

# Dierenwelzijn Albert Heijn

Wij nemen onze verantwoordelijkheid op dierenwelzijn door veel samen te werken. Zo zetten we stappen om dierenwelzijn te borgen binnen onze dierlijke ketens. Dat doen wij, onder anderen, door middel van dierenwelzijn certificeringen, het ondersteunen van onderzoeken op dierenwelzijn, maar ook door het opzetten van onze eigen Beter Voor-programma's.

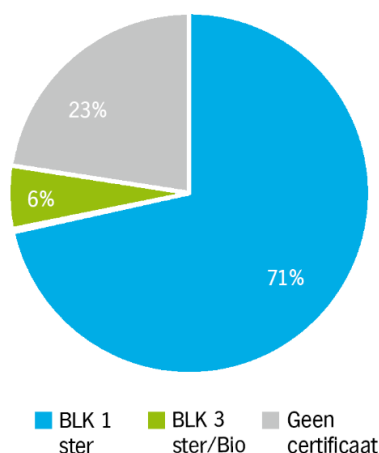
- Voor Albert Heijn eigen merk varken, kip en eieren, werken wij samen met leveranciers om als minimum aan het Beter Leven Keurmerk van de Dierenbescherming of het Biologisch Keurmerk te voldoen.
- Voor Albert Heijn eigen merk Nederlandse zuivel en kaas, onze ketens van dichtbij, hebben we een Beter Voor-programma opgezet om nog meer grip te hebben op dierenwelzijn en onze relatie met de boeren en de natuur. Daarnaast hebben we ook zuivel- en kaasproducten met het Biologisch Keurmerk.
- Voor Albert Heijn eigen merk vis eisen wij MSC- of ASC-certificering, of het Biologisch Keurmerk.
- We stellen bovenwettelijke duurzaamheidseisen op Albert Heijn eigen merk-producten en publiceren dit jaarlijks in ons duurzaamheidsverslag. Naast eigen merk-producten kunnen klanten ook A-merk producten bij ons kopen. Wij hebben daarom gekozen om transparant te zijn over het dierenwelzijnsstatus van beide merken; eigen merk en A-merk. We kijken naar ons assortiment binnen relevante productgroepen, waar het hoofdbestanddeel dierlijk is. De verhouding is bepaald op basis van omzet per kilogram verkocht product, gesplitst per certificering.

## Varkensvlees

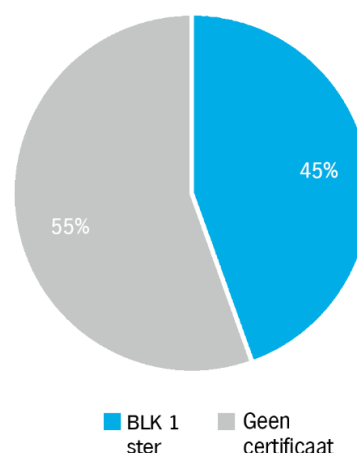
In ons duurzaamheidsverslag van 2020 hebben wij gerapporteerd over ons varkensvlees uit Nederland. 100% van ons varkensvlees uit Nederland binnen vlees en vleeswaren is gecertificeerd (waarvan 96% BLK1, 1% BLK2, en 3% BLK3). Omdat we voortgang willen blijven maken hebben we ervoor gekozen onze scope uit te breiden.

Binnen deze exercitie hebben wij de scope breder getrokken, en kijken wij nu naar de omzet met varken als bestanddeel in de productgroepen vlees, vleeswaren, diepvries (snacks en vlees), conserven, droge worst, borrel en belegsalades. In 2020 was op basis van de bredere scoping van ons eigen merk verkoop 71% van de BLK 1 ster gecertificeerd, en 6% BLK 3 sterren/biologisch. In 2020 was 45% van de A-merk BLK 1 ster gecertificeerd.

**% Eigen merk varken BLK/Bio keurmerk**



**% A-merk varken BLK/Bio keurmerk**



Van de gehele omzet op de relevantie producten met varken als bestanddeel was 82% van onze omzet afkomstig van onze eigen merk-producten, en 18% van onze A-merken.

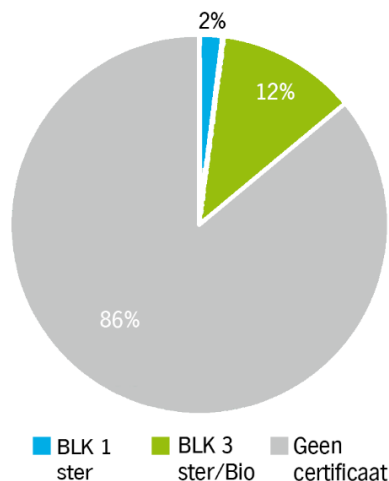
*Extra toelichting:*

- Met name voor de buitenlandse varkensboeren die vlees aan ons leveren voor ons eigen merk Italiaanse en Spaanse varkensproducten hebben we geen BLK-certificering. Momenteel doen we een inventarisatie en benchmark ten opzichte van Beter Leven certificering van de certificering van deze buitenlandse ketens op het gebied van welzijnsnormen.
- We verkopen ook varkensvlees met BLK 2 sterren van Annechien. Dit varkensvlees levert minder dan 1% van de omzet en komt daarom niet terug in het diagram, maar is wel belangrijk want het is het eerste Nederlandse BLK 2 sterren varkensvlees. Er wordt veel zorg besteed aan dierenwelzijn. Zo kunnen de scharrelvarkens in de darterstal van Annechien binnen en buiten scharrelen, en hebben ze meer ruimte, kunnen ze spelen, of in het stro liggen.

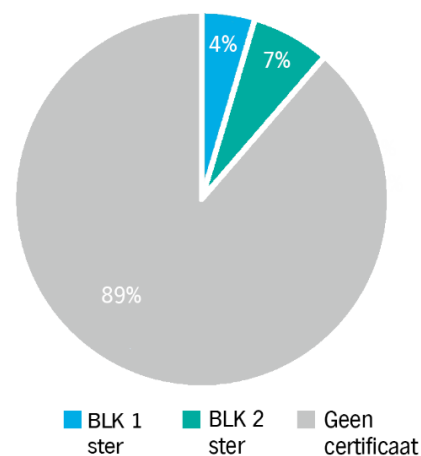
## Rundvlees

Voor rundvlees hebben we gekeken naar de omzet met rund als bestanddeel in de productgroepen vlees, vleeswaren, diepvries (snacks en vlees), conserven, droge worst, borrel en belegsalades. In 2020 was op basis van de bredere scoping 2% van de eigen merk omzet BLK 1 ster gecertificeerd en 12% BLK 3 sterren/biologisch. In 2020 was 4% van de A-merk BLK 1 ster gecertificeerd en 7% BLK 2 sterren.

**% Eigen merk rund BLK/Bio keurmerk**



**% A-merk rund BLK/Bio keurmerk**



Van de gehele omzet op de relevante producten met rund als bestanddeel van de relevante productgroepen was 85% van onze omzet afkomstig van onze eigen merk-producten, en 15% van onze A-merken.

*Extra toelichting:*

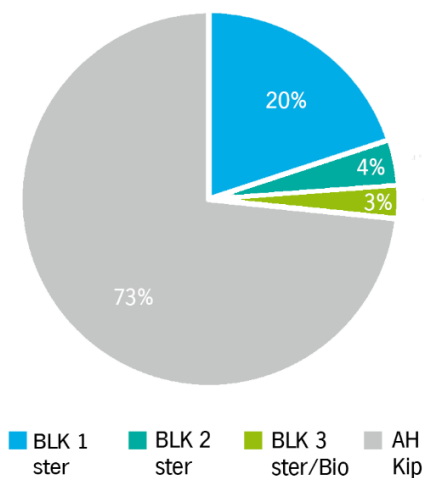
- Wij hebben een aantal rundproducten onder het Beter voor Koe, Natuur & Boer programma geïntroduceerd. Dit betekent dat na het leven als melkkoeien onder het Beter voor Koe, Natuur & Boer programma, de koeien goed worden verzorgd in een ruime, comfortabele stal zodat ze uit kunnen groeien tot volwaardige vleeskoeien. Zo kunnen we diervriendelijker en smaakvol vlees maken dat van onze boeren van dichtbij komt. Inmiddels ligt dit vlees al in 25 winkels en we breiden dit uit naar 250 winkels. In 2022 heeft Albert Heijn dit Nederlandse rundvlees in alle winkels liggen.
- 7% van ons ongecertificeerde rundvlees komt van onze Greenfields koeien. Zit zijn koeien van Ierse afkomst, en staan het grootste deel van het jaar zo veel mogelijk buiten. Al onze Greenfields leveranciers zijn SBLAS-gecertificeerd en voldoen hiermee aan EU-regelgeving en bovenwettelijke eisen op het gebied van dierenwelzijn, voedselveiligheid, milieu en traceerbaarheid.

## Kip

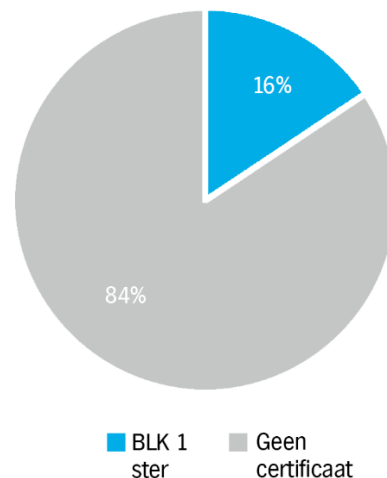
Het grootste gedeelte van de kip die verkocht wordt door Albert Heijn is onder ons eigen merk. In 2014 introduceerde Albert Heijn de nieuwe AH Kip, een langzamer-groeiend ras kip die ook over meer leefruimte beschikte. In ons duurzaamheidsverslag van 2020 hebben wij gerapporteerd over onze kip. 79% was onze AH Kip, 16% BLK1, 1% BLK2 en 4% BLK3/Biologisch. Omdat we voortgang willen blijven maken hebben we ervoor gekozen onze scope uit te breiden.

Binnen deze exercitie hebben wij ons scope breder getrokken en gekeken naar de omzet van kip (exclusief ei) als bestanddeel in de productgroepen kip en gevogelte, vleeswaren, diepvries (snacks en vlees), conserven, droge worst, borrel en belegsalades. In 2020 was op basis van de bredere scoping 20% van de eigen merk omzet BLK 1 ster gecertificeerd, 4% BLK 2 sterren en 3% BLK 3 sterren/Biologisch. In 2020 was 84% van de A-merk niet gecertificeerd en was 16% BLK 1 ster.

**% Eigen merk kip BLK/Bio keurmerk**



**% A-merk kip BLK/Bio verhouding**



Van de gehele omzet op de relevante producten met kip als bestanddeel van de relevante productgroepen was 83% van onze omzet afkomstig van onze eigen merk-producten, en 17% van onze A-merken.

### Extra toelichting:

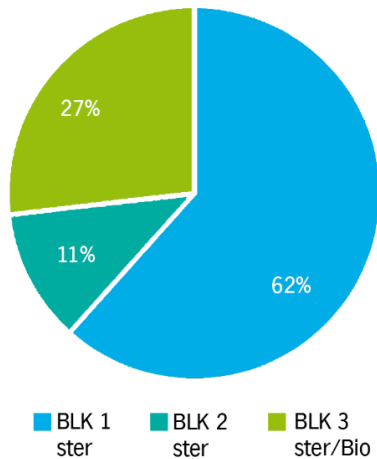
- Samen met 200 vaste Nederlandse pluimveehouders zetten we de komende jaren een grote stap vooruit op het gebied van dierenwelzijn, klimaat en transparantie in de kippenketen. Zo ligt er in 2023 alleen vlees van scharrelkippen met minimaal BLK1 ster in onze schappen. Eind 2021 geldt dit al voor onze kipvleeswaren. Dit is als onderdeel van het programma Beter voor Kip, Natuur & Boer.

## Eieren

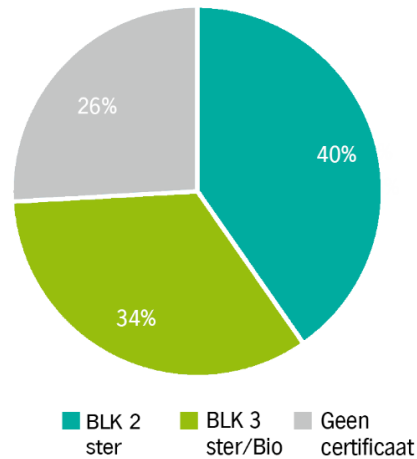
Voor eieren hebben we gekeken naar al onze verse eieren.

In 2020 was op basis van de bredere scoping 62% van de eigenmerk omzet BLK 1 ster gecertificeerd, 11% BLK2 ster, en 27% BLK 3 sterren/Biologisch. In 2020 was 40% BLK 2 sterren en 34% BLK 3 sterren/Biologisch.

**% Eigen merk eieren BLK/Bio keurmerk**



**% A-merk eieren BLK/Bio keurmerk**



Van de gehele omzet van onze verse eieren was 85% afkomstig van onze eigen merk-producten, en 15% van onze A-merken

### Extra toelichting:

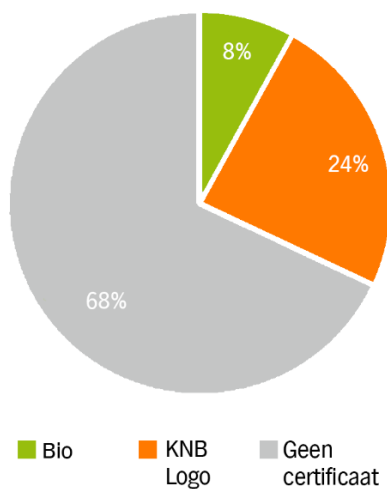
- Naast dat al onze eieren minimaal BLK1 ster hebben, zijn ook alle eieren die als ingrediënt verwerkt worden in eigen merk-producten minimaal scharreleieren.
- Van al onze BLK3 ster eigenmerkeieren is bijna een kwart Rondeel. In het Rondeel hebben kippen een prettiger leven omdat wij rekening houden met al hun natuurlijke behoeften. De kippen kunnen bijvoorbeeld de hele dag vrij naar buiten en binnen en hebben alle ruimte om rond te lopen. De kippen scharrelen in de beschutte bosrand en kunnen op zijn tijd een zandbad nemen. We verkopen deze eieren al sinds 2010.
- Elk ei heeft een code. Met die code is het productieketen van de eieren inzichtelijk en kan de klant alle stappen volgen die de pluimveehouders zetten.

## Zuivel

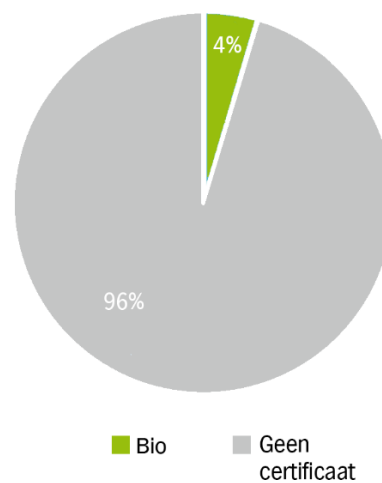
Voor onze zuivel- en kaasproducten hebben we gekeken naar onze omzet op basis van de categorieën zuivel en kaas in productgroepen (houdbare) zuivel, kaas, toetjes en boter. Hierbij is diepvries niet mee meegenomen. Op zuivel zetten wij met onze eigen merkproducten in op ons Beter voor Koe, Natuur & Boer-programma. Met dit programma zal de groep aangesloten melkveehouders verdere stappen zetten op met name het gebied van klimaat, biodiversiteit en dierenwelzijn, waarbij koe, natuur en boer met elkaar in balans zijn. Het comfort van de koeien is belangrijk. Zo is er voor elke koe een zacht ligbed en is er extra aandacht voor de gezondheid en welzijn van kalfjes. We gaan met dit programma een stap verder dan Planet Proof. En zo weten we precies waar onze zuivel vandaan komt. Milieu Centraal beoordeelde het programma als 'top bedrijfslogo'.

In 2020 was op basis van onze zuivel en kaas 8% biologisch en 24% afkomstig van ons Beter voor Koe, Natuur & Boer-programma. In 2020 was 4% van de omzet van de A-merk producten Biologisch.

**% Eigen merk zuivel en kaas KNB/Bio keurmerk**



**% A-merk zuivel en kaas Bio keurmerk**



Van de gehele omzet van onze zuivel en kaas was 53% afkomstig van onze eigen merk-producten, en 47% van onze A-merken.

### Extra toelichting:

- Zoals aangegeven richten wij ons op het eigen merk assortiment op ons Beter voor Koe, Natuur & Boer programma. In 2021 zijn er 450 melkveehouders aangesloten. Veel producten van deze melkveehouders voeren al het Beter voor Koe, Natuur & Boer logo, maar nog niet allemaal.

## Vis

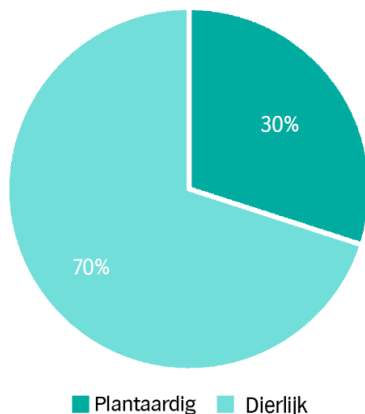
Omdat er voor vissen nog geen gelijkwaardig keurmerk is, pakken we het anders aan. 95% van onze vis MSC of ASC gecertificeerd is en alle overige vis afkomstig is van een betrouwbaar Fishery of Aquaculture verbeterprogramma (FIP/AIP) of onderzocht als laag risico (groen) door een externe partij zoals de Institute for Agriculture and Fisheries Research (ILVO). Hierover is meer te lezen op onze pagina over [vis](#). Naast deze keurmerken heeft 1% van onze omzet op vis het biologische keurmerk.

## Eiwitverhouding

Via de voedselconsumptiepeiling heeft het RIVM berekend uit welke bronnen een gemiddelde Nederlander haar eiwitten haalt. Op basis van deze gegevens is de huidige landelijke verhouding van 60% dierlijke eiwitten en 40% plantaardige eiwitten tot stand gekomen. Om de verhouding van Albert Heijn te bepalen hebben we zo goed mogelijk dezelfde scope gebruikt. Er is nog geen eenduidige rekenmethode voor supermarkten, maar we blijven hiermee in gesprek met de GPA, Natuur & Milieu en het CBL om hier mogelijk aan bij te dragen. Door transparant te zijn over onze methode hopen we gezamenlijk op te kunnen treden om allemaal op een gelijk meetbare manier bij te dragen aan de eiwittransitie.

Op basis van de beschikbare data en de huidige methodiek was in 2020 was bij Albert Heijn 70% van de eiwittenverkoop dierlijk en 30% plantaardig.

**% Eiwitverhouding plantaardig en dierlijk**



Van onze totale omzet in 2020 was 12% afkomstig van vlees, gevogelte, vis en onze vleeswaren. Voor eieren, kaas en zuivel was dit 11%.

### Methodiek

Via het de consumptievoedselpeiling heeft het RIVM berekend wat een gemiddelde Nederlander eet. Op basis van het gehele voedingspatroon hebben ze berekend uit welke bronnen de eiwitten komen. Hierbij nemen ze alle voedselproducten mee, van vlees tot brood tot gebak. Om aan te sluiten bij het RIVM en het Voedingscentrum hebben wij daarom voor onze berekening ons gehele assortiment meegenomen, met uitzondering van onze non-food, diervoeding en food service productgroepen. Deze laatste groep blijft buiten beschouwing omdat deze nog niet aan kan sluiten op onze huidige rekenmethode. We nemen in onze berekening eigen merk-producten en A-merken mee. Ons uitgangspunt is de verkochte hoeveelheid eiwitten in kilogrammen. Deze eiwitkilogrammen zijn bepaald op basis van het percentage eiwit per product keer het totaal aantal verkochte producten. We nemen dus niet andere voedingsstoffen mee en kijken alleen naar het eiwitaandeel. Vervolgens tellen we alle vegan/plantaardige producten met eiwitten als plantaardige eiwitten. De rest van de producten tellen mee als dierlijke eiwitten. Omdat we ons gehele assortiment meenemen komen we ook producten tegen die een mix van dierlijke en plantaardige eiwitten hebben, zoals bijvoorbeeld maaltijden. Momenteel kunnen we deze eiwitten nog niet splitsen. Indien er dierlijk én plantaardig eiwit in een product aanwezig was hebben we het product als dierlijk benoemd. Op die manier komen we uit op een verhouding van 70% dierlijk en 30% plantaardig. Om de manier van meten verder te verbeteren werken wij o.a. samen met Natuur & Milieu, het Centraal Bureau Levensmiddelen (CBL), en de Green Protein Alliance (GPA) om met elkaar de eiwittransitie vorm te geven. Wij hopen daarmee ook de meetmethode te verfijnen, en meer concrete, retail specifieke targets te kunnen zetten en acties te kunnen ondernemen om die bijdragen bij te dragen aan de Nederlandse eiwittransitie.