

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 is beter leven, beter eten verbindt, en beter eten is de wereld beter achterlaten. Waar de eerste pijler gaat over het effect op je eigen gezondheid, gaan de laatste twee pijlers over de sociale rol van eten en de effecten op onze planeet.

Beter eten is beter leven

Een gezondere leefstijl begint bij goed eten en drinken. Alleen met de juiste voedingsstoffen voelen we ons de hele dag sterk, gezond en vol energie. En die energie kunnen we weer gebruiken om voldoende te bewegen en fit te blijven.

Bij Albert Heijn zoeken we voortdurend naar nieuwe producten en manieren om klanten te helpen bij het maken van betere of gezondere keuzes. Van het verbeteren van de voedingswaarden van bestaande producten tot het uitbreiden van ons assortiment met nieuwe, gezonde producten.

Elke klant kan vandaag nog beginnen met een gezondere leefstijl, of kan daar gemakkelijk mee doorgaan. Daarom maken we gezondere voedingskeuzes extra aantrekkelijk door het aanbieden van een breed aanbod, veel voordeel en inspiratie. We helpen klanten en collega's op weg naar een gezondere leefstijl in brede zin door ook aandacht te besteden aan andere elementen zoals voldoende rust en beweging.

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.

Nationaal Preventieakkoord

In november 2018 ondertekende het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL), waar Albert Heijn deel van uitmaakt, het Nationaal Preventieakkoord. Het doel van dit akkoord is om overgewicht, problematisch alcoholgebruik en roken terug te dringen en zo de gezondheid van alle Nederlanders te verbeteren.

Informereren

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

Kijk, vergelijk en kies met Nutri-Score.

Met Nutri-Score zien consumenten in één oogopslag welke producten binnen een productgroep de beste samenstelling hebben. Daarvoor wordt onder meer gekeken naar de hoeveelheid groente, fruit, eiwitten en vezels, maar ook naar de hoeveelheid verzadigd vet, energie (kcal), zout en suiker. Een product met Nutri-Score A heeft een betere samenstelling dan eenzelfde soort product met Nutri-Score E. Zo hebben we bijvoorbeeld onze ontbijtmuesli's, maaltijdsalades en onze hummus in receptuur verbeterd.

Meerdere landen gebruiken Nutri-Score. De afgelopen jaren is een internationaal comité wetenschappers bezig geweest om Nutri-Score beter te laten aansluiten op de voedingsrichtlijnen van de verschillende landen. Dit leidde tot een voorstel met verbeteringen voor het algoritme. Op 1 januari 2024 is in Nederland Nutri-Score toegestaan op basis van dit herziene algoritme.

Albert Heijn heeft sinds 2019 Nutri-Score uitvoerig getest onder consumenten. Hieruit bleek dat Nutri-Score klanten daadwerkelijk helpt kiezen maar ook laagdrempelig inzicht verschaft. De uitkomsten van deze pilots zijn gedeeld met het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) en andere belanghebbenden.

Albert Heijn maakt via het Centraal Bureau voor Levensmiddelen (CBL) onderdeel uit van de onderzoekssamenwerking Transparant Gezond en Duurzaam. In dit gremium is er jarenlang onderzoek gedaan naar o.a. de werking van Nutri-Score door de Universiteiten van Wageningen en Groningen. Hiervan worden in mei 2024 de resultaten gedeeld via het Zichtboek (CBL).

Albert Heijn toont online en op de elektronische schapkaartjes van ruim 6.000 eigenmerkproducten online de Nutri-Score. A-merken die Nutri-Score gebruiken worden ook getoond. Ruim 3.500 eigenmerkproducten hebben een Nutri-Score A of B.

Healthy Living Sales

Om een goed beeld te krijgen van de verkoop van onze betere of gezondere producten, berekenen we ieder jaar de Healthy Living Sales (HLS). Dit is het percentage van onze totale verkoop van eigenmerkproducten dat bestaat uit producten met een Nutri-Score A of B. In 2023 lag deze op 55,7%. Vanaf 2024 zal de HLS gebaseerd worden op de vernieuwde rekenmethode zoals deze in Nederland geldt (NS2.0).

In 2023 lag deze op 55,7% verkochte producten met Nutri-Score A of B.

Schijf van Vijf

Wat is gezond?

In Nederland is de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum de leidraad voor een gezond voedingspatroon. De Schijf van Vijf laat zien wat geadviseerd wordt om te eten en welke producten goed zijn voor je gezondheid. Wanneer we bij Albert Heijn praten over gezond, betekent dit dus dat producten en recepten hierin passen.

In 2023 valt 40% van onze verkochte eigenmerkproducten binnen de Schijf van Vijf. In 2022 was dit 39%.

Productverbetering

We verbeteren onze producten in lijn met ons eigen gezondheidsbeleid maar we kijken ook naar de Schijf van Vijf, de tredes die zijn vastgelegd in NAPV (Nationale Aanpak Product Verbetering) en naar mogelijke verbeteringen die passen binnen de Nutri-Score criteria. En dit alles terwijl de lekkere smaak behouden blijft.

Zo bevatten onze vloerbroden vanaf oktober 2023 25% minder zout. En ook frisdranken als cola, cassis en lemon lime zijn 30% in suiker verlaagd in 2023. Dit is niet de eerste verlaging die we hebben gedaan. We werken al jaren aan de verlaging van suiker in onze frisdranken. Zo had onze frisdrank waaronder cola in 2018 nog 10 gram suiker en heeft deze nu nog maar 6 gram suiker

NAPV

In 2022 is de Nationale Aanpak Productverbetering (NAPV (Nationale Aanpak Productverbetering)) gestart. Hiermee moedigt het ministerie van VWS (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport) fabrikanten extra aan om de samenstelling van hun voedingsmiddelen te verbeteren. Het RIVM ontwikkelde samen met het Voedingencentrum en de HAS Hogeschool criteria om die verbeteringen stap voor stap te realiseren. De komende jaren volgen we de veranderingen in de samenstelling.

De NAPV is onderdeel van het Nationaal Preventieakkoord. Daarin is afgesproken dat het voor mensen makkelijker moet worden om te kiezen voor gezonde voeding. Dit omdat de helft van de Nederlanders kampt met overgewicht. Naast het verbeteren van voedingsmiddelen is en blijft het belangrijk dat mensen zelf ook bewust gezonde keuzes maken. De Schijf van Vijf en een voedselkeuzelogo als de Nutri-Score kunnen daarbij helpen.

Doel van het ministerie van VWS (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport) is dat in 2030 per productgroep de helft van de producten tot de beste categorie behoort en maximaal 10 procent tot de slechtste qua hoeveelheid voedingsstoffen. Meer informatie vind je op <https://www.rivm.nl/voedsel-en-voeding/nationale-aanpak-productverbetering>

Doel 2030: De helft van onze producten zal in 2030 in trede 1 zitten.

Minder dan 10% van onze producten zal in 2030 boven de norm van trede 3 zitten.

Relevant aanbod

Meer groente

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. Doordat elk soep-verspakket meer dan 100 gram groente per persoon bevat en vrijwel elk maaltijdverspakket 150 gram per persoon, helpen verspakketten met de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid groente-inname van 250 gram.

Ook hebben we pureersoepen, groente pasta en salades met de dagelijks aanbevolen hoeveelheid groente en een Groente & Granen-productlijn, met minimaal 120 gram groente en peulvruchten per portie. Onze stoommaaltijden bevatten minimaal 200 gram groente per verpakking. Daarnaast hebben we een breed aanbod aan verschillende gesneden groentemixen, die de basis kunnen vormen voor allerlei voedzame maaltijden. Eind 2023 lanceerden we AH Terra Groentesalades met

minimaal 250 gram groenten per stuk. Door te blijven innoveren op dit soort producten kunnen we de klant helpen op weg naar meer groente op meerdere momenten van de dag.

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.

Volkoren

We werken continu aan het toevoegen van meer volkoren producten bijvoorbeeld bij het brood, pasta en broodvervangers en zo zorgden we er op verschillende manieren voor dat onze klanten sneller de keuze kunnen maken voor volkorenbrood, waar meer vezels in zitten dan in andere broden. Dit deden we door het aantal volkorenbroden in het schap uit te breiden en door de prijs van volkoren voortaan gelijk aan die van de witte variant te houden. Bovendien zijn nu alle volkoren varianten bij Albert Heijn voor dezelfde prijs verkrijgbaar als reguliere pasta en brood producten.

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 volkorenbroden voorzien van een groene sticker met de term "volkoren" erop. Op deze manier wordt het de klant makkelijker gemaakt meer vezels te eten.

Gezondere Prijsfavorieten en Bonusaanbiedingen

Bij Albert Heijn vinden we het belangrijk de prijs van gezonde producten, zoals groente en fruit, zo laag mogelijk te houden. Deze producten passen in de Schijf van Vijf. In 2023 steeg het aantal gezonde Prijsfavorieten met 92 producten, waarbij onze AH Appelmoes 0% suiker toegevoegd zelfs is uitgeroepen tot Beste Product van het Jaar 2023-2024. Onder de prijsfavorieten vallen ook de meest populaire groente- en fruitsoorten én de volkorenproducten.

In het verlengde hiervan hebben we ons ook ten doel gesteld dat minimaal 40% van onze aanbiedingen op voor- en achterpagina van onze bonusfolder gezond zijn. Dit wil zeggen, de producten passen binnen de Schijf van Vijf of hebben een Nutri-Score A of B score. Ook voor de bonusaanbiedingen binnenin onze folder staat een target van 30% gezond in 2023. Hierin zitten zowel A-merk en eigenmerkproducten.

In 2023 kwam deze teller uit op respectievelijk 45% en 27% gezonde promo's in onze bonusfolder.

In 2024 is het target 30% gezonde bonus aanbiedingen.

Inspireren

We willen het klanten niet alleen makkelijker maken om in de winkel gezondere producten te kopen. We willen ze ook helpen om van onze gezonde producten lekkere maaltijden te maken. Daarom geven we onze klanten via verschillende wegen gezonde maaltijdinspiratie.

Verrassend voordelig-campagne

In de eerste weken van 2023 speelden we in op de nieuwe voornemens om gezonder te eten. Dit deden we onder meer met de 'Beter eten, Verrassend voordelig'-campagne. Zo kregen klanten op geselecteerd fruit tot 30% korting. Door middel van de oogst van de week aten ze voordelig mee met het seizoen. En ieder derde heel brood van Les Pains was gratis. Hiermee hielpen we klanten het nieuwe jaar goed en gezond te beginnen.

Gezonde draai

Daarnaast hielpen we klanten om hun bord een gezondere draai te geven. Klanten konden op ah.nl en in de AH-app aangeven of ze bijvoorbeeld meer vezels, minder suiker of wat vaker vegetarisch wilden eten. Vervolgens ontvingen ze gepersonaliseerde tips en inspiratie via de AH-app. Ook zo helpt Albert Heijn klanten om gezonder te eten.

Kleur je bord met groente en fruit

Volwassenen eten gemiddeld maar 165 gram groente en 130 gram fruit per dag, terwijl de dagelijkse hoeveelheid 250 gram groente en 2 stuks fruit (van samen 200 gram) is. Met de campagne 'Kleur je bord met groente en fruit' gaf Albert Heijn klanten 6 weken lang tips en inspiratie om meer groente en fruit te eten tijdens ontbijt, lunch, avondeten én als tussendoortje. Denk daarbij aan handigheidjes zoals een keer een handje spinazie in de tosti, of fruit in je bakje yoghurt. En voor op de borrelplank tipten we bijvoorbeeld druiven, bleekselderij, schijfjes komkommer en reepjes paprika.

Gezonde maaltijdinspiratie in Allerhande

Allerhande, het culinaire magazine van Albert Heijn, bestond in 2023 40 jaar. Ter gelegenheid van deze verjaardag introduceerden we het Allerhande Weekmenu onder de Koken-tab in de AH-app. Met 7 nieuwe gerechten per week zijn onze klanten verzekerd van gevarieerde avondmaaltijden. Om het helemaal op hun wensen af te stemmen, kunnen ze persoonlijke voorkeuren of dieetwensen doorgeven, zoals glutenvrij, lactosevrij, vegetarisch of veganistisch. Ze kunnen ook aangeven welke ingrediënten of producten ze liever niet gebruiken. In het fysieke exemplaar van Allerhande worden klanten ook geïnspireerd gezond en gevarieerd te eten. Zo hadden we in 2023 meerdere themanummers, waarin we volop gezonde inspiratie en recepten deelden. Denk bijvoorbeeld aan 'Gek op groente', waarin de nadruk lag op seizoen koken. Online hebben we totaal 787 gezonde recepten op basis van Schijf van Vijf waarvan 163 nieuw toegevoegde recepten in 2023.

Beter Eten-nieuwsbrieven

Sommige klanten ontvangen hun inspiratie en daarmee motivatie om gezond te eten het liefst per mail. Daarom stuurden we in 2023 in totaal 9 Beter Eten-nieuwsbrieven per mail. Hierin staat ook informatie over de voordelen van het volgen van een gezonder, duurzamer menu. In totaal verstuurden we de nieuwsbrief naar zo'n 1,2 miljoen mensen per keer.

Kindermarketing

Eigenmerkproducten 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 kind(er)en bevat en/of als er animaties op de verpakking afgebeeld staan.

Albert Heijn wil kinderen stimuleren gezonder te eten door oa groente en fruit en volkorenproducten onder de aandacht te brengen. In september 2023 lanceerden we bijvoorbeeld Teamfruit. Dit deden we vanuit het inzicht dat meer dan de helft van de kinderen in Nederland de dagelijkse fruitnorm niet haalt. In totaal vroegen meer dan 12.000 jeugdteams een gratis 'Teamfruitbak' aan via www.ah.nl/teamfruit, die ze zelf kunnen vullen met fruit. Via de app Voetbal.nl kunnen teams zich aanmelden en coördineren wie daar wekelijks verantwoordelijk voor is. Om ze een handje te helpen, vulden we de bak van het voetbalseizoen (van september 2023 tot en met mei 2024) iedere week voor 100 teams. Het uiteindelijke doel van Albert Heijn en KNVB is dat Teamfruit net zo vanzelfsprekend wordt als het regelen van bijvoorbeeld de schone voetbalshirtjes. Een andere belangrijke pijler is het schoolvoetbal. Met een lesprogramma over voeding en bewegen bereiken we ruim 200.000 kinderen

Andere leefstijl wensen

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.

De Mijnleefstijlcoach app

In de Mijn Leefstijlcoach-app bieden we effectieve leefstijl coaching voor iedere fase in gedragsverandering: inspireren, motiveren, aanleren en vasthouden. De Leefstijlcoach-app werd in 2023 door 108.000 nieuwe mensen gedownload. Dit is een groei van 23% in het totale aantal app-gebruikers ten opzichte van 2022. Op basis van uitgebreid onderzoek en feedback van ruim 6.000 gebruikers optimaliseerden we de app in 2023 op verschillende manieren. Zo is er nu een keuzehulp van huisarts Tamara de Weijer, die nieuwe gebruikers helpt de beste challenge te kiezen voor hun gezondheidsdoel. We maakten de Ontdek-pagina rijker en dagelijks relevanter, met nieuwe content en maandthema's die aansluiten op trending leefstijltopics. Dit leidde er mede toe dat het aantal mensen dat een challenge start in 2023 is gegroeid met 28%. En dat niet alleen: 54% van de gebruikers geeft aan dat de app hen heeft geholpen met een gezondere leefstijl.

Tabak

Albert Heijn zet zich in voor de rookvrije generatie. Daarom verkopen wij vanaf 1 januari 2024 geen tabak en aanverwante producten meer in al onze eigen winkels in Nederland. De online verkoop van tabak was al op 1 juli 2023 gestopt. De overheid heeft aangekondigd op 1 juli 2024 de tabaksverkoop bij supermarkten te willen stoppen. Wij hebben ervoor gekozen om een half jaar eerder te stoppen. Dit doen wij omdat we vanuit onze missie 'Samen beter eten bereikbaar maken. Voor iedereen.' een bijdrage willen leveren aan een gezondere samenleving en we mensen willen helpen met een gezonde leefstijl.

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.