

Albert Heijn – Gezondheid

Introductie

Eten en drinken speelt een essentiële rol in het oplossen van de grote uitdagingen in de maatschappij. Wat je eet is belangrijk voor je lijf, maar ook voor je sociale en fysieke omgeving. Daarom is onze missie: **Samen beter eten bereikbaar maken. Voor iedereen.** De missie rust op 3 pijlers: beter eten verbindt, beter eten is de wereld beter achter laten en beter eten is beter leven. Waar de eerste twee pijlers gaan over de sociale rol van eten en de effecten op onze planeet, gaat de laatste pijler over het effect op je eigen gezondheid.

Beter eten is beter leven

We willen graag lekker in ons vel zitten en elke dag genieten van het leven. Zo lang mogelijk. Genieten van eten en drinken hoort daar zeker bij. Tegelijkertijd komen welvaartsziekten steeds meer voor en zijn verleidingen lastig te weerstaan. Meer bewustzijn voor wat eten voor je kan betekenen en het makkelijker, en betaalbaarder maken van verse, gevarieerde en gezonde voeding, zorgt dat een gezonde leefstijl binnen het bereik komt van iedereen.

Wanneer we praten over gezonde voeding of gezonde recepten, betekent dit dat we de richtlijnen van de Schijf van 5 van het Voedingscentrum gebruiken. Daarbinnen zijn er een aantal voedingsadviezen die wij middels onze missie extra willen bevorderen, dit zijn meer consumptie van groente en fruit en vezels.

We helpen klanten op 3 manieren om de gezonde keuze de makkelijke te maken; door hen te inspireren, te informeren en een relevant aanbod te bieden. Daarnaast vinden we ook de gezondheid van onze inmiddels meer dan 100.000 collega's belangrijk en willen we hen daarin helpen.

Informereren

We willen onze klanten op alle mogelijke manieren en plekken helpen om een gezondere keuze te kunnen maken, dit doen we online, via de app en in de winkel.

Nutri-Score

De overheid heeft eind 2019 gekozen voor Nutri-Score als voedselkeuzelogo in Nederland. Naar verwachting zal het logo in het najaar van 2022 toegestaan zijn op de verpakking. Het doel van het logo is tweeledig: 1. de consument helpen binnen het schap een gezondere keuze te maken en 2. het stimuleren van herformuleringen om de samenstelling van voedingsmiddelen te verbeteren. Albert Heijn voert een aantal pilots uit om te zien hoe de klant op de beste manier te helpen met Nutri-Score. Sinds begin 2022 staat het logo online, in de app en op de elektronische schapkaartjes vermeld voor 5500 producten en daarnaast ook op producten van A-merken die dit al op de verpakking vermelden. De uitkomsten van deze pilots worden gedeeld met het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) en andere belanghebbenden. Daarnaast maakt Albert Heijn via het Centraal Bureau voor Levensmiddelen (CBL) onderdeel uit van de onderzoekssamenwerking Transparant Gezond en Duurzaam in samenwerking met de Universiteiten van Wageningen en Groningen.

Nutri-score stimuleert ook productverbetering. Zo hebben we in het tussendoorschap meer producten met Nutri-score A/B geplaatst en bestaat bij de kassa's 50% van het assortiment uit producten met een A of B score.

Er wordt gemonitord welk deel van de verkoop van eigen merk levensmiddelen bestaat uit Nutri-score A/B producten, dit wordt de Healthy Living Sales (HLS) genoemd. In 2021 was de HLS 55,3%.

Volkoren

Op onze broden op de versafdeling is de vezelwijzer te vinden. Met een afbeelding met 1, 2 of 3 korenaren wordt aangegeven of een brood weinig vezels bevat (≤ 3 gram), een bron van vezels (> 3 gram ≤ 6 gram) is of rijk aan vezels is (> 6 gram). Daarnaast zijn alle volkoren broden voorzien van een groene sticker met de term "volkoren" erop. Op deze manier wordt het de klant makkelijker gemaakt meer vezels te eten.

Andere dieetwensen

Op ah.nl en in de app tonen we slimme filters die de consument helpt kiezen voor verschillende leefstijlbehoeftes zoals vegetarisch, veganistisch, laag in suiker, laag in zout en ook filters voor producten zonder gluten, lactose etc. We monitoren continue naar de behoeften van de klant en kijken naar mogelijkheden om uit te breiden. In de winkel zijn schapkaartjes te vinden bij biologische en veganistische producten, zodat de klant daar niet naar hoeft te zoeken.

FoodFirst leefstijlcoach app

De FoodFirst leefstijlcoach is een gratis app die helpt om stap voor stap nieuwe gezonde doelen te behalen. De klant kan via challenges in kleine stapjes zijn gedrag veranderen op het gebied van voeding, beweging, slaap en ontspanning. Experts en leefstijlcoaches geven adviezen en inspiratie die de klant op weg helpen naar een gezondere leefstijl. Dit doen ze middels recepten, oefeningen en het geven van informatie. Inmiddels wordt de app al door zo'n 200.000 klanten gebruikt.

Inspireren

We weten dat de meest gestelde vraag onder klanten is: wat eten we vandaag? Wij willen hen helpen op een makkelijke manier elke dag een gezonde maaltijd klaar te kunnen maken. Dit doen we door op onze website allerlei handige tips, lijstjes en recepten te delen. Hierbij valt te denken aan bijvoorbeeld een gezond weekmenu, tips hoe je goedkoop én gezond boodschappen doet of feiten en labels over water drinken. In de app kun je al je favoriete recepten opslaan en filteren op bijvoorbeeld gezond of budget. We richten ons ook op betaalbaarheid middels onze campagne 'Gezond koken onder de 2 Euro'. In de winkel is genoeg inspiratie te vinden. Zo ligt de Allerhande in de winkel en zijn er ook losse receptenkaartjes met ideeën voor een gezond ontbijt, lunch en avondeten.

Voor onze zakelijke klanten zoals instellingen voor ouderen, gehandicapten en kinderdagverblijven geven we ook online inspiratie. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om recepten gericht op deze specifieke doelgroepen zoals avondmaaltijden voor ouderen en gezonde tussendoortjes voor kinderen.

Beter Eten Festival

In 2022 hebben we voor het eerst het Beter eten festival georganiseerd. Bedoeld voor al onze medewerkers en klanten die geïnteresseerd zijn om meer te weten over wat voeding voor jezelf en voor je omgeving kan betekenen. Er waren verschillende sprekers die vertelden over voeding, de nieuwste innovaties op het gebied van beter eten konden worden bekeken en geproefd en er waren bijvoorbeeld ook workshops van onze FoodFirst experts. Op deze manier konden wij onze nieuwe missie direct met de klant delen.

Relevant aanbod

Nieuw aanbod toevoegen aan het assortiment

Om bij te kunnen dragen aan de consumptie van groente en fruit hebben we steeds meer makkelijke maaltijd oplossingen in onze schappen. Zo zijn er de gesneden en ongesneden verspakketten die met het seizoen meegaan en makkelijk en snel te bereiden zijn. Ook hebben we pureersoepen, groente pasta en salades met de dagelijks aanbevolen hoeveelheid groente. Door te blijven innoveren op dit soort producten kunnen we de klant helpen op weg naar meer groente op meerdere momenten van de dag.

Ook werken we aan het toevoegen van meer volkoren producten bijvoorbeeld bij het brood, pasta en broodvervangers.

Ten slotte willen we in de schappen ook meer plantaardige keuzes bieden door middel van meer plantaardige alternatieven maar ook door het aanbod plantaardige producten zoals peulvruchten en noten te vergroten.

Verbeteren huidig aanbod

Om onze producten te verbeteren en om de gezondere keuze makkelijker te maken, werken we er continu aan om de hoeveelheid suiker, zout en verzadigd vet te verminderen en de hoeveelheid vezels te verhogen. Afgelopen jaren hebben we hier zelf, maar ook via het Akkoord verbetering productsamenstelling al grote stappen op gezet, en dit blijven we doen. Wel moeten we steeds beter zoeken naar mogelijkheden om producten een beetje gezonder te maken. Ook onderzoeken we mogelijkheden om de Nationale aanpak productverbetering te integreren in onze bestaande Health policy en de daarbij behorende normen. Ten slotte werkt ook Nutri-score verbetering van de samenstelling van producten in de hand.

Kindermarketing

Eigen merk producten die we classificeren als kindermarketing moeten voldoen aan de Schijf van Vijf eisen. Onder kindermarketing verstaan we dat het product gericht is op kinderen en/of de verpakking het woord kinder(en) bevat en/of als er animaties op de verpakking afgebeeld staan

Gezonde collega's

Onze collega's stimuleren we ook met behulp van de FoodFirst Leefstijlcoach. Zowel in de winkels als op het hoofkantoor kunnen medewerkers online webinars of (kook)workshops bijwonen over onder andere mentale gezondheid, meer bewegen en gezonde voeding. Deze worden gegeven door de experts van FoodFirst. Ook is de missie van Albert Heijn: Samen beter eten bereikbaar maken. Voor iedereen. Besproken in de teams om te weten wat deze missie voor ieder persoonlijk betekent en hoe je je steentje daaraan kunt bijdragen. Tijdens het Beter eten festival was er een speciale dag voor medewerkers om hier ook meer inspiratie op te kunnen doen.

Voor collega's is er ook de mogelijkheid te sporten met korting en kunnen zij gebruik maken van het fietsplan.