



De Week van Ons Eten 2026

Missie

De Week van Ons Eten stimuleert in Nederland waardering voor ons voedsel.

Visie

Ons voedselsysteem is een sterke, innovatieve en duurzame sector waarvan mensen in Nederland de waarde inzien:

1. voor onze gezondheid
2. van de inzet op volhoudbaarheid
3. als sociaal bindmiddel (goed leven)
4. als economische en strategische (geopolitieke) waarde voor ons land (economische factor van betekenis, innovatie, scholing)

De Week van Ons Eten 2026

De Week van Ons Eten is meer dan de eerste week in oktober, hoewel daarop wel de nadruk ligt. In het hele land vinden activiteiten plaats op initiatief van allerlei partners. In de centrale activiteiten van De Week van Ons Eten speelt voedseleducatie een belangrijke rol. Het centrale programma voor 2026 is in concept:

- De Kick Start Show op 11 maart 2026
- Een Netwerkdiner op 19 mei 2026 als officiële start
- Een Netwerkdiner op 1 september 2026
- De Week van ons Eten (3 t/m 10 oktober 2026) met o.a.:
 - o De opening op vrijdag 2 oktober in de Provincie Drenthe/gemeente Midden-Drenthe
 - o Markten op zaterdag 3 en zondag 4 oktober
 - o De Voedselrede op maandag 5 oktober (politiek netwerk)
 - o Dinsdag 6 oktober Aardappeldag
 - o Dinsdag 6 oktober start Burgemeestersontbijt (t/m 9 oktober)
 - o Woensdag Gehaktdag op woensdag 7 oktober
 - o De Nationale Groente & Fruitdag op donderdag 8 oktober
 - o Vrijdag Visdag op vrijdag 9 oktober
 - o De afsluitende Ontmoet De Boer Dag op zaterdag 10 oktober
- De provinciale Waarde-Ringen

De noodzaak tot een positieve verbinding tussen primaire producenten, de agrifoodwereld en het Nederlandse publiek wordt steeds sterker gevoeld. De Week van Ons Eten wil eraan bijdragen dat boeren, tuinders, vissers, de bedrijven en organisaties om hen heen een beter gesprek aangaan met de samenleving en er een gerespecteerd en geïntegreerd onderdeel van zijn.

Daar hoort een open karakter bij: een open en positieve platformfunctie, mede gedragen door partners, bijvoorbeeld om (korte keten-) initiatieven te ondersteunen. Alle partijen kunnen meedoen mits ze positief zijn over zichzelf en respectvol over de ander.

Dat moet in 2027 leiden tot De Week van Ons Eten die 50% van Nederland herkent, die nieuwswaardig is met





betrokkenheid van landelijke media, met betrokkenheid van een veelvoud aan partners die de waarde van De Week inzien om de relatie met de consument of collega's te versterken en met een opening door de minister-president of de koning of koningin.

Het groeiende succes van de Week van Ons Eten laat zien dat de belangstelling voor voedsel en de herkomst ervan toeneemt. Tegelijkertijd is in de afgelopen decennia – vanaf ongeveer 1975 – het idee ontstaan dat voedselvoorziening vanzelfsprekend is: dat er altijd voldoende beschikbaar is en dat het onderwerp daardoor minder maatschappelijke en politieke aandacht nodig heeft.

Juist nu biedt dat een kans. De actualiteit maakt duidelijk dat het waardevol is om samen het verhaal achter ons voedsel opnieuw voor het publiek zichtbaar te maken: hoe we zorgen voor voedselzekerheid, hoe de keten werkt en welke rol boeren/tuinders/vissers, bedrijven, organisaties en onderwijs spelen in een gezond en toekomstbestendig voedselsysteem.

De aandacht in het debat richt zich momenteel sterk op thema's als de impact van de primaire sector, stikstof, leefomgeving, gezondheid, de toekomst van onze eiwitvoorziening en vragen over (ultra-)bewerkte voeding. Dat biedt kansen om voedsel opnieuw hoog op de agenda te plaatsen, en ruimte om het verhaal breed, genuanceerd en constructief te vertellen.

Er is actueel behoefte aan een genuanceerd en verbindend verhaal over een gezond en gebalanceerd dieet, over voedselzekerheid en over de waarde van ons voedselsysteem. Het is belangrijk dat we elkaar vinden in een gezamenlijk verhaal, waarmee er ruimte is om de dialoog te versterken en polarisatie om te buigen naar samenwerking.

Dat is een verantwoordelijkheid voor ons allen. Voor overheden, voor bedrijven, voor onderwijs. Partijen die zich nog niet verbonden hebben aan De Week van Ons Eten bieden we laagdrempelige mogelijkheden om te helpen de impact te vergroten. De Week van ons Eten kan immers een krachtig platform zijn om de communicatie meer interactief te maken en beter aan te sluiten bij vragen en behoeften in de samenleving.

Nieuw regeerakkoord

Daarbij sluit de Week van Ons Eten perfect aan op het nieuwe regeerakkoord. Naast de bekende doelstellingen – voldoende, kwalitatief goed en betaalbaar voedsel – krijgen ook gezonde voeding en duurzaam geproduceerde voeding nadrukkelijk aandacht. Gezonde voeding wordt gekoppeld aan preventiebeleid, leefstijl en betaalbaarheid. De voedselrede kan daarbij uitgroeien tot een strategische pijler: een jaarlijks moment om richting te geven, te inspireren en samen koers te bepalen.

Dit alles onderstreept dat de Week van Ons Eten op een uitstekend moment komt: er is meer aandacht voor voedsel dan ooit, en er is volop gelegenheid om gezamenlijk te laten zien hoe sterk, innovatief en toekomstgericht het Nederlandse voedselsysteem is.

Doelgroep

De hele Nederlandse samenleving is de scope van De Week van Ons Eten omdat iedereen eet. In de uitvoering streven we ernaar om allerlei initiatieven die passen binnen De Week van Ons Eten een plaats te geven. Een groot aantal publieksactiviteiten betreft en inspireert de meest uiteenlopende doelgroepen, waarbij voedseleducatie met name gericht op kinderen, jongeren en hun ouders een belangrijk aspect is. Via de netwerkactiviteiten worden bedrijven, overheden en onderwijs met elkaar verbonden.

De totstandkoming

De Week van Ons Eten, initiatief van de Stichting Dutch Agri Food Week, kan worden vormgegeven dankzij





subsidies en partnerbijdragen. De ministeries van LNV en VWS, diverse provincies en gemeenten, onderwijsinstellingen en bedrijven dragen bij om De Week tot een succes te kunnen maken. Dat gebeurt op basis van een systeem van partnerships (subsidieverstrekker, lead partner, supportpartner, educatiepartner, mediapartner, partner en netwerkpartner) waardoor elke partij op een eigen gepast niveau kan bijdragen, waarbij geen tegenprestaties worden afgesproken die marketing-gericht zijn. De tegenprestatie zit in publieke betrokkenheid en het onderdeel zijn van het netwerk, waarbij de partners door hun eigen communicatie-inspanningen bijdragen aan de bekendheid van De Week. Daarbij kan De Week van Ons Eten o.a. voor bedrijven, (educatie)partners, provinciale/lokale overheden ondersteuning bieden.

We streven ernaar om ons partnernetwerk verder uit te bouwen, maar tegelijkertijd de band met de huidige partners te verstevigen. We willen het netwerk graag uitbreiden, met name met vertegenwoordigers uit de tuinbouwwereld en de gezondheidszorg, lokale partners en gemeenten. Het werven van partners is een continu proces, voor het projectbureau en voor het bestuur. De gelden worden besteed aan organisatie en communicatie. Het beheer wordt gevoerd door een administratiekantoor. Elk jaar voert een daartoe gemachtigde accountant een accountantscontrole uit waarvan de rapportage naar de subsidieverstrekkers gaat.

