



THE FOOD REVOLUTION

Beleidsplan Stichting The Food Revolution

Inhoudsopgave

I. Missie, visie, strategie, doelstellingen.....	3
Missie	3
Visie	3
Strategie.....	3
Einddoel	3
Tussendoelen	4
Doelstellingen van the food revolution.....	4
Doelgroepen	4
Onderscheidend vermogen	5
II. Activiteiten	6
1. Podcast Studio Plantaardig.....	6
Fase 1: Reeds gestart	6
Fase 2: Spin-offs, uitbreiding en verdere verspreiding	7
Kennisplatform	7
Film	7
Communicatiecampagne	7
Samenwerkingen met beleidsmakers.....	7
2. Documentaire “Livestock, what else?” (werktitel).....	7
Fase 2: Productie van de documentaire.....	8
Fase 3: Spinn-offs van de documentaire.....	8
Premiere-tour	8
Boek.....	8
Tentoonstelling.....	8
3. Andere activiteiten	8
Fase 2: Live meetups.....	8
Fase 3: Ideeën voor de toekomst.....	9
III. Organisatie	9
Bestuur.....	9
Raad van Advies.....	10
Dagelijkse werkzaamheden	10
Beloningsbeleid	11
Beloning Bestuur	11
Beloning Raad van Advies	11
Beloning Directie en medewerkers.....	11
Verwerving van inkomsten	11
Het beheer en de besteding van het vermogen van de instelling	11
Gegevens.....	11

I. Missie, visie, strategie, doelstellingen

Missie

Wij maken de wereld bewust van de noodzaak van de voedseltransitie naar een diervrij menu.

Visie

The Food Revolution wil hét mediaplatform worden dat het publieke debat over de voedseltransitie naar plantaardig aanjaagt.

Nb. Met de 'voedseltransitie' bedoelen we de transitie van dierlijke naar plantaardige voeding. In vaktermen wordt dit ook wel de 'eiwittransitie' genoemd. Echter, omdat dit zo'n specialistische term is gebruiken wij hier de term voedseltransitie. Bovendien eten wij in het westen over het algemeen te veel eiwitten, dus is het niet noodzakelijk om die allemaal te vervangen. In onze producties is wel duidelijk dat wij ons uitsluitend op die transitie van dierlijk naar plantaardig richten.

Strategie

Met podcasts, documentaires, filmpjes, meetups en diverse andere content dragen we bij aan het vergroten van de bewustwording over de impact van dierlijke producten op dier, planeet en mens. Tevens laten we zien welke voordelen een plantaardig voedselsysteem kan hebben.

Wanneer we overschakelen naar een plantaardig voedselsysteem kan de groeiende wereldbevolking gevoed worden en is er aanzienlijk minder belasting van de aarde en milieu. Het houdt bovendien de gezondheidszorg betaalbaar en maakt een einde aan het houden en doden van dieren in de bio-industrie.

Einddoel

Geen enkel dier wordt meer door de mens gehouden en gedood voor voedsel.

We richten ons met name op het systematisch uitbuiten van dieren in de bio-industrie. Echter ook de kleinschalige en meer diervriendelijke veehouderij borgt niet de intrinsieke waarde van het dier en zijn recht op leven. Bovendien is ook deze vorm van veeteelt niet zonder milieu- en klimaatimpact, in sommige gevallen is deze zelfs hoger dan in de bio-industrie. Ook aan deze vorm van veeteelt willen wij op termijn een einde maken.

Daarentegen zijn we ons ervan bewust dat in het bodemleven veel 'vrije' dieren een rol spelen bij het telen van plantaardige voeding, zoals rupsen, wormen, en andere micro-organismen. Deze rol van dieren in het voedselsysteem juichen wij juist toe omdat deze niet op uitbuiting gestoeld is maar juist op symbiose.

Tussendoelen

We realiseren ons dat de huidige samenleving nog een flinke stap van het einddoel verwijderd is. Wel zien we de onderstaande tussendoelen in de komende vijf tot tien jaar als realistisch:

1. Het voedselaanbod verschuift naar plantaardig. Op stations, in school- en bedrijfskantines, in ziekenhuizen en in winkelcentra komt een veel groter aanbod plantaardige opties.
2. Supermarkten en andere voedselaanbieders bieden meer plantaardige producten aan.
3. Restaurants zetten meer plantaardige opties op de menukaarten.
4. Gezondheidsprofessionals en diëtisten hebben de kennis om mensen te adviseren over de gezondheidsvoordelen van plantaardige voeding
5. De voedingsmiddelenindustrie ontwikkelt meer plantaardige producten en vervangt dierlijke ingrediënten steeds meer door plantaardig.
6. De dierlijke industrie die in deze overgangsfase nog bestaat wordt diervriendelijker.
7. Het aantal vegetariërs en veganisten neemt toe en de grote groep vleeseters en flexitariërs gaat minder vlees eten.

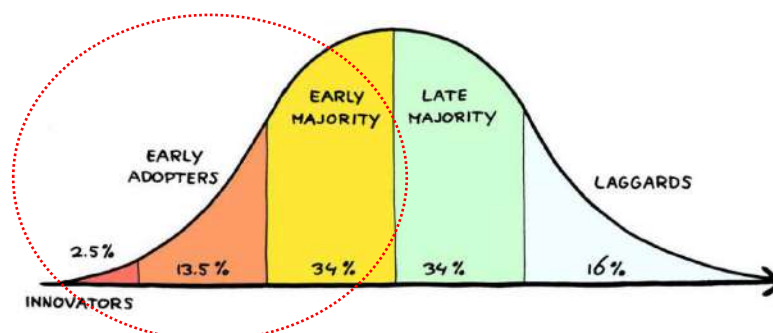
Doelstellingen van the food revolution

Met onze mediaproducties willen we bijdragen aan bovenstaande doelstellingen. Onze eigen doelstellingen zijn:

1. Hét kennis- en inspiratieplatform zijn van de voedseltransitie;
2. Een dieper inzicht geven in de huidige (dierlijke) voedselsector en de impact daarvan op de planeet;
3. Wetenschappelijke inzichten over een volhoudbaar plantaardig voedselsysteem op een toegankelijke wijze naar het publiek brengen;
4. Op een eerlijke wijze bewustzijn creëren over de wijze waarop dieren in ons huidige voedselsysteem gebruikt worden;
5. Wetenschappelijke inzichten en voorbeelden delen over psychologie en gedragsverandering;
6. Inspirerende voorbeelden en strategieën delen voor het kantelen van het voedselsysteem;
7. De relevante actualiteiten op het gebied van de voedseltransitie delen;
8. Inzicht geven in nieuwe technologieën en ontwikkelingen;
9. Door begrip en dialoog polarisatie voorkomen.

Doelgroepen

Onze producties zijn gericht op de ambassadeurs (en de ambassadeurs in wording) van de voedseltransitie. In termen van de curve van adaptatie, de 'innovators', 'early adopters' en 'early majority'. We voorzien hen van kennis, tips en inspiratie om binnen hun cirkel van invloed de voedseltransitie in gang te zetten. Dat kan in de professionele sfeer zijn, maar ook in de privésfeer.



Een aantal voorbeelden:

- Mensen die concreet op de werkvloer invloed kunnen hebben op de menukeuze. Bijvoorbeeld chefkoks, cateraars, catering beslissers bij onderwijs- en zorginstellingen, beleidsmakers bij retailketens;
- Zorgprofessionals en diëtisten;
- Productontwikkelaars;
- Wetenschappers. Diverse wetenschappers richten zich binnen hun discipline op de voedseltransitie (bijvoorbeeld gezondheid/ voedselsysteem/ ethiek/ milieu). Met onze mediaproducties laten we hen de samenhang zien tussen de diverse aspecten van de voedseltransitie zien;
- De bewuste burger, die al in zekere mate met duurzaamheid en gezond/vega eten bezig is. Hij wil zelf verder geïnspireerd worden over het hoe en waarom, maar ook informatie krijgen die hem helpt om zijn keuze te onderbouwen en te delen met anderen;
- Boeren die zoeken naar een toekomstbestendige wijze van landbouw.

Onderscheidend vermogen

Er zijn diverse andere partijen die zich richten op bepaalde aspecten van de eiwittransitie. The Food Revolution bekijkt het echter als een integraal, maatschappelijk vraagstuk. Wij geven kennis en inzicht in wat er in de samenleving nodig is om deze transitie te maken. We kijken naar gedrag, technologie, economie, ethiek en gezondheid.

We zijn overtuigd van de noodzaak van deze transitie, maar we zijn onderzoekend en gaan het gesprek aan over hoe we er gaan komen. We willen mensen op basis van feiten bewust maken van de onhoudbaarheid van het huidige voedselsysteem en de oplossingen die de voedselrevolutie versnellen.

Onze producties gaan de diepte in, ze geven ook interessante kennis aan wetenschappers en beleidsmakers. Maar we vertalen ze ook, met korte youtube-filmpjes en via social media kanalen, naar een breder publiek. Daarmee willen wij de publieke opinie over vlees veranderen.

Door ons niet als dierenwelzijnsorganisatie te profileren, maar het vraagstuk vanuit een breder perspectief te benaderen, kunnen we een grotere groep bereiken. We geven inzicht in ons huidige voedselsysteem, we laten de samenhang zien met milieu, klimaat en gezondheid. We geven kennis en inzicht om zelf een opinie te vormen. Daarnaast schetsen we de mogelijkheden en de voordelen van een plantaardige toekomst.

II. Activiteiten

We splitsen onze activiteiten op in 3 fasen. In onderstaande tabel schetsen wij ze vast op hoofdlijnen, daarna verder uitgewerkt.

	Podcast	Documentaire	Andere activiteiten
Fase 1: Reeds gestart	<ul style="list-style-type: none"> • Podcast Studio Plantaardig • Wekelijkse uitzendingen • Basis website en social media 		
Fase 2: Op korte termijn te starten, binnen 1 jaar	<ul style="list-style-type: none"> • Website uitbreiden tot kennisplatform • Uitzendingen filmen en in zowel lange als korte versie uitbrengen • Communicatie-activiteiten om groter bereik te genereren • Met beleidsmakers aan tafel om <i>plantification</i> te versnellen 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentaire “Livestock - what else?” • Website bij de documentaire 	Meet-ups naar aanleiding van de podcast en documentaire. In samenwerking met bv. de Balie.
Fase 3: Binnen 2-5 jaar te starten		Diverse spin-offs, zoals <ul style="list-style-type: none"> • Premiere-tour • Boek • Tentoonstelling 	

1. Podcast Studio Plantaardig

Fase 1: Reeds gestart

We zijn reeds vol in productie met de podcast Studio Plantaardig. Hierin staat de vraag centraal: Hoe maken we plantaardig het nieuwe normaal? Interviewer Esther Molenwijk gaat in gesprek met wetenschappers, beleidsmakers, actievoerders, boeren en de voedingsmiddelenindustrie over onder andere de volgende vragen:

- Wat is de impact van ons voedselsysteem op de planeet?
- Wat zijn de uitdagingen in het verbeteren van vleesalternatieven?
- Hoe kunnen we komen tot een eerlijkere beprijzing van vlees en zuivel?
- Is er een manier om de veeteelt wél duurzaam en eerlijk in te richten?
- Kan kweekvlees of precisiefermentatie een oplossing zijn om onze vleesconsumptie te verminderen?
- Welke toekomst is er voor (vee-)boeren bij het veranderende menu?

De podcast heeft drie formats, die afwisselend verschijnen:

- **Diepte-interviews** met een experts. Daarin komt ook het item ‘Vegan Voxpop’ aan bod, waarin straatinterviewer Ernie van Dalen mensen op straat interviewt over het betreffende onderwerp. De mening van de voorbijganger geeft waardevolle inzichten voor de interviews met experts.
- **Het Vegan Journaal:** daarin neemt Esther met **Pablo Moleman van Proveg** het laatste nieuws door op het gebied van de voedseltransitie. Ook daarin schuift af en toe een gast aan voor een toelichting op de actualiteit.

- **Documentaire-format**, waarin Esther de luisteraar mee op stap neemt in een bepaald onderwerp. Zoals een bezoek aan de internationale bio-industriebeurs in Hannover, waarin zij zowel standhouders als demonstrerende activisten interviewt. ([zie episode 34 van de podcast](#)).

Een podcast is het medium bij uitstek om de diepte in te gaan op een onderwerp. Bovendien luisteren veel podcastluisteraars met als doel om iets te leren. De mate van betrokkenheid bij een podcast is dan ook groot.

Er zijn inmiddels 48 afleveringen van Studio Plantaardig verschenen, met vooraanstaande gasten zoals Imke de Boer, Thijs Kuiken, Roos Vonk en Jaap Korteweg. Het aantal luisteraars per maand ligt nu rond de 6500.

Fase 2: Spin-offs, uitbreiding en verdere verspreiding

In de volgende fase willen we de informatie die in de podcast verstrekt wordt, op meerdere manieren aanbieden aan het publiek. Door:

Kennisplatform

De huidige basis-website uit te breiden tot een echt kennisplatform. Met transcripts van de podcast, fact sheets, links naar achterliggende informatie en praktische handvatten.

Film

De uitzendingen ook op camera op te nemen en verwerken tot lange- en korte films. Daarmee bereiken we een veel groter publiek, en kunnen we de uitgebreide content ook sneller en meer behapbaar maken voor een grotere doelgroep.

Communicatiecampagne

Met een meer uitgebreide communicatiecampagne kunnen we voor de podcast en bovengenoemde spin-off materialen een groter bereik genereren. Bijvoorbeeld met social media, nieuwsbrieven, maar ook samenwerking met andere media-platforms en (duurzaamheids-) initiatieven.

Samenwerkingen met beleidsmakers

Concreet beleidsmakers bereiken en helpen met de *plantification*. Dit is reeds in gang gezet bij het Amsterdam UMC, naar aanleiding van den podcast. Denk aan Ronde tafelsessies organiseren binnen bedrijven of focusgroepen in een bepaalde sector (zoals de zorg/ onderwijs/ horeca).

2. Documentaire “Livestock, what else?” (werktitel)

Daarnaast willen wij een documentaire maken over de vraag: *Is een voedselsysteem zonder dieren mogelijk?*

Dit komt voort uit een persoonlijke zoektocht van pluimveehouder Ruud Zanders. Hij vraagt zich in toenemende mate af of het wel ethisch is om dieren te houden voor ons nut. Zou een gezond voedselsysteem ook mogelijk zijn zonder dieren en hoe zou dat er uit zien? Gerenommeerd fotograaf en documentairemaker Kadir van Lohuizen volgt Ruud in zijn zoektocht naar de mogelijkheden van een wereldwijd voedselsysteem waarin we geen dieren meer houden en doden voor ons voedsel. De documentaire wil de kijker bewustmaken van onze huidige omgang met dieren en de zin en onzin van de productie en consumptie van dierlijke producten. Hebben we dieren nodig in onze voedselvoorziening? En wat zijn de voordelen als we zonder dieren zouden produceren?

Tevens wordt de kijker meegenomen in de twijfels en in de zoektocht van Ruud zelf en mogelijk nog andere veehouders. De zoektocht laat mogelijke oplossingen zien en de belangrijkste problemen worden in kaart gebracht. De belangrijkste vraagstukken in de documentaire zijn:

- Kan de mens gezond zijn op uitsluitend plantaardige voeding?
- Is er genoeg landbouwgrond beschikbaar om alleen plantaardig voedsel voor mensen te telen?
- Kunnen we de hele wereld van plantaardige voeding voorzien zonder dierlijke mest?

Fase 2: Productie van de documentaire

De productie zal naar verwachting plaatsvinden tussen eind 2023 en 2024. Het is het doel om de documentaire in 2024 uit te brengen.

Tevens zal in deze periode een website gemaakt worden voor de documentaire, met bronnen en onderbouwing. Daarnaast is op die website de mogelijkheid om de documentaire te huren of een screening te organiseren.

Fase 3: Spinn-offs van de documentaire

Premiere-tour

We organiseren een premiere-tour langs diverse steden (in Nederland en eventueel ook in het buitenland). Ook kunnen organisaties screenings of talkshows boeken.

Boek

Nav de documentaire maken we ook een boek. Daarin komen alle bronnen en onderbouwing van de documentaire. Ook hierin komt het persoonlijke verhaal van pluimveehouder Ruud Zanders naar voren. Vanuit de documentaire zelf is al veel beeldmateriaal beschikbaar voor illustraties.

Tentoonstelling

De maker van de documentaire, Kadir van Lohuizen, is tevens gerenommeerd fotograaf. Hij zal tijdens de opnames ook foto's maken van de onderwerpen die in de documentaire aan bod komen. Daarmee kunnen we een fototentoonstelling organiseren over hoe de toekomst van een plantaardig voedselsysteem eruitziet.

3. Andere activiteiten

Fase 2: Live meetups

We zullen diverse live meetups gaan organiseren. Bijvoorbeeld:

- Meetups naar aanleiding van de documentaire. Met daarin als hoofdvraag: kunnen we zonder dieren in het voedselsysteem?
- Meetups als verdieping op Studio Plantaardig. Met daarin de vraag centraal: hoe maken we plantaardig het nieuwe normaal? Bijvoorbeeld 4 x per jaar een meetup met daarin de gasten van de afleveringen uit het afgelopen kwartaal.

Hiervoor zoeken we een samenwerking met een bestaande debatzaal. Bijvoorbeeld De Balie, Pakhuis de Zwijger of de Rode Hoed in Amsterdam, Studium Generale in Utrecht en enkele locaties buiten de randstad.

Fase 3: Ideeën voor de toekomst

Daarnaast zijn er diverse ideeën voor de wat verdere toekomst, 3-5 jaar. Bijvoorbeeld het ontwikkelen van lesmateriaal en campagnes op scholen, als tegengeld van de sterke invloed die de vlees-lobby nu op het lespakket heeft. Maar ook het ontwikkelen van een VR-tour door de bio-industrie staat op de wensenlijst voor op de langere termijn.

III. Organisatie

Bestuur

Het bestuur bestaat uit de volgende personen:



Ruud Zanders – Voorzitter

Ruud Zanders is opgegroeid op het Limburgse pluimveebedrijf van zijn ouders. Na zelf jarenlang in de intensieve pluimveehouderij te hebben gewerkt startte hij in 2017 Kipster, vanuit het streven naar een zo'n dier-, milieu-, en mensvriendelijk mogelijk ei. Inmiddels werkt hij ook aan diverse vegan concepten, zoals een veganistisch ei. In 2019 was hij mede-oprichter van de stichting Caring Farmers, die in 2022 op nummer 1 stond in de Trouw Duurzame 100.



Kathy Reinerie – Penningmeester

Kathy's drive om zich aan te sluiten bij The Food Revolution is de eigen duurzame reis die zij drie jaar geleden is gestart. Het is haar doel om mensen bewust te maken van de noodzaak van een duurzamer bestaan, waarin de keuze voor een plantaardig dieet een logische en belangrijke stap is. Met haar achtergrond in de financiële wereld (zij heeft 7 jaar haar eigen bedrijf in verzekering en hypotheek advies geleid) is de functie van penningmeester de natuurlijke keuze.

Raad van Advies

De Raad van Advies bestaat bij de oprichting uit de volgende personen:



Imke de Boer

Systeemdenker en hoogleraar Dieren & Duurzame Voedselsystemen aan Wageningen University & Research. Zij zet zich dagelijks met veel energie in voor het verduurzamen van ons voedselsysteem. Zij is hoofd-auteur van de Voedselvisie 2050, waarmee ze de prestigieuze Food Systems Vision Price won van de Rockefeller Foundation. Daarnaast schreef zij onlangs het prikkelende boek: Past het dier nog op ons bord? Waarin zij zich de ethische vraag stelt of we dieren we mogen houden en doden voor ons voedsel.



Tobias Leenaert

Dierenrechtenactivist, opiniemaker, auteur en spreker. Hij is mede-oprichter van het Center for Effective Vegan Advocacy en van ProVeg International. Hoe kun je mensen ertoe bewegen om plantaardiger te eten? In zijn boek “How to create a vegan world: a pragmatic approach” zet Tobias daarvoor een pragmatische aanpak uiteen, waarin we ons verplaatsen in de niet-vegetarische doelgroep. Uitgangspunt is bij hem altijd de vraag: “Wat werkt?”

In de loop van 2023 zullen we deze RvA verder uitbreiden.

Dagelijkse werkzaamheden

De stichting wordt gerund door Esther Molenwijk. Stef Goedhart is verantwoordelijk voor de communicatie. Daarnaast werken we op projectbasis met diverse freelancers.



Esther Molenwijk – Directeur

Esther richtte in 2009 de MVO Routeplanner op, waarmee zij bedrijven adviseerde in Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Ook zette zij zich in voor de herontdekking van de hennepplant als duurzaam gewas, onder meer met een biologisch hennepthee-merk van Nederlandse bodem (Dutch Harvest). De laatste jaren werd zij gegrepen door de impact van de veeteelt op klimaatverandering en het milieu, en de onderbelichte positie hiervan in het debat over duurzaamheid. Esther is initiatiefnemer van de podcast.



Stef Goedhart – Communicatie

Stef studeerde Multimedia Design en heeft sindsdien vele creatieve paden bewandeld. Bij voorkeur in opdrachten waar hij duurzaamheid & creativiteit combineren kon. Zo zette hij zich al in voor een vleesloze wereld bij De Vegetarische Slager. Inmiddels werkt hij als zelfbenoemd “Circular Creative”, en helpt zo binnen het team van Studio Plantaardig om de podcast bij een groter publiek onder de aandacht te brengen.

Beloningsbeleid

Beloning Bestuur

Bestuursleden verrichten conform de statuten hun werkzaamheden onbezoldigd. Wat betreft onkostenvergoedingen volgt de Stichting de regels zoals deze door de overheid vastgesteld voor beleidsbepalers van een ANBI stichting:

De beleidsbepalers van een ANBI (bijvoorbeeld leden van de raad van toezicht) mogen alleen een vergoeding ontvangen voor gemaakte onkosten. Ook mogen de beleidsbepalers vacatiegeld ontvangen dat niet bovenmatig is. Een voorbeeld van vacatiegeld is een vergoeding voor het voorbereiden en bijwonen van vergaderingen.

Vacatiegeld is in ieder geval niet bovenmatig, en dus toegestaan, als de beloning per lid, per vergadering niet meer is dan 3% van het maximum van salarisschaal 18 voor rijksambtenaren. Het gaat dan om het maximum van de salarisschaal op het moment dat de kosten zijn gemaakt of de vergadering werd bijgewoond of voorbereid. De beloning van de voorzitter is in ieder geval niet bovenmatig, als dit maximaal 130% is van de beloning van de overige beleidsbepalers.

Beloning Raad van Advies

Voor de Raad van Advies geldt hetzelfde als voor het bestuur.

Beloning Directie en medewerkers

Directie en medewerkers worden al dan niet in loondienst gehonoreerd volgens de CAO Media & Cultuur.

Verwerving van inkomsten

Inkomsten zullen wij verwerven op drie manieren:

1. Via particuliere donaties. Bijvoorbeeld in de podcast worden luisteraars gevraagd om een maandelijks bedrag te doneren.
2. Via sponsoring door bedrijven die zich aansluiten bij de missie van de eiwittransitie.
3. Door fondsenwerving bij ideële instellingen.

Het beheer en de besteding van het vermogen van de instelling

Alle door de Stichting reeds verworven en nog te verwerven inkomsten worden uitsluitend ingezet ter realisatie van de statutaire doelstelling, resp. van de projecten die daartoe door de Stichting zijn en nog worden ontwikkeld. En conform Artikel 3.3 van de statuten van de Stichting "houdt deze niet meer vermogen aan dan redelijkerwijs nodig is voor de continuïteit van de voorziene werkzaamheden ten behoeve van haar doelstelling."

Gegevens

Adres: Havenstraat 3, 3401DM IJsselsteijn

E-mail: Info@thefoodrevolution.nu

Telefoon: 0031 (0) 627223773

KVK Nummer: 89113950

RSIN-nummer: 864882610