

Samenvatting WOB gegevens 'Iedereen doet wat'

Inleiding

Wakker Dier heeft in december 2019 een Wob-verzoek ingediend bij de ministeries EZK/LNV. De dierenwelzijnsorganisatie vroeg alle communicatie op tussen de twee ministeries over de campagne *Iedereen doet wat*. Een voorlichtende campagne van de overheid, bedoeld om burgers te motiveren zelf stappen te zetten tegen klimaatverandering. Het viel direct op dat het onderwerp vleesminderen niet in de campagne voorkwam. Daarom vroeg Wakker Dier de communicatie op, om uit te zoeken er geen advies werd gegeven om minder vlees te eten. Uit de opgeleverde documenten bleek dat het onderwerp vleesminderen bewust uit de campagne is gehaald. Lees hier meer over de eerste vrijgegeven stukken: [Analyse Iedereen doet wat](#).

Uit de eerder vrijgegeven documenten werd niet duidelijk waarom vleesminderen geschrapt is en wie daar opdracht toe gaf. Wakker Dier tekende daarom beroep aan en eiste openbaar making van veel zwart gelakte passages. De organisatie won het beroep en de overheid heeft aanvullende stukken vrijgegeven. Deze stukken kunt u hieronder vinden. De belangrijkste uitspraken uit de documenten vindt u in de samenvatting; verderop in dit document staan de originele vrijgegeven overheidsdocumenten.

Toelichting

Alle documenten betreffen communicatie tussen EZK en LNV. Dit staat soms fout boven de betreffende mails. Als toelichting bij de vrijgegeven documenten wordt hierover gezegd: "Het ministerie van Economische Zaken, zoals het destijds heette, werd in oktober 2017 gesplitst in een ministerie van Economische Zaken en Klimaat en een ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. Een dergelijke splitsing is staatsrechtelijk een feit op het moment dat het nieuwe kabinet benoemd wordt. Met de organisatorische en ICT-technische implementatie van zo'n splitsing is echter nog veel tijd gemoeid. Het duurt dus even voordat alle LNV-medewerkers een '@minlnv.nl' e-mailadres krijgen en alle EZK-medewerkers een '@minezk.nl' e-mailadres. Dit is de reden dat in verschillende documenten, zoals in document 2, te zien is dat personen met een '@minez.nl' adres aan elkaar mailen, terwijl dit inmiddels formeel medewerkers zijn van EZK en LNV en het dus gaat om communicatie tussen EZK en LNV."

Samenvatting met de belangrijkste uitspraken

Doc. 3 – RE: aanvullende subsidie VCN - fte

16 januari 2019, 16:36 uur (pagina 8)

"Iets anders: vanmorgen hadden we directeurenoverleg met de minister en daar vertelde de XX, XX, over de Rijksbrede campagne rond het klimaatakkoord. De minister reageerde dat ze zich had verbaasd over de thema's die er waren genoemd over landbouw: voedselverspilling en eiwitten/minder vlees. Ze verwees naar de Telegraaf van de afgelopen dagen en stelde dat het onderwerp eiwitten eigenlijk alleen maar schadelijk kan zijn voor het klimaatakkoord. Het was duidelijk dat ze hier grote bezwaren had, hetgeen ik me kan voorstellen in het licht van de berichtgeving van de afgelopen dagen."

Noot van Wakker Dier: hier wordt niet expliciet gezegd of het over de minister van EZK (Wiebes) of LNV (Schouten) gaat. Maar aangezien er wordt gesproken over een vrouw ('ze'), is duidelijk dat het om minister Schouten gaat.

17 januari 2019, 07:53 uur (pagina 7)

"[Zwartgelakt] en ik blokkeren alles wat maar gaat over vlees, naar wens van de minister. Dus het zal vast genoemd worden maar wordt niets uitgewerkt of opgepakt."

17 januari 2019, 8:44 uur (pagina 7)

"Ik kan me de verbazing van de minister voorstellen. Het idee was om voedselverspilling en minder vlees te noemen in het rijtje minder douchen en minder vliegen, als onderdeel van een lijst van 30 handelingen die je als burger nu al/zelf kunt doen ihkv CO₂ reductie."

"Gezien de recente publicatie in oa telegraaf lijkt me herbezinning op dit punt op zijn plaats: vleesconsumptie ligt onder een vergrootglas en in dat licht lijkt het onverstandig om deze nu, hoe bescheiden ook, mee te nemen in de "always on" communicatie."

Doc. 4 – RE: verslag projectgroep afgelopen donderdag

1 april 2019, 09:39 uur (pagina 9)

"De lijst met onderwerpen wordt besproken. 'Minder vlees' gaat definitief van de lijst af. I&W is nog steeds in overleg over de definitieve onderwerpen (en de invulling ervan). [...] Bij de onderwerpen wordt aangegeven welke onderwerpen in elk geval in alle uitingen (TVC, banner, social) kunnen komen en welke gevoeliger liggen en daardoor bijvoorbeeld alleen op de website vermeld worden."

Doc. 6 – RE: Webcare iedereen doet wat

17 september 2019, 16:09 uur (pagina 13)

"Wat plantaardig eten betreft lopen er gesprekken en is het logisch dat dit ook verder wordt meegenomen naar aanleiding van opmerkingen op de campagne. Of en wanneer het uiteindelijk een onderwerp wordt is aan het ministerie van LNV."

Doc. 8 – RE: Reacties op Facebook en waar we antwoord op moeten geven

23 september 2019, 17:45 (pagina 20)

"Hieronder een voorzet voor wat we aan webcare en burgercorrespondentie kunnen meegeven, als de minister akkoord is met ons reactievoorstel."

Doc. 9 – FW: Dagbrief Directie Communicatie 23-09-2019

25 september 2019, 09:02 uur (pagina 22)

Dagbrief Directie Communicatie: een social media post rondom het thema minder vlees wordt voorgelegd aan de minister. *"Hierbij de dagbrief van maandag retour, M. is akkoord."*

25 september 2019, 09:42 uur (pagina 22)

"Zat in mijn mailbox: minister is akkoord."

Noot van Wakker Dier: het onderwerp vlees ligt kennelijk zo gevoelig, dat zelfs de tekst van een social media post een stempel nodig heeft van de minister.

Doc. 10 – MAILSHOOT FW: Tips over vleesvermindering horen in 'iedereen doet wat' campagne

20 september 2019 (pagina 26)

"Ik denk dat er wel goed gekeken moet worden vanuit welk ministerie er een antwoord naar de organisatie toe gaat. En als er een ondertekening onder moet, dan ook goed bedenken wie dat wordt. Wij van burgercorrespondentie merken dat het onderwerp vlees, in combinatie met de campagne, een gevoelig item is bij de burgers."

RE: Directeurenoverleg actiepunten.

From: 5.1.2.e @minez.nl>
 To: 5.1.2.e @minez.nl>, 5.1.2.e @minez.nl>
 Cc: 5.1.2.e @minez.nl>, 5.1.2.e @minInv.nl>, 5.1.2.e @minez.nl>
 Sent: October 3, 2018 10:04:13 AM CEST
 Received: October 3, 2018 10:04:13 AM CEST

Hoi 5.1.2.e,

Om het preciezer te zeggen: LNV kan zich nog niet committeren aan een campagne in 2019.

Om een voorbeeld te geven: de voedselverspillingscampagne zou mogelijk goed passen als thema binnen de koepel. Deze campagne ligt echter bij een task Force Voedselverspilling, een samenwerkingsverband van 23 organisaties (oa AH, Mc Donalds, verspillingfabriek, WUR), waar wij er 1 van zijn. Wij zullen voor een verschuiving in positionering hen mee moeten nemen. Daarbij is er ook nog geen financiële dekking hiervoor. Waar mogelijk en nuttig zullen wij zeker op de koepel aanhaken met dit onderwerp, waarbij we ons verschillende maten van endorsement kunnen voorstellen.

Of, ander voorbeeld: campagne over vleesconsumptie: hier zijn voor 2019 geen financiële middelen voor gereserveerd.

Ergo: geen nee, maar ook geen toezegging voor 2019. Ik heb met 5.1.2.e afgesproken hier nauw contact over te houden.

Leek me toch goed om dit nog even te specificeren.

Wij komen met input voor de always on laag!

Wordt vervolgd,

Groeten, 5.1.2.e

Van: 5.1.2.e

Verzonden: woensdag 3 oktober 2018 09:43

Aan: 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minInv.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minienm.nl!; 5.1.2.e @minienm.nl!; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minInv.nl>; 5.1.2.e @minienm.nl!; 5.1.2.e @minienm.nl! <5.1.2.e @minienm.nl!>; 5.1.2.e @minbzk.nl! 5.1.2.e @minbzk.nl!>; 5.1.2.e @minbzk.nl! <5.1.2.e @minbzk.nl!>

Onderwerp: FW: Directeurenoverleg actiepunten.

Beste collega's

Nog een laatste aanvulling op de actiepunten uit het directeurenoverleg.

• LNV heeft aangegeven in 2019 nog geen themacampagne te voeren. Desondanks wel de vraag of LNV zou willen nadenken over welke onderwerpen wat hun betreft een plek kunnen krijgen in de always on laag, op PR niveau en binnen het platform.

Vriendelijke groet,

5.1.2.e

Van: 5.1.2.e

Verzonden: dinsdag 2 oktober 2018 14:34

Aan: 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minez.nl> 5.1.2.e

@minInv.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>;

5.1.2.e @minienm.nl'; 5.1.2.e @minienm.nl' <5.1.2.e @minienm.nl>; 5.1.2.e

@minez.nl>; 5.1.2.e @minienm.nl' 5.1.2.e @minienm.nl>; 5.1.2.e

@minez.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e

@minez.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minbzk.nl'

<5.1.2.e @minbzk.nl>; 5.1.2.e minez.nl>; 5.1.2.e

@minInv.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e

@leeg.agro.nl>; 5.1.2.e @minienm.nl' 5.1.2.e @minienm.nl>

Onderwerp: Directeurenoverleg actiepunten.

Dag collega's,

Uit het directeurenoverleg van zojuist zijn de volgende actiepunten gekomen. Mochten er aanvullingen of opmerkingen zijn dan hoor ik dat graag.

- BZK en lenW komen voor het volgende directeurenoverleg met een lijst onderwerpen (thema en uitwerking in onderwerpen). Volgende overleg vindt over 4 weken plaats op 30 okt.
- Nadja gaat werken aan een update voor de klankbordgroep notitie. Deze zal volgende week worden rondgestuurd.
- BZK stuur, zodra beschikbaar, de analyses rond van de reacties op aardgasvrije wijken.

Dank voor jullie aanwezigheid, tot het volgende overleg van 30 okt.

Vriendelijke groet,

5.1.2.e

RE: rapport concepttest koepel

From: 5.1.2.e @minez.nl>
 To: 5.1.2.e @minez.nl>, 5.1.2.e @minez.nl>
 Cc: 5.1.2.e @minez.nl>
 Sent: October 29, 2018 12:07:27 PM CET
 Received: October 29, 2018 12:07:27 PM CET

Hoi 5.1.2.e ,

Ziet er goed uit, de uitwerking van de verschillende lagen en het voorstel voor onderwerpen. Ik zie alleen nog niet voor me hoe/wat we willen met het hoofdthema emissiereductie veehouderij, maar daar kunnen we het donderdag over hebben.

Ik heb jullie nog beloofd te mailen wat we nu hebben afgesproken met beleid om te komen tot een verdere uitwerking voor voedselconsumptie:

- 5.1.2.e heeft aangegeven tot een lijst te willen komen met concrete handelingsperspectieven en een prioritering hierin voor de "always-on"-laag

- Hiervoor maakt beleid (5.1.2.e) een afspraak met het voedingscentrum (uitvoerder van 2 deelcampagnes) - waar mogelijk met 5.1.2.e - om te bespreken op welke manier de voedselverspillingscampagne en campagne eiwittransitie (minder dierlijke eiwitten/vlees) onderdeel kunnen worden van de always-on laag en eventueel deelthematicampagne (waaronder wijze en mate van endorsement)

- Beleid inventariseert of er meer onderwerpen zijn vanuit voeding die zich lenen voor de "always-on"-laag (denk aan milieubelasting)

- Deze voorstellen worden binnen LNV afgestemd voor akkoord

Van daaruit maken we een afspraak hoe eea verder uit te werken, planning, ed.

Hebben jullie hier zo voldoende aan voor nu?

Groeten, 5.1.2.e

Van: 5.1.2.e

Verzonden: zondag 21 oktober 2018 16:05

Aan: 5.1.2.e @minbzk.nl>; 5.1.2.e @minbzk.nl>;

5.1.2.e @minienm.nl>; 5.1.2.e

@minienm.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>

CC: 5.1.2.e @minez.nl>; 5.1.2.e @minez.nl>

Onderwerp: FW: rapport concepttest koepel

Beste allemaal,

Donderdag bespraken we het vernieuwde concept van de koepelcampagne en de concepttest van Blauw. Bijgaand zoals afgesproken de volledige concepttest. Uiteraard niet voor algemeen gebruik, omdat we naar aanleiding van de test opnieuw kijken naar uitwerkingen.

We spraken ook over de uitwerking van onderwerpen. Omdat het moeilijk blijft om op themaniveau tot onderwerpen te komen hebben we bij EZK de omgekeerde weg bewandeld. Zo zijn we op werkbare onderwerpen gekomen (in ieder geval voor de Always-on laag).

We spraken af dat we in ons departement op zoek gaan naar onderwerpen die we in de always-on laag kunnen gebruiken.

Over twee weken komen we weer bij elkaar en hebben dan een lijst van onderwerpen die we kunnen gebruiken in de AO-laag. Het Word-document (voorzet onderwerpen voor 2019) kan jullie daarbij helpen. Het is een document waarin we uitleggen hoe we tot onderwerpen in 2019 willen komen.

Tot over twee weken. Ook namens 5.1.2.e.

5.1.2.e

.....
Directie Communicatie
Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
T 06 5.1.2.e

5.1.2.e @minez.nl
www.rijksoverheid.nl/ezk
.....

Re: aanvullende subsidie VCN - fte

From: 5.1.2.e @minez.nl>
 To: 5.1.2.e @minez.nl>
 Cc: 5.1.2.e @minez.nl>, 5.1.2.e @minez.nl>, 5.1.2.e @minez.nl>, 5.1.2.e @minlv.nl>, 5.1.2.e @minez.nl>, 5.1.2.e @minez.nl>
 Sent: January 17, 2019 8:44:48 AM CET
 Received: January 17, 2019 8:44:49 AM CET

Goedemorgen,

Ik kan me de verbazing van de minister voorstellen.

Het idee was om voedselverspilling en minder vlees te noemen in het rijtje minder douchen en minder vliegen, als onderdeel van een lijst van 30 handelingen die je als burger nu al/zelf kunt doen ihkv CO2 reductie. Niet om actief breed campagne op te voeren, maar als onderdeel van een communicatielaag die door het jaar heen online loopt (Website met suggesties/tips voor mensen die CO2-arme willen opereren).

Dit naast wat 5.1.2.e noemt aan activiteiten gericht op koppelen van de (actieve) voedselverspillingscampagne met de klimaatkoepelcampagne.

Gezien de recente publicaties in oa telegraaf lijkt me herbezinning op dit punt op zijn plaats: vleesconsumptie ligt onder een vergrootglas en in dat licht lijkt het onverstandig om deze nu, hoe bescheiden ook, mee te nemen in de "always on" communicatie.

Groeten, 5.1.2.e

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 17 jan. 2019 om 07:53 heeft 5.1.2.e <5.1.2.e @minez.nl> het volgende geschreven:

Hoi 5.1.2.e,

5.1.2.e en ik zijn bezig met voedselverspilling onder te brengen in de brede publieksaanpak. Campagne verspilingsvrij wordt gelinkt aan koepelcampagne klimaat (dat heet endorsement) en we kijken of we de netwerkaanpak kunnen benutten voor het uitrollen van de campagne naar leden en potentiële leden.

5.1.2.e en ik blokkeren alles wat maar gaat over vlees, naar wens van de minister. Dus het zal vast genoemd worden maar wordt niets uitgewerkt of opgepakt.

Toch @5.1.2.e?

Groet,

5.1.2.e

Op 16 jan. 2019 om 16:36 heeft 5.1.2.e @minez.nl> het volgende geschreven:

Lijkt mij prima 5.1.2.e dank voor de uitgebreide uitleg. Ik heb overigens zelf nog geen berichten gezien over

bedragen van 3 miljoen jaarlijks.

Iets anders: vanmorgen hadden we directeurenoverleg met de minister en daar vertelde de 5.1.2.e, 5.1.2.e, over de Rijksbrede campagne rond het klimaatakkoord. De minister reageerde dat ze zich had verbaasd over de thema's die er waren genoemd voor landbouw: voedselverspilling en eiwitten/minder vlees. Ze verwees naar de Telegraaf van de afgelopen dagen en stelde dat het onderwerp eiwitten eigenlijk alleen maar schadelijk kan zijn voor het klimaatakkoord. Het was duidelijk dat ze hier grote bezwaren had, hetgeen ik me kan voorstellen in het licht van de berichtgeving van de afgelopen dagen.

Groetjes

5.1.2.e

Buiten reikwijdte

[Redacted content]

Van: 5.1.2.e
Aan: 5.1.2.e
Onderwerp: Re: Verslag projectgroep afgelopen donderdag
Datum: maandag 1 april 2019 09:57:55

Geen opmerkingen, topsamenvatting wat mij betreft.

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 1 apr. 2019 om 09:39 heeft 5.1.2.e @minez.nl> het volgende geschreven:

Beste allemaal,

Onderstaand nog even kort de besproken punten van afgelopen donderdag op papier.

- De afspraak met MEZK is uit de agenda gehaald. Zodra de nieuwe afspraak heeft plaatsgevonden kunnen de andere bewindspersonen worden geïnformeerd. Voorafgaand worden wel al – ter voorbereiding - de presentatie en notitie gedeeld.
- Voorstel is om de start van de campagne te verplaatsen naar eind augustus. In het directeurenoverleg van aanstaande dinsdag wordt deze timing besproken.
- De lijst met onderwerpen wordt besproken. 'Minder vlees' gaat definitief van de lijst af. I&W is nog steeds in overleg over de definitieve onderwerpen (en de invulling ervan). Afgesproken wordt uiterlijk vrijdag 5 april een definitieve lijst te overleggen. Bij de onderwerpen wordt aangegeven welke onderwerpen in elk geval in alle uitingen (TVC, banner, social) kunnen komen en welke gevoeliger liggen en daardoor bijvoorbeeld alleen op de website vermeld worden.
- Op donderdag 4 april om 12.30 uur willen we de aanpak en uitkomsten van CASI op de onderwerpen die tot nu toe zijn gemaakt presenteren. De uitnodiging hiervoor volgt zsm.
- Er wordt kort gesproken over de campagnesite en platformen van BZK. 5.1.2.e wordt mede betrokken voor de onlinestrategie. De content op ebdjn kan deels hergebruikt worden op de campagnesite. De vraag is of ook het beeldmateriaal hergebruikt kan worden. Dorine neemt hierover contact op met 5.1.2.e
- De (mogelijke) themacampagnes voor de komende periode worden besproken. Vooralsnog staat op de planning:
 - Oktober / november: maak je woning winterklaar (BZK)
 - Begin volgend jaar: verbeter je huis (BZK)
 - November: Energieverbruiksmanager (EZK)
 I&W overlegt intern nog de status van Band op spanning.
- De volgende bijeenkomst willen we stilstaan bij de rol van de koepel aan de hand van het document 'lessen thematisch communiceren'. Dat nemen we mee in de strategie voor de brede publieksaanpak.

Mochten jullie nog vragen of opmerkingen hebben, dan hoor ik dat graag.

Groet,
5.1.2.e



.....
Directie Communicatie

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....

T 06 **5.1.2.e** (let op: dit is een nieuw nummer)

5.1.2.e [@minez.nl](mailto:5.1.2.e@minez.nl)

www.rijksoverheid.nl/ezk

.....

Van: 5.1.2.e
Aan: 5.1.2.e
Onderwerp: RE: Notitie start campagne en bijlagen
Datum: woensdag 28 augustus 2019 16:08:18

Dank 5.1.2.e, mooie nota, wij sturen deze met kort oplegger door.



5.1.2.e

Ministerie van Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit
 Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag
 Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

M: 06 5.1.2.e
 E: 5.1.2.e @minlnv.nl
www.rijksoverheid.nl/lnv

Van: 5.1.2.e

Verzonden: woensdag 28 augustus 2019 10:35

Aan: 5.1.2.e @minienw.nl; 5.1.2.e
 @minbzk.nl; 5.1.2.e @minbzk.nl; 5.1.2.e
 @minbzk.nl; 5.1.2.e @minlnv.nl
CC: 5.1.2.e @minezk.nl; 5.1.2.e
 @minezk.nl; 5.1.2.e
 @minezk.nl; 5.1.2.e @minezk.nl; 5.1.2.e
 @minezk.nl; 5.1.2.e
 @minezk.nl

Onderwerp: Notitie start campagne en bijlagen

Beste allemaal,

Bijgaand treffen jullie (met alle credits voor 5.1.2.e) de notitie aan over de start van de campagne die vandaag de lijn in is gegaan naar onze minister. Deze informatie kunnen jullie gebruiken om ook jullie eigen bewindspersonen verder te informeren.

Mochten er nog vragen over zijn, dan horen we het graag.

Groet,
 5.1.2.e

.....
Directie Communicatie

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2
 Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
 T 06 5.1.2.e
 5.1.2.e @minezk.nl
www.rijksoverheid.nl/ezk

Van: 5.1.2.e
Aan: 5.1.2.e
Cc: 5.1.2.e
Onderwerp: Re: Webcare Iedereen doet wat
Datum: woensdag 18 september 2019 11:33:52

Niet iedereen HOEFT veganist te worden? Kan of wil vind ik te dwingend. Moeten echt niet in de hoek worden gedrukt door de veganisten online.

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 18 sep. 2019 om 11:07 heeft 5.1.2.e <5.1.2.e@minezk.nl> het volgende geschreven:

Hoi 5.1.2.e,

MilieuCentraal voorziet toch nog wel een heftige (en daarmee verstorende) discussie ontstaan met het antwoord dat is geformuleerd. Daarom heb ik zojuist in overleg met 5.1.2.e nog een aanpassing op de tekst gemaakt.

Zie onder de mail die ik aan MilieuCentraal wil sturen. Zij verzorgen dus vanuit 'iedereen doet wat' de webcare.

Graag hoor ik spoedig van je of dit zo akkoord is.

Groet,
5.1.2.e

Hoi 5.1.2.e,

We hebben uitgebreid met LNV gesproken hierover. Het stuk over 'respecteren is iets dat LNV niet uit wil stralen. Ook willen we niet expliciet 'minder vlees' communiceren.

Daarom is ons voorstel om de formulering als volgt te maken:

Het eten van meer plantaardige eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Maar niet iedereen kan of wil veganist worden en ook voor een verantwoord stuk vlees blijft gewoon ruimte. We zetten nu in op meer dan twintig onderwerpen die ook allemaal een goede bijdrage leveren aan een beter klimaat. Zo valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.

Groet,
5.1.2.e

Van: 5.1.2.e <5.1.2.e@milieucentraal.nl>

Verzonden: dinsdag 17 september 2019 17:44

Aan: 5.1.2.e <5.1.2.e@minezk.nl>; 5.1.2.e <5.1.2.e@milieucentraal.nl>

CC: 5.1.2.e <5.1.2.e@minezk.nl>; 5.1.2.e <5.1.2.e@milieucentraal.nl>; 5.1.2.e <5.1.2.e@milieucentraal.nl>

<5.1.2.e @minezk.nl>; 5.1.2.e @milieucentraal.nl>

Onderwerp: RE: Webcare Iedereen doet wat

Hi 5.1.2.e,

Ik probeerde je al even te bellen. Ik begrijp namelijk uit je reactie dat jullie nog niet zeker weten dat plantaardig eten een onderwerp gaat worden. Uit onze ervaring met de vegan-lobby weten we dat áls het dan uiteindelijk geen onderwerp wordt ze je dit echt kwalijk gaan nemen. Bovendien blijf je een beetje in het verdedigingshoekje met die reactie. Wij zouden daarom ook écht voor een feitelijke post willen pleiten. Ik snap dat ons eerste concept wellicht gevoeligheden voor de sector bevatten. Vandaar onderstaande suggestie:

Het eten van meer plantaardige eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Maar niet iedereen kan of wil veganist worden en dit respecteren we. Naast minder vlees eten valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.

En nog een suggestie van ons social media-team: kan Yune / Initiative wellicht de veganisten als doelgroep uitsluiten van promotie? Dat scheelt weer in reacties.

We horen graag weer snel van je, zodat we zsm een reactie kunnen plaatsen. Bel me gerust om nog even te sparren!

Groet, 5.1.2.e

Van: 5.1.2.e @minezk.nl>

Verzonden: dinsdag 17 september 2019 16:09

Aan: 5.1.2.e @milieucentraal.nl>

CC: 5.1.2.e @minezk.nl>; 5.1.2.e

@milieucentraal.nl>; 5.1.2.e

@milieucentraal.nl>; 5.1.2.e

@minezk.nl>; 5.1.2.e @milieucentraal.nl>

Onderwerp: RE: Webcare Iedereen doet wat

Ho 5.1.2.e,

We zeggen met deze zin sowieso niet dat we plantaardig eten toevoegen, maar meer in z'n algemeenheid dat handelingen worden uitgebreid. Dat is zeker het geval. Wat plantaardig eten betreft lopen er gesprekken en is het logisch dat dit ook verder wordt meegenomen naar aanleiding van opmerkingen op de campagne. Of en wanneer het uiteindelijk een onderwerp wordt is aan het ministerie van LNV.

Groet,
5.1.2.e

Van: 5.1.2.e [redacted] <[redacted]@milieucentraal.nl>

Verzonden: dinsdag 17 september 2019 13:59

Aan: 5.1.2.e [redacted] <[redacted]@minezk.nl>

CC: 5.1.2.e [redacted] <[redacted]@minezk.nl>; 5.1.2.e [redacted]

[redacted] <[redacted]@milieucentraal.nl>; 5.1.2.e [redacted]

[redacted] <[redacted]@milieucentraal.nl>; 5.1.2.e [redacted]

[redacted] <[redacted]@minezk.nl>; 5.1.2.e [redacted] <[redacted]@milieucentraal.nl>

Onderwerp: RE: Webcare Iedereen doet wat

Dank voor je reactie 5.1.2.e!

We kunnen hiermee uit de voeten.

Je zegt 'in de loop van de tijd zullen de handelingen worden uitgebreid'. Dit stond ook zo in de factsheet maar hebben wij er bewust uitgelaten omdat we voorzichtig zijn in het maken van beloften. Zijn er plannen om in de toekomst aandacht te besteden aan plantaardig eten? Zo niet, is het dan niet beter om hier geen verwachtingen over te wekken?

Groet,

5.1.2.e [redacted]

Van: 5.1.2.e [redacted] <5.1.2.e [redacted]@minezk.nl>

Verzonden: dinsdag 17 september 2019 13:42

Aan: 5.1.2.e [redacted] <[redacted]@milieucentraal.nl>

CC: 5.1.2.e [redacted] <[redacted]@minezk.nl>; 5.1.2.e [redacted]

[redacted] <[redacted]@milieucentraal.nl>; 5.1.2.e [redacted]

[redacted] <[redacted]@milieucentraal.nl>; 5.1.2.e [redacted]

[redacted] <[redacted]@minezk.nl>

Onderwerp: RE: Webcare Iedereen doet wat

Hoi 5.1.2.e [redacted]

Ik zou nog bij je terugkomen op onderstaande. We hebben na afstemming met de woordvoerder van LNV het volgende antwoord geformuleerd:

"Het eten van meer plantaardige eiwitten is (inderdaad) goed voor het klimaat. Voor een verantwoord stuk vlees of vis op het bord blijft ook gewoon ruimte. Daarnaast geldt dat dingen die je nu al kunt doen voor een beter klimaat talrijk zijn. We zijn in de campagne begonnen met meer dan twintig handelingen. In loop van de tijd zullen de handelingen steeds verder worden uitgebreid. En natuurlijk zijn er nog veel meer dingen die je kunt doen. Dat juichen we ook van harte toe. Zie het dan ook als een begin."

Graag deze reactie op de vleesdiscussie op social gebruiken.

Mocht je hier nog vragen over hebben,

Laat het dan weten.

Groet,

5.1.2.e [redacted]

[redacted]

.....
Directie Communicatie

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag
.....

T 06 5.1.2.e

5.1.2.e @minezk.nl

www.rijksoverheid.nl/ezk
.....

Van: 5.1.2.e @milieucentraal.nl>

Verzonden: maandag 16 september 2019 17:34

Aan: 5.1.2.e @minezk.nl>

CC: 5.1.2.e @minezk.nl>; 5.1.2.e

@milieucentraal.nl>; 5.1.2.e

@milieucentraal.nl>

Onderwerp: Webcare Iedereen doet wat

Hi 5.1.2.e,

Op de video op Facebook komen veel reacties binnen van veganistenlobby (waarvan we vanuit onze ervaring weten dat deze zeer sterk is!). Veel van de reacties hebben eenzelfde strekking, namelijk: waarom gaat het in de campagne niet over minder/geen vlees en zuivel eten?

We hebben vrijdag een eerste reactie geplaatst. Maar we denken dat het goed is, ook gezien de veelheid van berichten én omdat we ze toch serieus willen nemen, om er nog een bericht aan te wijden.

Hieronder een tekstvoorstel. Dit is hoe wij het op de Facebook van Milieu Centraal zouden plaatsen, maar we kunnen ons voorstellen dat er bij jullie nog weer andere gevoeligheden leven. Daarom leggen we deze reactie graag eerst even voor.

Minder vlees eten is inderdaad goed voor het klimaat. De veehouderij stoot broeikasgassen uit, verbruikt veel water, heeft wereldwijd veel ruimte nodig voor de verbouw van veevoer en kan een mestprobleem veroorzaken. Maar niet iedereen kan of wil veganist worden en dit respecteren we. Naast minder vlees eten valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.

We ontvangen graag je reactie!

Met vriendelijke groet,

5.1.2.e

030-5.1.2.e (Afwezig op donderdag in de even weken)

Milieu Centraal

www.milieucentraal.nl

[<image001.jpg>](#) [<image002.jpg>](#) [<image003.jpg>](#) [<image004.jpg>](#)
[<image005.jpg>](#)

Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief!](#)
Hoe gaan we om met je gegevens? Lees de [privacyverklaring](#).

<image006.jpg>

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Van: 5.1.2.e
 Aan: 5.1.2.e
 Onderwerp: RE: klimaatcampagne dagbrief
 Datum: maandag 23 september 2019 12:49:38

Hi 5.1.2.e,

Ter aanvulling op zowel de input van social (5.1.2.e) als Klimaatcampagne zou ik de strip van Renske de Greef meenemen ter info. Hij komt niet vaak terug op LNV maar is wel vrij breed verspreid op social.
<https://www.nrc.nl/nieuws/2019/09/21/renske-stript-a3974152>

Groet,

5.1.2.e

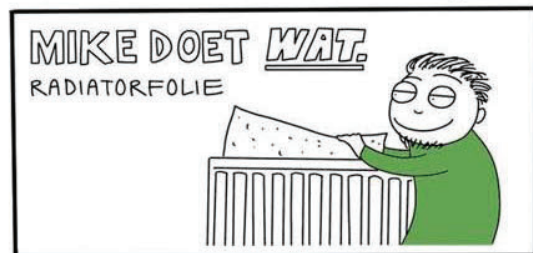
IEDEREEN DOET WAT, OFZO, GELOOF IK

OP TWITTER KWAM IK DE OVERHEIDSCAMPAGNE
 'IEDEREEN DOET WAT' TEGEN

EEN SITE VOL VOORBEELDEN VAN WAT JE ZELF
 KAN DOEN OM NEDERLAND DUURZAMER TE MAKEN

EERST DACHT IK NOG:
 WAT GOED DAT HIER AANDACHT
 AAN WORDT BESTEED

TOT IK ZAG DAT ER NERGENS IETS
 WERD GEZEGD OVER MINDER
 VLIEGEN, MINDER CONSUMEREN OF
 MINDER VLEES & ZUIVEL ETEN



KLIMAATVERANDERING KOM MAAR OP IK HEB MIJN
 MOTHERFUCKING WATERBESPARENDE DOUCHEKOP!

HET GING OVER DEURDRANGERS,
 BANDENSPANNING EN LEDLAMPEN

MOOI - MAAR QVA IMPACT VRIJ BESCHIEDEN
 DE CAMPAGNE VOELDE DAARDOOR NOGAL ONZINNIG
 ALS EEN CAMPAGNE VOOR CYBERVEILIGHEID MET TIPS ALS:
 'VOUW HET BRIEFJE WAAR JE JE WACHTWOORD OP HEBT
 GESCHREVEN WEL EERST VIER KEER DUBBEL VOOR JE
 HET IN JE PORTEMONNEE BEWAART'

EN VERGEET NIET TE VARIËREN, HÈ! DUS 0000 IS PRIMA,
 ALS JE HET MAAR AFWISSELT MET JE GEBORTE DATUM!

EN UITERAARD WIL JE MET DIT THEMA
 POSITIEF BLIJVEN: ALLE BEETJES HELPEN!

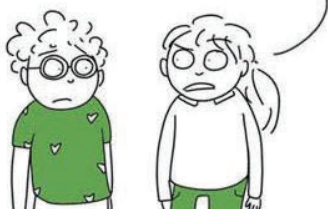
DIE BEHOEFTE VOEL IK OOK VAAK -
 NIET ABSOLUUT DENKEN, MAAR RELATIEF
 GEEN SPAANSE INQUISITIE, MAAR ENTHOUSIASTE AANMOEDIGING



NIET DIT

MAAR DIT

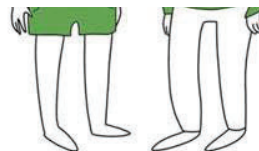
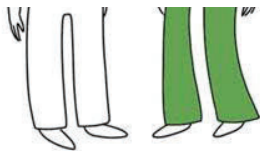
JAJA "VEGAN" MAAR JE HEBT VAST WELEENS EEN MANNETJESMUG
 DOODGESLAGEN EN DIE PRIKKEN NIET EENS DUS JIJ BENT AF!



OP TRANSATLANTISCHE
 VLUCHTEN NEEM IK
 ALTIJD MIJN EIGEN
 BAMBOERIETJE MEE!



EH JA
 GOED
 BEGIN!



MAAR DEZE CAMPAGNE ERGERDE ME
ALS DE OVERHEID HET PROBLEEM ERKENT, MOET
ZE OOK DE (PIJNLIJKE) OPLOSSINGEN ERKENNEN

DAT IS WAT ME STEEDS WEER VERBAAST: HOE DE MEESTE MENSEN ZEGGEN DE
WETENSCHAP TE GELOVEN, BEHALVE WANNEER HET OM DE CONSEQUENTIES GAAT



JA IK GELOOF WEL IN KLIMAATVERANDERING, JA.
MAAR JA, WAT KAN JE DOEN HÈ? IK KAN NIET IN
DE TOEKOMST KIJKEN. WE GAAN TROUWENS NOG
WEL EEN CO₂-STOFZUIGER UITVINDEN HOOR, AL
DIE PRAATJES VAN "JA MAAR DAT KAN NIET",
ZE KUNNEN ZOVEEL TEGENWOORDIG

EN DAARBIJ VIND IK HET GÉNANT DAT DE OVERHEID NU GAAT
VERTELLEN DAT CINDY ZONNEPANELEN MOET NEMEN

TUURLIJK, IEDEEREEN MOET VERANTWOORDELIJKHEID
NEMEN, MAAR MIJN GOD, DE OVERHEID TOCH VOORAL

ALLE DRUPPELS HELPEN, MAAR WE HEBBEN EMMERS NODIG

DUS: VOOR IEDEEREEN DIE OP MEER HOOPT, MEER
VERWACHT, MEER EIST: GA MEE STAKEN DE 27STE

IEDEEREEN DOET WAT - NU DE OVERHEID NOG



Van: 5.1.2.e

Verzonden: maandag 23 september 2019 12:45

Aan: 5.1.2.e @minlnv.nl

Onderwerp: FW: klimaatcampagne dagbrief



5.1.2.e

Ministerie van Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

M: 06 5.1.2.e

E: 5.1.2.e @minlnv.nl

www.rijksoverheid.nl/lnv

Van: 5.1.2.e

Verzonden: maandag 23 september 2019 10:56

Aan: 5.1.2.e @minlnv.nl

cc: 5.1.2.e @minlnv.nl; 5.1.2.e @minlnv.nl; 5.1.2.e @minezk.nl

Onderwerp: klimaatcampagne dagbrief

Hoi 5.1.2.e,

Hierbij de passage voor de dagbrief over de klimaatcampagne.

Klimaatcampagne

Ter informatie: Via het social media kanaal van de klimaatcampagne, bij publieksinformatie van de Rijksoverheid en bij burgercommunicatie van EZK/LNV komen kr tische vragen binnen op het gemis aan "minder vlees" als suggestie binnen de klimaatcampagne voor wat je nu al kunt doen om bij te dragen aan de klimaatdoelstellingen. Sinds vrijdag is ook met een gecoördineerde actie gaande vanu t dierenwelzijnshoek (mailshoot gericht aan minister Wiebes, nu 2500 mails) . De reactielijn die we hierop gaan hanteren is:

Het eten van meer plantaardige eiwitten in plaats van dierlijke eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Er blijft voor een verantwoord stuk vlees echter ook gewoon ruimte. We zetten in de campagne nu in op de eerste ruim twintig onderwerpen die ook allemaal een goede bijdrage leveren aan een beter klimaat.

We ontvangen vanuit verschillende gelederen vele suggesties voor aanvullende onderwerpen. En er staan nog veel onderwerpen op de rol om te worden toegevoegd. De huidige campagne wordt in de loop van de tijd dan ook verder uitgebre d. Daarin wordt ook de optie voor een meer plantaardige en minder dierlijke eiw tten meegenomen.

Doel van deze reactie is om de deur voor verdere discussie te sluiten.



5.1.2.e

Ministerie van Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

M: 06 5.1.2.e

E: 5.1.2.e@minlnv.nl
www.rijksoverheid.nl/lnv

Van: 5.1.2.e
Aan: 5.1.2.e
Onderwerp: RE: Reacties op Facebook en waar we antwoord op moeten geven
Datum: maandag 23 september 2019 17:45:14

Hoi 5.1.2.e,
 Hieronder een voorzet voor wat we aan webcare en burgercorrespondentie kunnen meegeven, als de minister akkoord is met ons reactievoorstel. Heb jij nog suggesties/opmerkingen/aanvullingen?
 Groeten 5.1.2.e

Beste ...,

De lijn die kan worden gehanteerd voor de vragen over het gemis aan 'minder vlees' in de klimaatcampagne als suggestie om bij te dragen aan de klimaatdoelstellingen is:

"Het eten van meer plantaardige eiwitten in plaats van dierlijke eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Er blijft voor een verantwoord stuk vlees echter ook gewoon ruimte. We zetten in de campagne nu in op de eerste ruim twintig onderwerpen die ook allemaal een goede bijdrage leveren aan een beter klimaat.

We ontvangen vanuit verschillende gelederen vele suggesties voor aanvullende onderwerpen. En er staan nog veel onderwerpen op de rol om te worden toegevoegd. De huidige campagne wordt in de loop van de tijd dan ook verder uitgebreid. Daarin wordt ook de optie voor een meer plantaardige en minder dierlijke eiwitten meegenomen."

Dit zal wellicht niet voldoende, snel genoeg, en uitgesproken genoeg zijn voor de vraagstellers. En er komt ook geen inhoudelijke reden waarom het er niet in zit. Er komt echter wel een procesmatige reden: het is onze campagne, er is altijd meer te bedenken, dat komt er ook, en meer plantaardige eiwitten/minder dierlijke eiwitten is daarbij een van de opties. Met het antwoord kunnen we aangeven dat we ze horen, we nu met dit zijn gestart en wellicht meer volgt.

Uiteraard hoeft deze tekst niet letterlijk zo worden geplaatst en kan in de beantwoording deze lijn een onderdeel zijn van een bredere tekst.

Maar goed, het vergt nog wel tact om hiermee de discussie hiermee voldoende goed af te sluiten.

Vwb de gecoördineerde actie vanuit de dierenwelzijnshoek (mailshoot gericht aan minister Wiebes) zou mijn voorstel zijn om de reactie zo mogelijk vanuit rijksoverheid (breed) mee te geven, vanuit het mailadres van ezk/Inv, of vanuit één van beide met ondertekening van de mail (niet de reactie) door burgercorrespondentie ezk/Inv. Waarbij we wat mij betreft ook ingaan op de actie. Voorstel:

Het ministerie van EZK heeft naar aanleiding van de oproep van CIWF vele mails ontvangen, waarin wordt opgeroepen om tips over het eten van minder vlees als onderdeel van de klimaatcampagne "Iedereendoetwat" op te nemen.

Het eten van meer plantaardige eiwitten in plaats van dierlijke eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Er blijft voor een verantwoord stuk vlees echter ook gewoon ruimte. We zetten in de rijksbrede campagne nu in op de eerste ruim twintig onderwerpen die ook allemaal een goede bijdrage leveren aan een beter klimaat.

We ontvangen naast jullie vragen vanuit verschillende gelederen vele suggesties voor aanvullende onderwerpen.

Ook staan er nog veel onderwerpen op de rol om te worden toegevoegd. De huidige campagne wordt in de loop van de tijd dan ook verder uitgebreid. Daarin wordt ook de optie voor een meer plantaardige en minder dierlijke eiwitten meegenomen."

=====
 Aan: Meneer E.D. Wiebes, minister van Economische Zaken en Klimaat

Geachte minister Wiebes,

Ik maak me zorgen over klimaatverandering en ik juich toe dat de overheid een voorlichtingscampagne is gestart om mensen te motiveren 'wat' te doen voor het klimaat. Het verbaast me echter zeer dat uw 'iedereen doet wat'- campagne geen enkele melding maakt over vleesvermindering.

Vleesvermindering noodzakelijk

Al langer dan 10 jaar weten we dat de wereldwijde vee-industrie meer broeikasgassen uitstoot dan de transportsector. Sindsdien toont steeds meer wetenschappelijk onderzoek aan dat de klimaatdoelen van Parijs nooit gehaald kunnen worden zonder een fundamentele reductie van de vleesconsumptie in ons werelddeel. Het onlangs verschenen klimaatrapport van de Verenigde Naties bevestigt dit nog maar eens haarscherp.

Betere tips

Op de website 'iedereen doet wat' worden onder het hoofdstuk 'voedsel' slechts enkele onbeduidende tips gegeven om voedselverspilling tegen te gaan. De productie van vlees is door het enorme beslag op waardevolle grondstoffen echter zeer inefficiënt en verspillend. Juist omdat

Iedereen elke dag opnieuw een bijdrage kan leveren aan een beter klimaat door minder vlees te eten, mogen tips hierover in een serieuze overheids campagne niet ontbreken.
Ik zou het zeer op prijs stellen als uw 'iedereen doet wat' campagne wordt aangevuld met heldere tips over vleesvermindering en vleesvervangers.
Bij voorbaat hartelijk dank.
Met vriendelijke groet,



5.1.2.e

Ministerie van Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
M: 06 5.1.2.e
E: 5.1.2.e@minlnv.nl
www.rijksoverheid.nl/lnv

Van: 5.1.2.e

Verzonden: vrijdag 20 september 2019 14:53

Aan: 5.1.2.e@minlnv.nl

Onderwerp: Reacties op Facebook en waar we antwoord op moeten geven

Ha 5.1.2.e,

Zie hieronder vanuit MilieuCentraal nog even waar zij bij webcare tegenaan lopen over vlees.

- We zouden graag nog wel een duidelijkere reactie willen hebben waarom we nu niet plantaardig eten hebben meegenomen en of we dat toch nog gaan doen in de toekomst, zodat we hierover nog een reactie op FB kunnen plaatsen. Het sentiment blijft namelijk vooral 'waarom is dit niet meegenomen'?

Ik twijfel of het antwoord dat je nu hebt geformuleerd hier nu voldoende antwoord op geeft. Goed om maandag de reactie dus nog even kritisch tegen bovenstaande vraag aan te houden.

Groet,
5.1.2.e

.....
Directie Communicatie

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
T 06 5.1.2.e
@minezk.nl
www.rijksoverheid.nl/ezk
.....

Van: 5.1.2.e
Aan: 5.1.2.e
Onderwerp: FW: Dagbrief Directie Communicatie 23-09-2019
Datum: woensdag 25 september 2019 09:42:19
Bijlagen: [Scan_20190925_083828_MFP-1517_hamersmaa.pdf](#)

Zat in mijn mailbox: minister is akkoord.



5.1.2.e

Ministerie van Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit
 Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag
 Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

M: 06 5.1.2.e
 E: 5.1.2.e @minlnv.nl
www.rijksoverheid.nl/lnv

Van: 5.1.2.e
Verzonden: woensdag 25 september 2019 09:02
Aan: 5.1.2.e @minlnv.nl
CC: 5.1.2.e @minlnv.nl
Onderwerp: FW: Dagbrief Directie Communicatie 23-09-2019

Hoi 5.1.2.e,
 Hierbij de dagbrief van maandag retour, M. is akkoord.

Groet,
 5.1.2.e

Verzonden vanuit [Mail](#) voor Windows 10

Van: 5.1.2.e
Verzonden: woensdag 25 september 2019 08:43
Aan: 5.1.2.e
CC: 5.1.2.e
Onderwerp: RE: Dagbrief Directie Communicatie 23-09-2019

Goedemorgen,

Hierbij de dagbrief retour

Met vriendelijke groet,
 5.1.2.e

Van: 5.1.2.e
Verzonden: maandag 23 september 2019 15:43
Aan: 5.1.2.e @minlnv.nl; 5.1.2.e @minlnv.nl; 5.1.2.e @minezk.nl

cc: 5.1.2.e [redacted]@minlnv.nl>; 5.1.2.e [redacted]
[redacted]@minlnv.nl>; 5.1.2.e [redacted]@minlnv.nl>; 5.1.2.e [redacted]
[redacted]@minlnv.nl>; 5.1.2.e [redacted]@minlnv.nl>; 5.1.2.e [redacted]
[redacted]@minlnv.nl>; 5.1.2.e [redacted]
[redacted]@minlnv.nl>; 5.1.2.e [redacted]@minlnv.nl>

Onderwerp: Dagbrief Directie Communicatie 23-09-2019

Beste collega's,

Hierbij de dagbrief van DC van maandag 23 september voor de tas van de minister.

Groeten,

5.1.2.e [redacted]
[redacted]

Directie Communicatie

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A/B-noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

M +31 6 5.1.2.e [redacted]

E 5.1.2.e [redacted]@minlnv.nl

W rijksoverheid.nl/lnv

Van: [burgercorrespondentie](#)
Aan: 5.1.2.e
Cc: 5.1.2.e
Onderwerp: RE: MAILSHOOT FW: Tips over vleesvermindering horen in "Iedereen doet wat"-campagne
Datum: maandag 30 september 2019 12:40:39

Beste 5.1.2.e ,

Tot op heden hebben we nog geen terugkoppeling gehad over deze mailshoot. Wanneer kunnen wij deze verwachten?

Alvast bedankt!



Met vriendelijke groet,

5.1.2.e

Directie Communicatie
 Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
 Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag
 Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag
 E: 5.1.2.e @minezk.nl

Van: 5.1.2.e

Verzonden: vrijdag 20 september 2019 14:10

Aan: burgercorrespondentie <5.1.2.e @minezk.nl>

CC: 5.1.2.e @minezk.nl; 5.1.2.e @minlnv.nl>

Onderwerp: RE: MAILSHOOT FW: Tips over vleesvermindering horen in 'Iedereen doet wat'-campagne

Ha 5.1.2.e ,

LNV heeft een antwoord geformuleerd en intern afgestemd. Maandagochtend wordt dit verder in het actua overleg besproken en in de dagbrief aan de minister meegenomen.

Ik heb 5.1.2.e (en 5.1.2.e, maar die is op vakantie) ook even geïnformeerd en ik heb contact met MilieuCentraal gehad, aangezien zij de webcare voor de campagne doen. Op social zien zij niet meer langskomen op dit onderwerp dan in de afgelopen dagen het geval was. Het lijkt vooralsnog dus alleen een gerichte mailshoot actie. Maandagochtend zouden we een antwoord kunnen formuleren. Dan wordt ook besloten vanuit wie etc.

Weet je zo genoeg? Anders nog even bellen.

Groet,
 5.1.2.e

Van: burgercorrespondentie

Verzonden: vrijdag 20 september 2019 10:28

Aan: 5.1.2.e

CC: 5.1.2.e ; burgercorrespondentie

Onderwerp: MAILSHOOT FW: Tips over vleesvermindering horen in 'Iedereen doet wat'-campagne

Beste,

Onderstaande mailshoot is nu gaande, we hebben onderhand bijna 2000 mailtjes ontvangen. Door goed speurwerk van 5.1.2.e is ze er achter gekomen dat CIWF achter deze shoot zit. Ik heb de shoot nog niet op de site zien staan maar dat kan nog komen, waarschijnlijk hebben ze een nieuwsbrief verstuurt.

Bij zo'n mailshoot proberen wij zo snel mogelijk een passend antwoord te krijgen van beleid/woordvoering. Wij gaan (als we het antwoord hebben) contact opnemen met de organisatie om te vragen of zij het antwoord op hun site willen zetten. Soms wordt dit antwoord dat ook op rijksoverheid.nl gezet, maar dat is de beslissing van beleid/woordvoering of dit nodig is. Ik denk dat er wel goed gekeken moet worden vanuit welk ministerie er een antwoord naar de organisatie toe gaat. En als er een ondertekening onder moet, dan ook goed bedenken wie dat wordt. Wij van burgercorrespondentie merken dat het onderwerp vlees, in combinatie met de campagne, een gevoelig item is bij de burgers.

We zien graag jullie reactie (qua antwoord) te gemoed. Alvast bedankt!



Met vriendelijke groet,

5.1.2.e

Directie Communicatie
Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag
E: 5.1.2.e @minezk.nl

Van: 5.1.2.e @swk.nl <5.1.2.e @swk.nl>

Verzonden: vrijdag 20 september 2019 10:08

Aan: burgercorrespondentie <5.1.2.e @minezk.nl>

Onderwerp: Tips over vleesvermindering horen in 'Iedereen doet wat'-campagne

Aan: Meneer E.D. Wiebes, minister van Economische Zaken en Klimaat

Geachte minister Wiebes,

Ik maak me zorgen over klimaatverandering en ik juich toe dat de overheid een voorlichtingscampagne is gestart om mensen te motiveren 'wat' te doen voor het klimaat. Het verbaast me echter zeer dat uw 'iedereen doet wat'- campagne geen enkele melding maakt over vleesvermindering.

Vleesvermindering noodzakelijk

Al langer dan 10 jaar weten we dat de wereldwijde vee-industrie meer broeikasgassen uitstoot dan de transportsector. Sindsdien toont steeds meer wetenschappelijk onderzoek aan dat de klimaatdoelen van Parijs nooit gehaald kunnen worden zonder een fundamentele reductie van de vleesconsumptie in ons werelddeel. Het onlangs verschenen klimaatrapport van de Verenigde Naties bevestigt dit nog maar eens haarscherp.

Betere tips

Op de website 'iedereen doet wat' worden onder het hoofdstuk 'voedsel' slechts enkele onbeduidende tips gegeven om voedselverspilling tegen te gaan. De productie van vlees is door het enorme beslag op waardevolle grondstoffen echter zeer inefficiënt en verspillend. Juist omdat iedereen elke dag opnieuw een bijdrage kan leveren aan een beter klimaat door minder vlees te eten, mogen tips hierover in een serieuze overheidscampagne niet ontbreken.

Ik zou het zeer op prijs stellen als uw 'iedereen doet wat' campagne wordt aangevuld met heldere tips over vleesvermindering en vleesvervangers.

Bij voorbaat hartelijk dank.

Met vriendelijke groet,

5.1.2.e

[@swk.nl](mailto:5.1.2.e@swk.nl)

5.1.2.e

Onderwerp: Iedereendoetwat - dierlijke/plantaardige eiwitten
Locatie: overlegkamer 2e B-passage

Begin: di 1-10-2019 09:00
Einde: di 1-10-2019 09:30

Terugkeerpatroon: (geen)

Vergaderingsstatus: Organisator van vergadering

Organisator: 5.1.2.e
Verplichte deelnemers: 5.1.2.e
 Overlegkamer 2e B-passage 1 (6p)

Op verzoek van 5.1.2.e op een ander moment; past dit in jullie agenda's?
 Groeten 5.1.2.e

Hoi 5.1.2.e,
 Hierbij een moment om te bespreken op welke wijze en met welke insteek we minder dierlijke/meer plantaardige eiwitten kunnen opnemen in de klimaatcampagne "iedereendoetwat".
 Met als idee dat als we een invulling kunnen voorstellen, het het gesprek erover ook wellicht wat gemakkelijker kunnen voeren intern LNV.
 Groeten 5.1.2.e

Van: 5.1.2.e
Aan: 5.1.2.e
Cc: 5.1.2.e
Onderwerp: RE: Gedragsbepalers groente en fruit van het seizoen
Datum: vrijdag 1 november 2019 12:18:55

We gaan ermee aan de slag!



5.1.2.e

Ministerie van Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit
 Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag
 Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

M: 06 5.1.2.e
 E: 5.1.2.e @minlnv.nl
www.rijksoverheid.nl/lnv

Van: 5.1.2.e
Verzonden: vrijdag 1 november 2019 09:16
Aan: 5.1.2.e @minlnv.nl
CC: 5.1.2.e @minezk.nl; 5.1.2.e @minezk.nl; 5.1.2.e @minezk.nl
Onderwerp: FW: Gedragsbepalers groente en fruit van het seizoen

Hoi 5.1.2.e,

Zie in de bijlage de gedragsbepalers die MilieuCentraal heeft beschreven voor het onderwerp Groente en fruit van het seizoen dat we toe gaan voegen aan de website. MilieuCentraal heeft niet de beleidsanalyse gemaakt, omdat zij hier – logischerwijs – onvoldoende inzicht in hebben. En ook wij kunnen dat niet doen. Dit is echter wel het startpunt voor de mini-CASI en 5.1.2.e wil die informatie dan ook graag ontvangen om vervolgens ook de juiste strategie te kunnen bepalen.

Vraag aan jou is om dus alsnog dit werkblad (zie bijlage) samen met beleid (of door beleid) in te vullen. De bespreking van de strategie hebben we samen met 'minder vlees' verplaatst naar 11 november. Lukt het jou om de beleidsanalyse uiterlijk woensdag 6 november aan te leveren? Dan heeft 5.1.2.e nog 2 dagen de tijd om de verdere uitwerking te maken voordat jullie maandagochtend 11 november de uitwerkingen doorspreken.

Ik draag dit nu verder over aan 5.1.2.e, dus graag reactie aan hen.

Groet,
 5.1.2.e

Van: 5.1.2.e @milieucentraal.nl
Verzonden: dinsdag 29 oktober 2019 17:24
Aan: 5.1.2.e @minezk.nl; 5.1.2.e @minezk.nl
Onderwerp: Gedragsbepalers groente en fruit van het seizoen

Hi,
 Hierbij de motivaties en barrières op dit onderwerp. Succes morgen!

Met vriendelijke groet,

5.1.2.e

M: 06 5.1.2.e

Werkt ma t/m vrij (halve dag)

Milieu Centraal

www.milieucentraal.nl



Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief!](#)



Van: 5.1.2.e
Aan: 5.1.2.e
Cc: 5.1.2.e
Onderwerp: RE: Doornemen mini CASI plantaardig, seizoensgroente en minder eten
Datum: woensdag 6 november 2019 12:25:24
Bijlagen: [Mini CASI consumptieverschuiving dierlijke naar plantaardige eiwitten.docx](#)
[Mini CASI eten met de seizoenen.docx](#)

Beste allemaal,

A.s. maandag zitten wij bij elkaar om de mini CASI's 'plantaardige eiwitten' en 'seizoensgroenten' door te nemen. Op basis van de input van MilieuCentraal en het Voedingscentrum heb ik op beide onderwerpen een uitwerking gemaakt. Dit is nadrukkelijk een concept. Het is de bedoeling dat wij tijdens de bespreking van maandag deze uitwerkingen gezamenlijk verder aanscherpen. Met name waar het gaat om de ideeën voor interventies en netwerkpartners kan ik jullie creativiteit ook goed gebruiken. De ervaring leert dat de meest creatieve ideeën meestal ontstaan door gezamenlijk te brainstormen en elkaar te inspireren (en niet door in je eentje achter de computer iets te verzinnen). Jullie denkkraft is maandag dus zeer welkom.

We hebben voor iedere uitwerking slechts drie kwartier, dus het helpt als jullie de documenten van tevoren gelezen hebben en jullie opmerkingen/ideeën hebben genoteerd.

Mochten jullie op dit moment vragen hebben, dan hoor ik het graag!

Hartelijke groet,
5.1.2.e

-----Oorspronkelijke afspraak-----

Van: 5.1.2.e

Verzonden: maandag 28 oktober 2019 09:58

Aan: 5.1.2.e

CC: 5.1.2.e

Onderwerp: Doornemen mini CASI plantaardig, seizoensgroente en minder eten

Tijd: maandag 11 november 2019 10:30-12:00 (UTC+01:00) Amsterdam, Berlijn, Bern, Rome, Stockholm, Wenen.

Locatie: Overlegkamer 0 C-hal zuid (6p)

31 oktober is 5.1.2.e niet aanwezig. Omdat zij mijn werkzaamheden overneemt, wil ik de afspraak verzetten, zodat 5.1.2.e ook bij de aansturing van het onlinebureau duidelijk weet welke achtergronden en gevoeligheden er spelen.

Volgens de agenda's is dit het eerste moment dat iedereen kan. Graag accepteren, zodat we de vaart erin houden..

Onderwerp: Consumptieverschuiving dierlijke eiwitten naar plantaardige eiwitten

Beleidsdoel

CO2 reduceren door een verschuiving in de richting van een meer plantaardig en minder dierlijk voedingspatroon.

Gedragdoel en doelgroep

Achtergrondinformatie

Nederlanders eten gemiddeld 98 gram vlees en vleesproducten per dag. Mannen eten meer vlees en vleesproducten (115 gram per dag, dit is 848 gram per week) dan vrouwen (81 gram per dag, dit is 585 gram per week). Op gemiddeld 6 dagen per week wordt er in Nederland vlees gegeten. Een verschuiving in de richting van een meer plantaardig en minder dierlijk voedingspatroon is bevorderlijk voor de gezondheid en duurzamer. Dat geldt ook voor een verschuiving naar meer plantaardige en minder dierlijke eiwitten. Het Voedingscentrum adviseert daarom om te eten volgens de Schijf van Vijf: 0 tot 500 g vlees per week, waarvan maximaal 300 gram rood en bewerkt vlees. Gewenst is om vlees te vervangen door peulvruchten: het advies is om 1 keer per week (135 gram) peulvruchten te eten. Vlees is die dag dan niet meer nodig. Of noten: Het advies is om elke dag (een handje / 25 gram) ongezoeten noten te eten vanwege de positieve effecten op de gezondheid. Vanuit duurzaamheid zou een verdere reductie dan 500 gram per week wenselijk zijn en heeft wit vlees de voorkeur boven rood vlees. Om aan te sluiten bij de richtlijn van max. 500 gram vlees per week moeten mannen hun consumptie bijna halveren uitgaande van de huidige consumptie van 848 gram per week. Bij de vrouwen mag het een onsje minder per week.

Het gedragdoel en de doelgroep is:

De Nederlandse volwassen man vervangt ongeveer de helft van zijn vleesconsumptie (van 848 gram naar max 500 gram per week) voor plantaardige eiwitbronnen (zoals noten en peulvruchten).

De doelgroep bestaat uit:

Nederlandse volwassen mannen, met name de leeftijdsgroep tussen de 14 en 50 jaar. Deze groep is te splitsen in mensen die wel openstaan voor minder vlees en zij die daar nog niet aan toe zijn. We richten ons in eerste instantie op de mannen die hier voor openstaan. Overigens is de vleesconsumptie onder lager opgeleiden nog wat hoger dan onder hoger opgeleiden.

Uitwerking gedragsbepalers

Welke gedragsbepalers zorgen voor de meeste kansen en/of belemmeringen om gedrag te veranderen?

1. Sociale omgeving

Op dit moment is de norm '(veel) vlees eten is normaal'. Inspelen op de sociale norm, is relevant. Vleesminderaars beschouwen vlees eten niet als vanzelfsprekend. Het is onbekend of men onderling praat over minder vlees eten, mogelijk wel interessant om interpersoonlijke communicatie te bevorderen.

2. Fysieke omgeving

Vlees is overal in de omgeving (sterk) vertegenwoordigd. Mensen willen bovendien met name de smaak van vlees niet missen; dit is een barrière om minder vlees te eten.

3. Gewoonten

Gewoonten spelen een relatief sterke rol bij het kiezen en bereiden van de avondmaaltijd.

4. Emoties en associaties

De weerstand bij mensen die reeds open staan voor minder vlees eten, is naar verwachting minder groot dan bij mensen die hier niet voor openstaan. Daarnaast speelt mogelijk een gevoel van risico bij eten van te veel (rood) vlees en bewerkt vlees, waarschijnlijk is dit niet groot.

5. Intentie

De intentie om minder vlees te eten, is niet groot. Intentie is wel belangrijk voor gedragsverandering.

6. Houding

Een deel van de mannen staat open voor het idee om minder vlees te eten, en ander deel niet. 36% van alle mannen staat waarschijnlijk/zeker open om minder vlees te eten. 56% waarschijnlijk niet/zeker niet.

7. Kunnen

Het lijkt erop dat men redelijk weet hoe hij vlees in de warme maaltijd kan vervangen. Het is wel de vraag in hoeverre men echt in staat is (kennis hebben over en de vaardigheden hebben) om op een goede manier vlees te vervangen. De mate van eigen-effectiviteit is onbekend. Eigen-effectiviteit hangt echter vaak samen met vaardigheden, dus wel belangrijk om op in te spelen.

8. Kennis

Veel consumenten realiseren zich momenteel nauwelijks dat er verband bestaat tussen het eten van vlees en de uitstoot van broeikasgassen. Meer kennis hierover lijkt dus relevant. Mannen hebben minder kennis over gezondheidsrisico's van te veel vlees, goede vleesvervangers, schadelijke effecten van vlees op het milieu dan vrouwen.

Voordelen die worden gezien (en waar we gebruik van kunnen maken), zijn: gezondheid, nieuwe smaken ontdekken, diervriendelijk.

9. Zelfbeeld

Identiteit/zelfbeeld is de meest genoemde reden bij mannen om niet minder vlees te gaan eten (vlees eten hoort bij hen). Consumenten die al flexitair eten vinden minder vlees eten passen bij hun identiteit. Als we ons richten op mensen die er al voor open staan en/of weleens zonder vlees eten, kunnen we hen aanspreken op hun identiteit ("minder vlees eten past bij jou").

Belangrijkste gedragsbepalers:

1. Zelfbeeld
2. Houding
3. Fysieke omgeving
4. Kennis en kunnen

Zie bovenstaande toelichting op deze gedragsbepalers.

Daarnaast is het van belang om rekening te houden met emoties en associaties en met de sociale omgeving, omdat dit in algemene zin een belangrijke invloed heeft op gedrag. In dit geval hangen emoties en associaties sterk samen met houding: een deel van de doelgroep heeft weerstand tegen de boodschap van minder vlees eten, terwijl een ander deel ervoor open staat. De sociale omgeving kunnen we inzetten door verschillende werkingsmechanismes te laten werken via sociale beïnvloeding.

Hoofdstrategie bij de gekozen gedragsbepalers

We willen stimuleren dat Nederlandse volwassen mannen ongeveer de helft van de vleesconsumptie (van 848 gram naar max 500 gram per week) vervangen voor plantaardige eiwitbronnen (zoals noten en peulvruchten). Hierbij richten wij ons op dat deel van de doelgroep dat openstaat voor de

boodschap om minder vlees te eten (36% staat hier waarschijnlijk of zeker voor open). We willen dit primair bereiken door de doelgroep te motiveren en te faciliteren en gedrag te versterken.

De hoofdstrategie 'motiveren' is erop gericht om met communicatie de interne motivatie van mensen te vergroten om hun gedrag te veranderen. Deze strategie is gelinkt aan de gedragsbepalers kennis, houding en zelfbeeld. Met deze strategie kun je onder andere communiceren over voordelen, nadelen en risico's, en communicatie richten op houding en identiteit: inspelen op waarden, meningen en het beeld dat mensen van zichzelf hebben. Beide richtingen zijn in dit geval relevant. Uit de gedragsanalyse blijkt dat met name mannen gebrek aan kennis hebben over gezondheidsrisico's van te veel vlees, goede vleesvervangers, en schadelijke effecten van vlees op het milieu. Daarnaast blijkt zelfbeeld voor mannen de meest genoemde reden om niet minder vlees te willen eten. Er is echter ook een groep mannen die wel openstaat voor het eten van minder vlees. Hen kunnen we aanspreken op hun identiteit ('minder vlees eten past bij jou').

De hoofdstrategie 'faciliteren en gedrag versterken' is erop gericht om de doelgroep te helpen het gewenste gedrag te vertonen en dat vervolgens te versterken. Deze strategie is gelinkt aan de gedragsbepalers kunnen, fysieke omgeving en intentie. Met deze strategie kun je onder andere voorzieningen aanbieden om te helpen bij het gedrag, mensen ter plekke een duwtje in de rug (nudge) geven, en concrete instructies communiceren die helpen bij het goede gedrag. Met deze strategie maken we het voor de doelgroep makkelijker om te kiezen voor een maaltijd met plantaardige i.p.v. dierlijke eiwitten, bijvoorbeeld door het aanbod in supermarkten en restaurants beter 'in de etalage' te zetten en praktische handvatten te geven voor koken zonder vlees.

Tot slot kiezen we ervoor om de sociale omgeving in te zetten om de andere hoofdstrategieën te versterken. Hierbij kunnen vrouwen/partners een belangrijke sleutel zijn. Zij zijn nog steeds vaak de persoon die verantwoordelijk is voor het plannen en bereiden van de maaltijden, blijkt uit onderzoek. Daarnaast staan vrouwen meer open voor de boodschap om minder vlees te eten dan mannen.

Ideeën voor interventies

Ontwikkelen van middelen waarin wordt gewezen op:

- de milieu impact en gezondheidsrisico's van een te hoge consumptie van rood en bewerkt vlees.
- de voordelen voor eigen gezondheid en het milieu van het regelmatig eten van bonen, sojaproducten, peulvruchten en noten.
- dat voor je gezondheid het niet nodig is om (iedere dag supermarktporties) vlees te eten. Je doet jezelf niet tekort als jij niet elke dag vlees eet.

Deze middelen kunnen o.a. worden ingezet in omgevingen waarin en op tijdstippen waarop mensen zich bezighouden met het plannen en zoeken van inspiratie voor de avondmaaltijd, zoals receptenwebsites, de Allerhande, de supermarkt.

Inspireren met recepten: wat kun je klaarmaken met bonen, sojaproducten, peulvruchten en noten? Laten zien dat dit makkelijk te bereiden is en smaakvol. Zet hierbij onder andere in op samenwerking met supermarkten. Zij kunnen bijvoorbeeld recepten 'in de etalage' zetten zonder vlees, met plantaardige eiwitten. Focus met name op het feit dat deze recepten lekker, smaakvol, makkelijk zijn.

Gebruik geen termen zoals vega, vleesvrij, omdat dit de associatie oproept met helemaal geen vlees meer eten (i.p.v. minder). Vermijd ook het gebruik van de term 'minder'. Een goed voorbeeld hierbij is de eerdere campagne van het Voedingscentrum 'er is meer dan vlees'.

Testimonials: in het consumentenonderzoek kwam naar voren dat consumenten die meerdere dagen per week geen vlees bij de avondmaaltijd aten zowel enthousiaster waren over de variatie in hun totale eetpatroon maar ook op de dagen dat zij vlees aten daar meer van

genoten.

Zet in op het motiveren van consumenten door te werken met social proof/influencers: mensen die dichtbij de doelgroep staan en het goede voorbeeld geven. Je kunt hierbij online op verschillende platforms aansluiten bij verschillende motieven: bijvoorbeeld gezondheid, smaak (bijv. kruidige recepten uit de Indiase of Marokkaanse keuken – daarmee spreek je andere motieven aan om voor een recept met bonen of peulvruchten te kiezen) , milieuwinst.

Zorg er hierbij voor dat de doelgroep zich identificeert met de influencers, waardoor de koppeling met identiteit ontstaat: ‘minder vlees eten past bij mij’.

Richt je hierbij niet alleen op influencers die de mannelijke doelgroep inspireren, maar ook op influencers die vrouwen bereiken. Via de vrouw kan vervolgens ook de man bereikt worden.

Een deel van de doelgroep eet relatief veel buitenshuis (jong, hoogopgeleid, stedelijk). Zorg er daarom voor dat er in restaurants een goed aanbod is van maaltijden met plantaardige eiwitten. Zet deze gerechten niet apart op de kaart onder het kopje ‘vegetarisch’, maar integreer ze in de lijst met alle gerechten (willekeurige volgorde). Zorg dat het aanbod divers is. Uit onderzoek blijkt dat er dan meer wordt gekozen voor de vleesloze opties.

Onderzoek of er een samenwerking gestart kan worden met ‘typische plekken’ waar mannen een snelle hap met veel vlees eten, zoals tankstations, snackbars of de Hema (rookworst). Verrijk het aanbod met plantaardige opties, en verminder de portiegrootte van vlees. Bespreek of ‘mengvormen’ denkbaar zijn, bijvoorbeeld een gehaktbal die gedeeltelijk uit plantaardige eiwitten bestaat.

Werk samen met producenten zoals Unilever/Knorr om een aanbod te ontwikkelen van makkelijke maaltijden die plantaardige eiwitten bevatten (in de categorie ‘kip tandoori’, ‘kip siam’ etc.). Bespreek ook of het mogelijk is om de namen van deze bekende maaltijdboxen te veranderen, waarbij het vlees-ingrediënt uit de naam verdwijnt (Indiase tandoori i.p.v. kip tandoori, etc.). Hiermee wordt vlees een minder vanzelfsprekend onderdeel van het recept.

Mogelijke netwerkpartners

- Supermarkten
- Restaurants
- Receptenwebsites
- Gratis receptentijdschriften van supermarkten
- Tankstations
- Snackbars
- Hema
- Unilever/Knorr

Onderwerp: Groenten en fruit met een zo laag mogelijke milieubelasting

Beleidsdoel

CO2 reduceren door te bevorderen dat groenten en fruit met een zo laag mogelijke milieubelasting geproduceerd en geconsumeerd worden.

Gedragdoel en doelgroep

Achtergrondinformatie

Het verbouwen van groente en fruit, de verpakking en het vervoer: het kost allemaal veel energie en grondstoffen. Die energie komt vooral van fossiele brandstoffen. Daarbij komen broeikasgassen vrij. Dat leidt tot klimaatverandering. Bovendien is er ruimte nodig voor de landbouwgrond: ruimte die soms ten koste gaat van de natuur. De teelt van dorstige gewassen in droge gebieden verergert de waterschaarste ter plekke. De productie en consumptie van groente en fruit gaat kortom gepaard met een milieubelasting. Dit kun je verminderen door groenten en fruit van het seizoen te eten.

Alleen groente en fruit van het seizoen eten, betekent een beperking tot die soorten die van de Nederlandse akkers komen. Vooral in de winter betekent dit vaak het eten van knollen en kool. Dit kan als beperkt ervaren worden. Als je wilt variëren zijn er veel andere soorten groente en fruit die óók een milieuvriendelijke keuze zijn, maar wel van buiten Nederland komen. Groente en fruit dat geteeld wordt in de Nederlandse glastuinbouw wint het namelijk vaak niet van de Spaanse telers in de Groente en Fruitkalender van MilieuCentraal. Dit geldt vooral voor de productie van kasgroenten, zoals tomaten, paprika's en aubergines. Ondanks dat er steeds meer duurzame warmte wordt toegepast in de Nederlandse kassen, gebruiken de kassen relatief meer energie dan in Spanje.

MilieuCentraal stelt dat alle groente- en fruitsoorten die een A of B scoren in hun groente- en fruitkalender een milieuvriendelijke keuze zijn. In deze mini CASI sluiten wij ons hierbij aan, en ligt de focus op groente en fruit met een zo laag mogelijke milieubelasting. *Hieronder verstaan wij vollegrondsgroente uit Nederland van het seizoen, en groente met een A- en B-label volgens de groente- en fruitkalender van MilieuCentraal.*

Het gedragdoel en de doelgroep is:

Nederlandse consumenten kopen meer groente en fruit met een zo laag mogelijke milieubelasting. Hieronder verstaan wij vollegrondsgroente uit Nederland van het seizoen, en groente met een A- en B-label volgens de groente- en fruitkalender van MilieuCentraal.

De doelgroep bestaat uit alle Nederlandse consumenten.

Uitwerking gedragsbepalers

Welke gedragsbepalers zorgen voor de meeste kansen en/of belemmeringen om gedrag te veranderen?

1. Gebrek aan kennis

Veel Nederlandse consumenten weten niet wat er elke maand in het seizoen is. Slechts van een beperkt aantal producten is dit algemeen bekend, omdat die als seizoensproduct worden aangeboden (zoals asperges, pompoenen, stoofpeertjes en aardbeien). De kennis over de milieubelasting van verschillende soorten groenten en fruit, conform de kalender van MilieuCentraal, is naar verwachting nog (veel) beperkter. Er is namelijk geen label dat aangeeft hoe laag of hoe hoog de milieu-impact is van de productie van groente en fruit. Dit is in Nederland alleen op te zoeken in de app van Milieu Centraal.

2. Fysieke omgeving

De fysieke omgeving zorgt op verschillende manieren voor een belemmering om groenten en fruit te kopen met een zo laag mogelijke milieu-impact:

- Aanbod onbeperkt: in Nederlandse supermarkten zijn veel soorten groente en fruit het hele jaar rond beschikbaar. Mensen zijn daarom niet meer zo gewend om met de seizoenen mee te eten.
- Beperkte productspecificatie: bij het groente- en fruitschap in de supermarkt is alleen het herkomstland bekend. Er wordt niet aangegeven of het product van de vollegrond komt of uit een kas, of met welk vervoersmiddel het naar Nederland is gekomen.
- Ook wordt het milieulabel van MilieuCentraal niet op het product vermeld, maar moet dit worden opgezocht in de app.
- Smaak en prijs zijn over het algemeen de belangrijkste factoren op basis waarvan consumenten een keuze maken voor welk soort groente en fruit ze kopen.

3. Gewoonten

Gewoonten spelen een relatief sterke rol bij het kiezen en bereiden van de avondmaaltijd. Consumenten zijn niet gewend om bij het plannen en kopen van een maaltijd te letten op de milieu-impact van groenten en fruit.

4. Sociale omgeving

Rekening houden met de milieu-impact van groenten en fruit bij het plannen en kopen van maaltijden gebeurt nog relatief weinig, consumenten missen daarom goede voorbeelden in hun sociale omgeving. Ook is dit naar verwachting geen gespreksonderwerp.

6. Houding

Een deel van de consumenten staat naar verwachting open voor het argument van klimaatwinst. Daarnaast vindt een deel van de consumenten het steeds belangrijker om groente en fruit van dichtbij, uit de regio of van eigen bodem te kopen. Dit kan het gewenste gedrag stimuleren.

7. Kunnen

Het vergt relatief veel van de consument om zelf de milieu-impact van verschillende soorten groenten en fruit te moeten opzoeken in de app van MilieuCentraal. Niet iedereen is hier in dezelfde mate toe in staat.

8. Zelfbeeld

Er is een groep consumenten voor wie milieuvriendelijk gedrag een onderdeel vormt van het zelfbeeld. Door deze consumenten aan te spreken op hun zelfbeeld ('groente en fruit kopen met een zo laag mogelijke milieu-impact past bij jou') kan het gewenste gedrag gestimuleerd worden.

9. Emoties en associaties

Mogelijk kleeft de associatie 'ouderwets' aan met de seizoenen eten, zeker omdat dit in de winter typisch Hollandse kost zoals stamppotten oplevert.

Belangrijkste gedragsbepalers:

1. Kennis
2. Fysieke omgeving
3. Gewoonten
4. Houding

Zie bovenstaande toelichting op deze gedragsbepalers.

Hoofdstrategie bij de gekozen gedragsbepalers

We willen stimuleren dat Nederlandse consumenten meer groente en fruit kopen met een zo laag mogelijke milieubelasting. We willen dit primair bereiken door de doelgroep te informereren, te motiveren en te faciliteren en gedrag te versterken.

NB Informeren is niet een gedragsstrategie die door CASI wordt onderscheiden. In dit geval is het gebrek aan kennis echter zo'n belangrijke bottleneck, dat het vergroten van dit kennisniveau een randvoorwaarde is voor de effectiviteit van overige interventies. Op het moment dat de doelgroep gemotiveerd is om milieuvriendelijkere keuzes te maken in groenten en fruit, moet immers wel duidelijk zijn wát je dan moet/kunt kiezen. Dit gaat hand in hand met het faciliteren en gedrag versterken, met andere woorden het benutten van de context en omgeving waarin keuzes gemaakt worden, om de keuze voor milieuvriendelijke groenten en fruit zo makkelijk en aantrekkelijk mogelijk te maken.

De sociale omgeving kan worden ingezet om andere hoofdstrategieën te versterken, bijvoorbeeld door via ambassadeurs en influencers het gewenste gedrag neer te zetten als een nieuwe sociale norm.

Ideeën voor interventies

Plaats duidelijk zichtbare informatie bij producten in de supermarkt met informatie over de milieuscores van groente en fruit. Bied deze informatie zo eenduidig en bondig mogelijk aan. Een milieuscore (A, B, etc) communiceert in één oogopslag wat de gewenste keuze is. Zorg dat deze informatie niet te missen is. Dit geeft consumenten meer houvast bij hun keuze tussen verschillende groente en fruitsoorten. Eventueel kan voor mensen die een verdieping willen ook worden doorverwezen naar achterliggende informatie zoals vliegtuigtransport, algemene transportafstand, productie in verwarmde kas of productie op de akker, bijv. via een QR-code.

Zorg er tevens voor dat de milieuvriendelijke keuzes in de supermarkt op ooghoogte staan en duidelijk opvallen.

Doe hetzelfde in online supermarkten: zorg dat duidelijk is welke groente- en fruitkeuzes milieuvriendelijk zijn en dat dit aantrekkelijk wordt gepresenteerd.

Ga samenwerkingen aan met groenteboeren en groente- en fruitverkopers op de markt. Zij kunnen klanten pro-actief informeren over groente en fruit met een lage milieu-impact en deze producten aanprijzen, naast het plaatsen van informatie zoals supermarkten dit ook kunnen doen.

Wanneer mensen direct bij de aankoop van producten pro-actief geïnformeerd worden over de milieu-impact, is de kans groter dat zij hun keuzes hierdoor laten leiden dan wanneer zij zelf informatie in een app moeten gaan opzoeken. Dit laatste doet waarschijnlijk alleen de groep die sterk gemotiveerd is om milieuvriendelijker te eten. Besteed desalniettemin aandacht aan de naamsbekendheid van de app van MilieuCentraal en verwijst hiernaar op verschillende platforms waar milieuvriendelijke recepten in de spotlight worden gezet.

Inspireer met recepten, bijv. via receptenkaarten in de supermarkt en op kookplatforms: wat kun je klaarmaken met groenten en fruit met een lage milieu-impact? Laten zien dat dit makkelijk te bereiden is en smaakvol, en als bonus ook milieuvriendelijk is. Bedenk daarbij dat prijs en smaak de belangrijkste factoren zijn op basis waarvan mensen voedselkeuzes maken.

Kijk in samenwerking met supermarkten en groenteboeren of de producten met een lage milieu-impact ook aantrekkelijk geprijsd kunnen worden, bijv. door ze vaker in de aanbieding te doen.

Zet in op het motiveren van consumenten door te werken met social proof/influencers: ambassadeurs die dichtbij de doelgroep staan en het goede voorbeeld geven. Je kunt hierbij online op verschillende platforms aansluiten bij verschillende motieven: bijvoorbeeld smaak, gemak, milieuwinst. Inspireer de doelgroep met aantrekkelijke recepten. Zorg er hierbij voor dat de doelgroep zich identificeert met de influencers, waardoor de koppeling met identiteit ontstaat: 'groenten en fruit met een lage milieu-impact eten past bij mij'.

Zet initiatieven waarbij consumenten groente en fruit direct afnemen van de boer in de spotlight. Door langs die weg groente en fruit te kopen, is de milieu-impact per definitie laag (want van het seizoen). Speel in op andere motieven waarom mensen dit soort initiatieven interessant vinden, zoals bijvoorbeeld de behoefte aan lokaal geproduceerde producten, weten waar je eten vandaan komt, Nederlandse boeren willen ondersteunen, een eerlijke prijs betalen, een fatsoenlijk productieproces, etc.

Besteed ook aandacht aan het aanbod buitenshuis. Zorg ervoor dat er in restaurants een goed aanbod is van maaltijden met een lage milieu-impact. Hierbij kun je verschillende doelen combineren, zoals seizoensgroenten en andere eiwitbronnen. Integreer deze gerechten in de lijst met alle gerechten (in willekeurige volgorde) en plaats ze niet apart onder een kopje 'milieuvriendelijk'. Zorg dat het aanbod divers is. Vermeld er wel bij dat het een milieuvriendelijke keuze is, door bijv. een logo of symbool te gebruiken.

Mogelijke netwerkpartners

- Supermarkten
- Groenteboeren
- Restaurants
- Receptenwebsites
- Gratis receptentijdschriften van supermarkten
- Initiatieven voor direct bij de boer kopen (zoals bijv. Rechtstreeks)