieuwsbrief om leden, donateurs en geïnteresseerden op de hoogte te houden van de actualiteiten. Ruim 14.000 mensen ontvingen eind 2015 de nieuwsbrief. Zie voor verder cijfers over ons mediabereik het activiteitendeel van dit verslag.

De website van de Vegetariërsbond www.vegetariers.nl verschaft in een brede informatie voorziening. De jaarverslagen en statuten zijn beschikbaar via de website. Via het telefoonnummer en vooral het mailadres van de Vegetariërsbond komen regelmatig vragen binnen gerelateerd aan vegetarisme. In direct mailings worden leden en donateurs eveneens op de hoogte gehouden van de activiteiten van de Vegetariërsbond.

Doelstellingen, strategie en hoofdactiviteiten

Doelstelling Nederlandse Vegetariërsbond

De statutaire doelstelling van de Vegetariërsbond is "het bevorderen van vegetarisme en het behartigen van de belangen van vegetariërs en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords".

Met andere woorden, hoofddoel van de Vegetariërsbond is de vegetarische voedingswijze verspreiden en daarmee de wereld een beetje mooier maken. Dat doen we door: het geven van informatie aan consumenten het informeren van producenten over vegetarische alternatieven het voeren van een actief communicatiebeleid gericht tegen diegenen die respectloos met mens, dier en natuur omgaan het lobbyen bij de overheid voor betere wet- en regelgeving. De Vegetariërsbond is dé autoriteit in Nederland op het gebied van vegetarische voeding. Wij behartigen de belangen van die honderdduizenden mensen die geen vlees willen eten omdat zij respect voor dieren, het milieu, mensen en zichzelf hebben. Vegetarisch eten betekent dat men kiest voor: **Dierenrechten** In Nederland leiden miljoenen dieren in de bio-industrie een ellendig bestaan. **Gezondheid** Plantaardige voeding is rijk aan vitaminen en mineralen en bevat veel voedingsvezel. **Een beter milieu** De veehouderij draagt sterk bij aan de vervuiling van het milieu. **Een eerlijker voedselverdeling** Van het voer dat de dieren krijgen, wordt slechts 30 tot 50 procent omgezet in vlees.

Strategie Nederlandse Vegetariërsbond

Het merk (identiteit)

Steeds grotere groepen Nederlanders kiezen bewust voor vleesloos eten: al bijna 1 op de 4 Nederlanders eet geregeld vegetarisch.

De Vegetariërsbond is een vereniging die zijn volgers met positieve insteek wil inspireren, informeren en overtuigen dat lekker eten zonder vlees en vis kan. Dit doet zij door – fysiek en virtueel – een ontmoetingsplaats te zijn waarin lekker eten het kernwoord is: het gaat in feite over lekker eten (smaak) en je (er) lekker (bij) voelen (gezond, bewust).

(smaak) De vereniging is allereerst een inspiratiebron voor mensen die genieten en alles willen weten van lekker eten zonder vlees of vis. Zij inspireert en gaat graag het gesprek aan over smakelijk en verzadigend vegetarisch eten: door het bieden van recepten, menu's, eetclubs, kookclubs, markten, recensies, kooktips, vergeten groenten. De vereniging stelt zich graag op als autoriteit op dit gebied.

(gezond) De vereniging helpt mensen om probleemloos over te schakelen op minder of geen vlees en hoe zij hierin kunt zorgen voor een gebalanceerd (vegetarisch) bestaan met voldoende aandacht voor ijzer, eiwit, vitamine B12/B1. Een eetcoach helpt met nuttige tips die verband houden met de persoonlijke situatie (werk/sport/man eet wel vlees/kinderen en groei) en die antwoord geeft op de vraag: krijg ik de juiste voedingsstoffen in voldoende mate binnen?

(bewust) De vereniging staat stil bij diverse motivaties om voor vegetarisch eten te kiezen. De bond is voor mensen een (mentale) steun in de rug - iets dat zij niet altijd krijgen van hun directe omgeving (familie/vrienden/collega's). Anderzijds geeft de bond met hulp van het keurmerk en gastvrij-sticker handvaten waar zij op moeten

letten als ze voor het winkelschap staan, de restaurantdeur, school-, bedrijfs- of verzorgingshuis-kantine.

Doelgroep (relevantie)

De Vegetariërsbond is er voor alle mensen – jong en oud – die lekker willen eten zonder vlees en vis. Zij richt zich allereerst op hen vegetariër zijn (inspiratie, informatie) of hen die overwegen vegetariër te worden (toegankelijk maken). Beweegredenen verschillen, maar allen delen een actieve levensstijl: het willen meewerken aan het verminderen van dierenleed, het willen werken aan de gezondheid (al dan niet vanuit een dieet) of het willen bijdragen aan een milieuvriendelijker samenleving. De vereniging zoekt daarnaast ook actief de samenwerking met bedrijfsleven (non-profit en profit). De Vegetariërsbond stelt zich primair richting mensen en bedrijven op als vereniging met een dienstverlenend karakter en secundair als goed doel.

Activiteiten in 2015

2015 in vogelvlucht

Algemeen

Ondanks een aantal mooie cijfers die hieronder gepresenteerd worden werd het jaar 2015 door veel medewerkers als zwaar ervaren. Dit kwam mede door de hieronder beschreven problemen rond de administratie en ledenzorg en het deels hieruit voortvloeiende gebrek aan liquiditeit.

Keurmerken

Een groeiend aantal bedrijven wist de weg naar het Vegetarisch Productkeurmerk te vinden en mag sinds 2015 het Vegetarisch Productkeurmerk op een aantal van haar verpakkingen voeren:

- Intersnack
- Bonduelle
- Hekskaas
- Look o Look
- Interpet
- Cure Support
- Royaan
- Provamel/Pro la Terre
- SBC tempething

In 2015 is de zogenaamde 'productranking' verder uitgebouwd. Hierbij worden producten uit een bepaalde productcategorie (bijvoorbeeld tomatensoep) op hun vegetarische gehalte volgens een stoplichtmodel ingedeeld. De producten met het keurmerk bovenaan en worden de bezoekers opgeroepen om middels een (standaard)mail bedrijven op te roepen het productkeurmerk aan te vragen. Via deze weg voert de Vegetariërsbond nu met een aantal producenten gesprekken over het voeren van het keurmerk. Er staan inmiddels 41 productgroepen in de ranking.

De aanmeldingen van restaurants voor het keurmerk Gastvrij voor Vegetariërs stond in 2015 op een wat lager pitje. Er waren eind 2015 ruim tweehonderd restaurants met het keurmerk 'Gastvrij'.

Voorlichting

Het meest in het oog springend op het gebied van voorlichting was in 2015 waarschijnlijk wel de re-styling van het magazine Leven. Naast een restyling vond er ook een naamswijziging plaats. Het magazine heet sinds het begin van 2015 Lekker!Vegetarisch, om zo beter aan te sluiten bij de 'lekker' propositie van de Vegetariërsbond. Vanuit de achterban kwam er naast lof ook kritiek op de overwegende focus op 'lekker'. Er is gepoogd deze balans in latere nummers te herstellen. Het magazine werd gedrukt in een oplage van 25.000 stuks en onder andere via losse verkoop (AKO) en een samenwerkingsverband met Estafette-Odin verspreid.

Het websitebezoek steeg in 2015 met 25% naar 350 duizend unieke bezoekers. Men raadpleegt steeds meer pagina's die betrekking hebben op 'lekker vegetarisch'. Daarnaast blijven pagina's over voeding en over welke producten of ingrediënten al dan niet vegetarisch zijn populair. Naast de website is de maandelijkse digitale nieuwsbrief een belangrijk communicatiemiddel. De brief gaat naar ruim 14.000

abonnees (toename van 1.000 sinds vorig jaar). De nieuwsbrief bevatte in 2015 standaard een blog van de directeur en een recept.

Ook de sociale media kenden in 2015 een flinke groei:

-Twitter: ruim 30% meer volgers, nu 3233

-Facebook: ruim 40% meer fans, nu 5757

-Instagram: binnen enkele maanden naar 412 volgers

-2500 mensen deden mee aan '30 dagen vegetarisch', een nieuwsbriefmodule waarbij de deelnemer in dertig dagen de basisbeginselen van de vegetarische voeding worden bijgebracht.

Onze activiteiten bereikten ook dit jaar regelmatig de media. Het mediabereik was in totaal circa 9 miljoen. Dit houdt in dat alle vermeldingen in de media gezamenlijk een oplage (of kijkcijfers) hadden van 9 miljoen. Dit is de 33% meer dan in het voorgaande jaar.

Vegacademy:

Online hebben we ruim 350 duizend mensen van informatie voorzien via de website. Dit ging om informatie over hoe je lekker vegetarisch eet (de zogeheten Vegacademy), maar ook om onze productrankings, gezondheidsinformatie en informatie over welke producten vegetarisch zijn. Nieuw dit jaar was ook 30 dagen vegetarisch. Via deze receptennieuwsbrief kregen een paar duizend mensen 30 dagen lang informatie over vegetarisch gaan eten. Ten slotte bereikten we via onze sociale media ook tienduizenden mensen met onze informatie over lekker, gezond en bewust vegetarisch eten. Ons aantal fans en volgers op Facebook en Twitter nam met meer dan 30 procent toe en binnen enkele maanden zitten we al op honderden volgers op Instagram.

Langste Vegetarische Tafel

De Langste Vegetarische Tafel was dit jaar weer een stuk langer. Mede dankzij sponsor Tivall konden we 1900 mensen laten proeven van een heerlijke vegetarische maaltijd. En smullen dat deden de vele bezoekers die konden kennis maken met vegetarisch eten met een Mexicaans tintje. Naast de Langste Vegetarische Tafel was er ook weer een VegeQ waar 150 mensen genoten van een vegetarische barbecue.

Smaaktour

Niet alleen tijdens eigen evenementen lieten we mensen kennis maken met de vegetarische keuken, ook tijdens de Libelle Zomerweek, Puur Fair en de mede door ons georganiseerde Veggie Fair lieten we mensen smullen.

Vegetarisch uit eten

Vegetarisch uit eten wordt ook steeds lekkerder. Voor het vijfde jaar was het extra bijzonder tijdens de Vegetarische Restaurantweek. Daarnaast hebben we koks geholpen beter vegetarisch te koken door het Veggie Chef of the Future Event. Hier inspireerde topkoks als Jonathan Karpathios en Chris Naylor 75 koks. Ten slotte kunnen in de toekomst koks ook meer leren over vegetarisch koken tijdens hun opleiding met de module Vegucation. Deze hopen we de komende tijd bij steeds meer opleidingen op het curriculum te krijgen.

Veggie Fair

Na twee succesvolle edities van Veggie Fair, besloten de samenwerkingspartners dat er een vervolg moest komen. In 2015 werd er op 3 en 4 oktober opnieuw een Veggie Fair georganiseerd op landgoed e Zonheuvel plaatsvinden op 3 en 4 oktober 2015 op landgoed Zonheuvel Doorn. De organisatie was grotendeels in handen van

Vegetafel. De Vegetariërsbond leverde als samenwerkingspartner ondersteuning en was vanzelfsprekend met een stand aanwezig. Ook tijdens deze 3e editie van de Veggie Fair stond de duurzame, biologische en veggie lifestyle centraal. Op de productmarkt stelen bedrijven uw hart. Gepassioneerde ondernemers lieten u hun product zien, proeven en voelen. De nadruk ligt bij Veggie Fair op biologisch, vegetarisch, plantaardig en verantwoord. Er kwamen naar schatting 2000 bezoekers.

Vegakids

In 2015 is er ook verder gewerkt aan Vegakids. De website heeft een geheel eigen vormgeving en is speciaal op kinderen gericht. In samenwerking met de regio van de Dierenbescherming werd in de Zaanstreek een kookworkshop voor kinderen georganiseerd.

En nog veel meer

Dit is slechts een klein deel van wat we dit jaar hebben gedaan. Zo zijn we in 2015 begonnen met de Vegaverwenbox, een box vol heerlijke vegetarisch producten. Het internationale project voor het koksonderwijs, Vegucation, werd afgerond en aan onderwijsinstellingen aangeboden. Dit was vooralsnog zonder succes. Ten slotte heeft Sytske de Waart weer vele voedingsvragen beantwoord.

Administratieve problemen

Al enige jaren kampte de Vegetariërsbond met een gebrekkig boekhoud- en ledenadministratiesysteem. Dit leidde tot de beslissing om begin 2015 over te stappen naar de combinatie van de Snelstart (boekhoudprogramma) en Compenda (ledenadministratie). De overstap ging met dermate veel problemen en kinderziektes plaats dat hier het hele jaar hinder en vertraging door is ontstaan. Deze situatie werd zowel door getroffen leden als de medewerkers van de Vegetariërsbond als uitermate frustrerend ervaren.

Leden en donateurs

Er werden in 2015 ongeveer 500 nieuwe donateurs geworven. Dit gebeurde via het inschrijfformulier op de website, via evenementen waar we aanwezig waren en via het belbedrijf Adequaat. Eind 2015 waren er 3893 leden en donateurs (inclusief een kleine groep instituten die het magazine ontvangt). Eind 2014 waren dit er 3563.