



Fairtrade in Tilburg

Verlag van een nulmeting

Een uitgave van de Werkgroep Fairtrade Gemeente Tilburg
November 2008

Fairtrade in Tilburg

Verslag van een nulmeting

Een uitgave van de Werkgroep Fairtrade Gemeente Tilburg
November 2008

Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
2. Criterium 2: De gemeente spreekt zich uit voor Fairtrade	5
3. Criterium 3: Fairtrade is zichtbaar beschikbaar in winkels en horeca	6
4. Criterium 4: Kennis over en gebruik van Fairtrade bij bedrijven en organisaties groeit	9
5. Conclusies	11
Bijlagen	
Bijlage 1: Onderzoeksmethode	12
Bijlage 2: Antwoordformulier gebruikt bij bezoeken aan café's en restaurants	14



Koffiedrogen in Matagalpa (foto: Sandra de la Combé)

1. Inleiding

COS Nederland, Stichting Max Havelaar en de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels hebben op 7 juli 2007 de Nederlandse Fairtrade Gemeente campagne¹ geïntroduceerd. De medefinancieringsorganisatie ICCO sloot zich later aan en deze vier organisaties vormen nu de landelijke stuurgroep van de campagne.

In januari 2008 heeft op initiatief van Bureau Ver(?)Antwoord in Tilburg een eerste overleg plaatsgevonden van de werkgroep *Fairtrade Gemeente Tilburg*. In de werkgroep Fairtrade Gemeente zitten vertegenwoordigers van Bureau Ver(?)Antwoord, COS Brabant, studentenvereniging SIFE, Wereldwinkel Tilburg en enkele individuen. De werkgroep wil samen met de gemeente, ondernemers, organisaties en burgers bereiken dat Tilburg de titel 'Fairtrade Gemeente' behaalt. Om deze titel te behalen moet er aan een zestal criteria worden voldaan. Deze criteria, zoals vastgesteld in juli 2007, zijn:

1. Er is een lokale werkgroep actief die de initiatieven neemt om de titel te behalen. Nadien zorgt de groep voor de continuïteit van de Fairtrade Gemeente. De lokale werkgroep stelt jaarlijks een verantwoording op, waaruit moet blijken dat de gemeente nog steeds aan de criteria voldoet. De werkgroep is een heterogene groep met vertegenwoordigers uit verschillende werkterreinen, waaronder een vertegenwoordiger van de gemeente.
2. De Gemeente spreekt zich uit voor Fairtrade. De gemeenteraad en de verschillende gemeentelijke afdelingen vertalen hun steun voor Fairtrade in hun beleid en handelen hiernaar.

¹ Zie: www.fairtradegemeente.nl



Interieur Wereldwinkel Tilburg (foto: Miriam Martens)

3. In de plaatselijke winkels worden eerlijke producten verkocht, duidelijk zichtbaar. De plaatselijke horeca serveert Fairtrade producten.
4. Lokale organisaties (zoals scholen, kerken en verenigingen) en bedrijven gebruiken Fairtrade producten. Er worden activiteiten georganiseerd om de kennis over en de betrokkenheid bij Fairtrade te vergroten.
5. Media-aandacht. Er wordt een evenement georganiseerd bij het behalen van de titel, en een strategie ontwikkeld om de campagne lang in het nieuws te houden. Op de website van de landelijke campagne worden allerlei voorbeelden getoond en ideeën gegeven voor het behalen van voldoende media-aandacht.
6. Het zesde criterium is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, oftewel MVO. Dit is een procescriterium. Om Fairtrade Gemeente te worden, wordt in de gemeente een nieuw initiatief gelanceerd op het gebied van MVO. Er wordt over dit initiatief duidelijk gecommuniceerd. Om de titel te behalen én te behouden wordt ofwel een meerjareninitiatief opgestart, ofwel een kortlopend project gestart met de intentie jaarlijks aandacht voor het onderwerp te vragen en MVO lokaal aan te moedigen. Zo komt er, naast de aandacht die naar eerlijk consumeren gaat, via dit criterium ook aandacht voor sociaal verantwoord produceren in de gemeente.

Bij ieder criterium is ook een aantal indicatoren vastgesteld. Eén van de indicatoren behorende bij criterium 1 is de uitvoering van een lokale nulmeting. De werkgroep Fairtrade Gemeente Tilburg heeft in de periode mei–augustus 2008 metingen verricht en doet in dit rapport verslag van haar bevindingen. De uitgevoerde meting heeft betrekking op de criteria 2, 3 en 4. In de volgende paragrafen komen telkens van één criterium de indicatoren en de resultaten van de meting aan bod.

Hier in de inleiding wordt kort de stand van zaken met betrekking tot criterium 1, 5 en 6 weergegeven.

Criterium 1: Er is sinds januari 2008 een lokale werkgroep actief zoals in het begin van deze paragraaf beschreven. De werkgroep is onvoldoende heterogeen en ook de gemeente is niet vertegenwoordigd.

Criterium 5: Er is nog geen strategie ontwikkeld om media-aandacht te verkrijgen.

Criterium 6: Aan dit criterium is voldaan. De gemeente en COS Brabant hebben een MVO-prijs² ingesteld. Deze is op 23 oktober 2008 voor het eerst uitgereikt.

De werkgroep zal de komende maanden doorgaan met het uitvoeren van metingen om zo een nog completer beeld te krijgen van de verkrijgbaarheid van Fairtrade producten in Tilburg. Periodiek zal de werkgroep over de resultaten van de nulmeting rapporteren.

² Zie: www.mvoprijs.nl

2. Criterium 2

De gemeente spreekt zich uit voor Fairtrade

Indicatoren

a. De gemeente heeft aantoonbaar het besluit genomen deel te nemen aan de campagne. Er is bv een raadsbesluit of collegeprogramma beschikbaar waar dat uit blijkt.

► *Dit besluit is op 1 november 2008 nog niet genomen.*

b. 60% van het totale volume van de door de gemeente aangeschafte koffie en/of thee is FLO³ gecertificeerd. De gemeente zit voor deze producten in een traject richting 100% FLO gecertificeerd binnen 5 jaar.

► *Het percentage bedraagt al 100 %.*

c. In de kantines worden minstens 4 verschillende FLO gecertificeerde producten aangeboden.

► *De aan de gemeente gevraagde informatie is nog niet beschikbaar.*

d. In het aanbestedingsbeleid van de gemeente zijn de normen van Fairtrade (FLO/IFAT) opgenomen. Dit is terug te vinden in de preselectie documenten en het bestek van de relevante aanbestedingen als catering en bedrijfskleding.

► *Benodigde informatie is nog niet beschikbaar.*

e. Promotie uitingen in eigen communicatiekanalen: op weg naar de titel van Fairtrade Gemeente verwachten we dat de gemeente al haar interne en externe communicatiekanalen aanspreekt om de campagne bekend te maken onder de burgers en de eigen ambtenarij. Bewijsmateriaal hiervan moet overhandigd worden aan de landelijke jury die bepaalt of de gemeente de titel mag gaan dragen.

► *Nog niet van toepassing.*

f. De gemeente faciliteert de campagne (financieel en/of praktisch).

► *Er is door het college van B&W op 25 juni voorgesteld geen subsidie te verstrekken aan de werkgroep Fairtrade Gemeente Tilburg maar wel een bedrag van 5.000 euro toe te voegen aan de subsidie voor COS Brabant voor de campagne Fairtrade. Ambtelijk wordt bij Economische Zaken overlegd over deelname aan de werkgroep Fairtradegemeente.*



³ FLO: Fairtrade Labeling Organizations International. Zie: www.fairtrade.net

3. Criterium 3

Fairtrade is zichtbaar beschikbaar in winkels en horeca

Bij dit criterium is het aantal winkels en horecagelegenheden waar Fairtrade producten verkrijgbaar moeten zijn om aan de gestelde indicator te voldoen, afhankelijk van het inwonersaantal van de betreffende gemeente. Voor kledingwinkels, supermarkten en horeca valt Tilburg in de categorie van 200.000 inwoners of meer.

Kledingwinkels

Faire kleding is in deze campagne: kleding gemaakt van Max Havelaar gecertificeerd katoen en overige kleding met een sociaal duurzaam karakter, waaronder kleding wordt verstaan van deelnemers in de Fair Wear Foundation⁴ en kleding van organisaties aangesloten bij MADE-BY⁵.



Indicator

In minimaal 20 winkels zijn steeds minimaal vier verschillende kledingstukken 'fair' in één winkel, wil de winkel meetellen. Bijvoorbeeld een broek voor heren, T-shirt voor kinderen, ondergoed voor dames en een babytruitje.



Resultaat

Zoals in tabel 1 te zien is voldoen 15 winkels aan deze indicator.

Tabel 1: Resultaat kledingwinkels

Winkel	Adres	Fair Wear Foundation	MADE-BY	Aantallen
Intersport De Kort	R. Kranenburgpln 3	O'Neill, Gaastra, Mexx	Nomad	> 15
Noud van Loon	J. Opperheimerstr. 19	Gaastra		> 10
Open 32	Emmapassage 12	Mexx		> 10
Superfly	Nieuwlandstraat 2	Gsus Industries		> 10
The Company	Emmapassage 20	O'Neill, Gaastra	Kuyichi	> 10
Intersport Jan Hamers	Stadhuisplein 326	O'Neill, Falcon		9
Juffers & Heertjes	Telefoonstraat 36		Le big, Imps&Elfs	> 8
Sportief	Koningsplein 214	O'Neill, Gaastra	Nomad	> 5
Vive	Heuvelstraat 34	Expresso		> 5
Bacio Jonge Mode	Heuvelpoort 355-356		Imps&Elfs	> 4
De Rode Winkel	Heuvelstraat 64		Kuyichi	> 4
Men at Work	Heuvelstraat 8-10		Kuyichi	> 4
New Vulto	Westermarkt 8		Imps&Elfs	> 4
`t Verborgene kamertje	Molenstraat 13		Moodstreet	> 4
Zijne Hoogheid	Noordsstraat 86		Inti	> 4
Gimbrère	Heuvelstraat 2	Falcon		2

⁴ Zie: www.fairwear.nl

⁵ Zie: www.made-by.nl

Café's en restaurants

Indicatoren

Cafés: minimaal twee dranken op de kaart zijn Fairtrade. De café's tonen dat zij deelnemen aan de campagne.

Restaurants: minimaal twee gerechten hebben Fairtrade ingrediënten. Dit staat ook op de kaart vermeld.

Om als Tilburg aan deze indicatoren te voldoen moeten er in totaal minimaal twaalf horecazaken aan bovengenoemde indicatoren voldoen.

Resultaten

Tijdens de nulmeting is er gesproken met medewerkers van 104 verschillende horecazaken. Dit leverde vijf positieve reacties op. Het betrof in alle vijf de gevallen een café. Op basis van de voor deze meting gebruikte adreslijsten blijkt dat er in Tilburg wel meer dan 300 horecazaken zijn. Omgerekend naar dit aantal is de indicator behaald.

Door een aantal horecamedewerkers is ook geantwoord op de vraag 'Waarom zij geen Fairtrade producten gebruiken'. Veel voorkomende of frappante antwoorden op deze vraag luiden:

- 'Mijn leverancier verkoopt het niet.'
- 'Fairtrade? Wat is dat? Ken ik niet.'
- 'Drank is geen kinderarbeid.'

Een vrijwilligster die café's bezocht schreef bij haar rapportage:

'De meeste mensen willen wel iets, maar het is moeilijk omdat ze hun contracten met leveranciers hebben die geen FT producten in hun assortiment hebben. Misschien moeten we de groothandelaren benaderen en vragen of ze dat in hun pakket willen opnemen, zodat afnemers kunnen kiezen.'

Supermarktbranche

Indicatoren en resultaten

- Minimaal twintig supermarkten dienen zowel Fairtrade producten te verkopen op de versafdeling, in het thee en koffieschap en bij de overige kruidenierswaren. Acht van de 33 supermarkten voldoen aan deze indicator.
- Versafdeling: minimaal twee verschillende producten (denk aan ananas, banaan, mango, sinaasappel, etc.). Slechts 1 supermarkt voldoet aan deze indicator.
- Koffie- en theeschap: minimaal vier verschillende producten (denk aan thee, koffie, riet-suiker). Achttien supermarkten voldoen aan deze indicator.
- "Overigen in K&W afdeling" (kruidenierswaren): minimaal vier verschillende producten opgedeeld over de verschillende schappen:
 - Ontbijtschap: hagelslag, honing, chocopasta, etc.
 - Internationale straat: rijst, pasta's, noedels, etc.
 - Bier & Frisdrank: sappen.
 - Snoepafdeling: chocoladerepen, snoepjes, etc.

Tabel 2: Resultaten nulmeting supermarkten

Naam	Adres		Vers	K+T	KW	Totaal	KW per schap
Albert Heijn	J. Heynsstraat 10	Tilburg	5	8	28	39	Ja
Jumbo	Bart van Peltplein 1	Tilburg	0	8	18	26	-
Jumbo	Heyhoefpromenade 11	Tilburg	0	7	17	24	-
Albert Heijn	Buurmansenplein 1	Tilburg	0	3	19	22	Ja
Albert Heijn	Wagnerplein 52	Tilburg	1	8	13	22	Ja
Albert Heijn	Westermarkt 17	Tilburg	1	7	13	21	Ja
Albert Heijn	Heuneind 21	BE*	0	8	11	19	-
C1000	Amer 13	Tilburg	0	4	14	18	Ja
Jumbo	Broekhovenseweg 74	Tilburg	1	7	10	18	-
Super de Boer	Lieve Vrouweplein 11	Tilburg	1	4	11	16	Ja
Albert Heijn	Paletplein 33	Tilburg	1	5	7	13	Ja
Jumbo	Eikenbosch 17	BE*	0	3	9	12	-
Albert Heijn	Korvelplein 191	Tilburg	0	6	4	10	-
Jumbo	Lourdesplein 10	Tilburg	0	2	6	8	-
Albert Heijn	Piusplein 34	Tilburg	1	4	2	7	-
Plus	Heyhoefpromenade 41	Tilburg	0	5	2	7	-
Plus	Tongerloplein 23	UD*	0	5	1	6	-
Lidl	Kreverplein 1b	Tilburg	1	3	2	6	-
Lidl	Observantenhof 12	Tilburg	0	3	2	5	-
Plus	Besterdring	Tilburg	0	5	0	5	-
Plus	Burg vd Mortelplein 41	Tilburg	0	4	0	4	-
C1000	Wagnerplein 40	Tilburg	0	4	0	4	-
Em-té	Besterdring 29	Tilburg	0	4	0	4	-
Lidl	Boscheweg 296	Tilburg	0	2	2	4	-
Em-té	Lynsheike 8	Tilburg	0	3	0	3	-
Em-té	Westermarkt 38	Tilburg	0	3	0	3	-
Em-té	Tongerloplein 19	UD*	0	3	0	3	-
Nettorama Tilburg	Korvelseweg 225-227	Tilburg	0	1	0	1	-
Aldi	Wilhelminapark 48	Tilburg	0	0	0	0	-
Aldi	Bernadrusplein 24	Tilburg	0	0	0	0	-
Aldi	Spoordijk 72-74	Tilburg	0	0	0	0	-
Aldi	Transvaalplein 45	Tilburg	0	0	0	0	-
Aldi	Verdiplein 95	Tilburg	0	0	0	0	-

*Toelichting op de tabel: BE = Berkel Enschtot, UD = Udenhout

4. Criterium 4

Kennis over en gebruik van Fairtrade bij bedrijven en organisaties groeit

Evenals bij criterium 3 bestaat er ook bij dit criterium een relatie tussen het inwonersaantal en de gestelde indicatoren. Bij dit criterium is Tilburg ingedeeld in de categorie van steden met 100.000 inwoners of meer.

Indicatoren

Bedrijven en organisaties dienen aan te tonen dat zij eerlijke producten inkopen en meedoen aan de campagne-uitingen.

Van de bedrijven wordt minder educatieve inspanning verwacht dan van organisaties. Organisaties kunnen aandacht vragen voor Fairtrade tijdens bijeenkomsten en kunnen meedoen aan acties. Bijvoorbeeld scholen, vrouwenorganisaties, kerken, etc.

Om dit criterium te behalen moeten minimaal twintig bedrijven en minimaal dertig organisaties aan de indicatoren voldoen.

Bedrijven

Er is voor gekozen om de nulmeting uit te voeren door middel van een steekproef onder de doelgroep⁶. Er is voor een representatieve steekproef gekozen, omdat de omvang van het aantal te benaderen bedrijven en instellingen binnen de gemeente Tilburg te groot werd geacht om in zijn totaliteit te benaderen. De steekproef is uitgevoerd door middel van een telefonische enquête.

Resultaten

Van de 172 bedrijven die gebeld zijn, hebben 119 bedrijven mee gewerkt aan de enquête. De overige 53 bedrijven hebben geen antwoord kunnen geven om verschillende redenen. De meest voorkomende redenen waren geen tijd en geen gehoor. In tabel 3 is te zien hoeveel bedrijven Fairtrade-producten gebruiken.

Tabel 3: Resultaten telefonische enquête bij bedrijven

Bedrijven / Aantal werknemers	Geen respons	Geen gebruik	Totaal
Vanaf 5 tot 10	33	7	47
Van 10 tot 20	8	4	29
Van 20 tot 30	1	1	11
Van 30 tot 40	4	0	6
Van 40 tot 50	5	0	5
Vanaf 50	2	1	13
Totaal	53	13	106

Uit bovenstaande tabel blijkt dat in totaal 10,92% (13 van 119) van de bedrijven die respons gegeven hebben Fairtrade producten gebruiken. Indien het gevonden percentage losgelaten wordt op het bestand waaruit de steekproef is getrokken, dan betekent dit dat circa 189 bedrijven in Tilburg Fairtrade producten zouden gebruiken. Dit zou betekenen dat de indicator (= minimaal 20 bedrijven) zeer ruim wordt behaald.

⁶ Uitvoerige beschrijving van de wijze waarop de selectie van bedrijven heeft plaatsgevonden is te vinden in bijlage 1

De bedrijven die wel Fairtrade-producten gebruiken, gebruiken de volgende producten in de volgende combinaties:

- Chocolade, wijn, hagelslag
- Koffie (2x)
- Koffie en thee (3x)
- Suiker en melkpoeder⁷
- Koffiebonen (2x)
- Thee (1x)
- Koffie, thee, T-shirts, picknickmanden
- Koffie, suiker, melk⁸, koekjes

De reden dat bedrijven geen Fairtrade-producten gebruiken:

Reden	Aantal
Geen	44
Inkoop voorzien	18
Gewoonte andere koffie	12
Geen behoefte	10
Koffie-apparaat	9
Kosten	7
Onbekend met Fairtrade	3
Klein bedrijf	2
Niet op de hoogte	1
Totaal	106

Door geen van de bedrijven worden activiteiten georganiseerd om de kennis over Fairtrade-producten te vergroten.

Organisaties

Omdat de selectie van relevante – met een bepaalde omvang en economisch actief – lokale organisaties/instellingen niet goed mogelijk was, is voor de meting van deze groep gebruik gemaakt van het actuele klantenbestand van de Wereldwinkel Tilburg. 22 organisaties hebben in 2007 als grootverbruiker koffie, thee en kerstpakketten afgenomen van de wereldwinkel. De Wereldwinkel Tilburg heeft een groep zogenaamde “consignatiehouders” die voorlichting geven en producten verkopen op locatie. In overleg met de Landelijke Vereniging van Wereld-Winkels is vastgesteld dat deze groep mee mag tellen bij de nulmeting van georganiseerde activiteiten. Het betreft 14 lokale organisaties die dergelijke activiteiten organiseren. Enkel en alleen al op basis van deze gegevens van de Wereldwinkel is de indicator van minimaal dertig organisaties al behaald.

⁷ Opmerking: Fairtrade melkpoeder is voor zover mij bekend niet verkrijgbaar in Nederland (JV)

⁸ Opmerking: zie voetnoot 6.

5. Conclusies

Op basis van de nulmeting verricht bij de criteria 2,3 en 4 en de stand van zaken bij de criteria 1,5 en 6 is het voor de werkgroep duidelijk dat het behalen van de titel Fairtrade Gemeente voor Tilburg mogelijk is. Temeer daar de landelijke stuurgroep heeft bepaald dat er compensatie mogelijk is. Als 1 indicator niet wordt gehaald maar een andere ruim dan kan dit laatste dienen als compensatie.

Met het aantal *café's*, *bedrijven* en *organisaties* waar Fairtrade producten worden verkocht of aangeboden wordt voldaan aan voor Tilburg geldende indicatoren. Met deze *café's*, bedrijven en organisaties kan overleg gestart worden om te werken aan de zichtbaarheid van hun deelname aan de Fairtrade campagne. Ook is het interessant om te kijken of zij bereid zijn om mee te helpen om collega's mee over de streep te trekken zodat er in deze branches op nog meer plaatsen Fairtrade producten gebruikt gaan worden.

Bij de *restaurants* is het beeld minder rooskleurig maar het is mogelijk dat overleg met *café's* leidt tot ingangen in de restaurantwereld om ook daar activiteiten van de grond te krijgen.

De verkrijgbaarheid van producten in de *supermarkten* is nog ver onder de gestelde aantallen. Het is ook niet eenvoudig om op lokaal niveau hier veel aan te veranderen. Het vraagt een zeer gerichte aanpak van consumenten om supermarkten zover te krijgen dat zij een Fairtrade product aan hun assortiment toevoegen en dit product ook in het assortiment blijven houden. Gelukkig neemt het aantal bedrijven dat licentiehouders wordt bij de Stichting Max Havelaar voortdurend toe en leidt dit ook tot opname van nieuwe producten in de supermarktschappen. Het meest recente voorbeeld is de toetreding van Verkade tot het gezelschap van licentiehouders van het keurmerk.

Het minimaal aantal *kledingwinkels* dat behaald moet worden is op dit moment voor 75 % behaald. Vooral de toetreding van meer kledingmerken en kledingbedrijven tot de Fair Wear Foundation en MADE-BY zullen zorgen voor toename van dit percentage. Voor de werkgroep ligt er bij kleding vooral een taak in het informeren van de inwoners van Tilburg over de verkrijgbaarheid van deze faire kleding.

De *gemeente Tilburg* scoort al goed op enkele indicatoren maar haar participatie in de campagne is onvoldoende. Participatie kan in de vorm van menskracht, met financiële ondersteuning, in ondersteuning bij uitvoering van concrete activiteiten, door het ter beschikking stellen van netwerken of op andere wijze. Hopelijk resulteren zowel het gesprek met ambtenaren van Economische Zaken als de aanbidding van dit rapport tot concrete activiteiten waarin de gemeente Tilburg en de werkgroep beide hun inbreng hebben. De gemeente heeft een flinke bijdrage geleverd aan het behalen van het zesde criterium door ambtelijke uren vrij te maken voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en door de instelling van de MVO-prijs.

De *werkgroep* heeft behoefte aan uitbreiding. Zowel personen die concrete activiteiten mee willen uitvoeren als ambassadeurs vanuit bepaalde sectoren zijn welkom om de werkgroep te versterken.

Bijlagen

Bijlage 1: Onderzoeksmethode

In deze bijlage is aangegeven op welke wijze er te werk is gegaan bij de verschillende onderdelen van deze meting.

criterium 2

Voor het verkrijgen van antwoorden op de vraag in hoeverre de gemeente Tilburg aan de gestelde indicatoren voldoet, heeft er op 5 juni 2008 een gesprek plaatsgevonden met mevrouw Elrike Kortsmid (beleidsambtenaar Internationale Samenwerking bij de Gemeente Tilburg). De beantwoording van enkele vragen was op dat moment nog niet mogelijk. De beantwoording zal in een later stadium plaatsvinden.

criterium 3

Kledingwinkels

Op de websites van de Fair Wear Foundation en MADE-BY zijn de kledingmerken die aan deze initiatieven deelnemen vermeld. Vervolgens is op de websites van deze kledingmerken gezocht naar winkels in Tilburg waar deze merken te koop zijn. Deze winkels zijn bezocht en vaak is samen met een medewerker een rondgang door de winkels gemaakt en geteld hoeveel verschillende faire kledingstukken aanwezig waren van de betreffende merken.

Supermarkten

Vrijwilligers hebben 33 supermarkten bezocht en in deze supermarkten het aantal in de schappen aanwezige producten geteld.

Cafés en restaurants

Vrijwilligers hebben een bezoek gebracht aan, of telefonisch contact gehad met, medewerkers/ eigenaren van in totaal 104 café's of restaurants. Aan de hand van een lijst die is opgenomen in bijlage 2, is aan hen gevraagd of zij Fairtrade dranken schenken of Fairtrade ingrediënten gebruiken in hun maaltijden.

criterium 4

Er is voor gekozen om de nulmeting voor criterium 4 uit te voeren door middel van een steekproef onder de doelgroep. Er is voor een representatieve steekproef gekozen, omdat de omvang van het aantal te benaderen bedrijven en instellingen binnen de gemeente Tilburg te groot werd geacht om in zijn totaliteit te benaderen. De steekproef is uitgevoerd door middel van een telefonische enquête.

Voor de steekproef is gebruik gemaakt van een functionaliteit op de website van de Kamer van Koophandel, waarmee online adressen selecties gemaakt kunnen worden. Telefoonnummers zijn opgehaald van de website van Tilburg.com.

De aandacht is uitsluitend gericht op bedrijven. Instellingen (verenigingen en stichtingen) zijn niet meegenomen in de steekproef. Reden hiervoor is dat de selectie van relevante – van een bepaalde omvang en economisch actieve – instellingen niet goed mogelijk was. Voor de meting van deze groep is gebruik gemaakt van het actuele klantenbestand van de Wereldwinkel Tilburg.

Ook bij de selectie van bedrijven bleek dat niet alle in het handelsregister geregistreerde bedrijven relevant waren om te benaderen. De volgende criteria zijn aangehouden om bedrijven voor de steekproef te selecteren:

1. Ondernemingen
2. Hoofdvestiging
3. Gemeente Tilburg
4. Alle Branches
- 5, Economisch actief
6. Totaal (inclusief) parttime medewerkers

Hierbij is gekozen om bedrijven met minder dan 5 medewerkers niet te selecteren, omdat hier met name éénmanszaken naar voren kwamen. Bovendien kun je bij deze groep de vergelijking maken met een normaal gezin. Aangezien gezinnen niet behoren tot de doelgroep is gemeend, dat deze groep van bedrijven uitgesloten kon worden.

7. Alle rechtsvormen

Om van een representatieve steekproef te kunnen spreken is ingeschat dat circa 10% van het totaal aantal bedrijven geselecteerd zou moeten worden. Op de site van de Kamer van Koophandel komen telkens 10 bedrijven per pagina naar voren. Voor zover mogelijk is van elke pagina het eerste bedrijf geselecteerd.

Aantal medewerkers	Totaal	Selectie Steek-
Vanaf 5 tot 10	868 bedrijven	87 bedrijven
Van 10 tot 20	428 bedrijven	41 bedrijven
Van 20 tot 30	149 bedrijven	13 bedrijven
Van 30 tot 40	84 bedrijven	10 bedrijven
Van 40 tot 50	47 bedrijven	5 bedrijven
Vanaf 50	154 bedrijven	16 bedrijven
Totaal	1730 bedrijven	172 bedrijven

Vragenlijst

Na de introductie van de telefonist en het verzoek mee te werken aan de enquête werden twee vragen gesteld. Bij de eerste vraag werd antwoord gegeven over het gebruik van Fairtrade-producten en afhankelijk van dat antwoord werd verder gevraagd. Omdat het percentage bedrijven dat Fairtrade-producten gebruikt laag is, is ervoor gekozen om vraag 2 niet te stellen aan bedrijven die geen Fairtrade-producten gebruiken. Naar alle waarschijnlijkheid zullen bedrijven die geen Fairtrade-producten gebruiken ook geen activiteiten gerelateerd aan Fairtrade organiseren.

Vraag 1

Worden er in uw bedrijf Fairtrade producten gebruikt?

Zo ja, welke en hoeveel?

Zo nee, waarom niet?

Vraag 2

Worden er in of door uw bedrijf activiteiten georganiseerd die de kennis over Fairtrade producten vergroot?

Zo ja, welke?

Zo nee, waarom niet?

Bijlage 2: Antwoordformulier gebruikt bij bezoeken aan café's en restaurants

		(Eet-)Café:
		Adres:
		<i>Postcode:</i>
		<i>Woonplaats:</i>
		<i>Telnr.:</i>
		Naam teller:
		Datum telling:
Artikel	Aanwezig	Welke varianten zijn aanwezig.
	<i>Zet een kruisje in deze kolom als het product aanwezig is</i>	<i>Koffie: A = Aroma, B = Biologisch, C = Cafeïnevrij, G = Goud, S = Snelfitermaling Koffiepads: A = Aroma B = Biologisch, C = Cafeïnevrij</i>
Koffie en thee:		
<i>Koffie</i>		
<i>Koffiepads</i>		
<i>Thee</i>		
<i>Rietsuiker</i>		
Sappen:		
<i>Appelsap</i>		
<i>Sinaasappelsap Mango sap</i>		
<i>Tropisch sap</i>		
Wijnen (Zuid-Afrika) :		
<i>Rode wijn</i>		
<i>Witte wijn</i>		
Overigen:		
<i>Ben en Jerry ijs</i>		
Vers :		
<i>Ananas</i>		
<i>Banaan</i>		
<i>Sinaasappel</i>		
<i>Mango</i>		
<i>Citrus</i>		
<i>Orito's baby banaantjes</i>		
<i>Avocado, Druiven</i>		
<i>Sperziebonen</i>		



Arbeider op een bananenplantage (foto: Kare Viemose)

Colofon

Dit rapport is een uitgave van de Werkgroep Fairtrade Gemeente Tilburg.
Samenstelling Rob van Mierlo, Jetske Thielen en Jan Vugts
Tekstcorrectie Esther Maliepaard
Eindredactie Jan Vugts
Vormgeving Sander Neijns

De nulmeting is uitgevoerd door Bart de Bont, Daphne Kievit, Davy Oostrom, Dora Nuhoff-Wolfs, Farah van Valkenburg, Ingrid Heuveling, Ignas Jorritsma, Jetske Thielen, Marije van der Schaaf, Nellie Corstanje en Ramon van der Heijden.
Coördinatie nulmeting Jan Vugts

Nadere informatie
Werkgroep Fairtrade Gemeente Tilburg
Secretariaat:
Bureau Ver(?)Antwoord
t.a.v. Jan Vugts
Spoorlaan 346
5038 CC Tilburg
013 – 542 55 87
jan@bureauverantwoord.nl

November 2008

Werkgroep Fairtrade Gemeente Tilburg

Secretariaat:
Bureau Ver(?)Antwoord
t.a.v. Jan Vugts
Spoorlaan 346
5038 CC Tilburg
013 – 542 55 87
jan@bureauverantwoord.nl