

ah **betereten**

Albert Heijn voor 5e keer meest duurzame supermarkt



Door herbruikbare verszakjes te gebruiken, kunnen we 243.000 kilo plastic per jaar besparen.



Van alle supermarkten heeft Albert Heijn de grootste keuze in vega en vegan producten, van ontbijt en lunch tot en met het diner.



Albert Heijn is overgestapt op 100% Nederlandse windenergie.



Albert Heijn heeft de plastic emmertjes voor groente en fruit vervuld voor verpakkingen met een dunne folie. Dat scheelt jaarlijks 235.000 kilo plastic.

Albert Heijn stopt met plastic zakjes bij groente en fruit

Albert Heijn is voor het 5de jaar op rij verkozen tot duurzaamste supermarkt van Nederland. Dat is het resultaat van de constante verduurzaming van het assortiment, maar ook van bewuste keuzes als het gaat om voedselverspilling, plastic-reductie en CO₂-uitstoot.

Deze week hebben Nederlandse consumenten Albert Heijn opnieuw verkozen tot duurzaamste supermarkt. 'Mensen hebben duidelijk waardering voor Albert Heijns duurzaamheidswerk', zegt Annemarije Tillema van de Sustainable Brand Index*, het grootste merkenonderzoek naar duurzaamheid in Europa. Uit de donderdag gepresenteerde resultaten blijkt dat consumenten enthousiast zijn over de verdere verduurzaming van het assortiment. 'Denk aan het aanbod van biologische, fair trade, vegetarische en veganistische producten', zegt Tillema. 'Maar ook voedselverspilling en plastic-reductie zijn thema's waarbij Albert Heijn verantwoordelijkheid toont. Tegelijkertijd

De CO₂-uitstoot van de winkels is sinds 2008 gehalveerd

blijven mensen kritisch en zien ze ruimte voor verdere verbetering.'

Minder plastic

Bij Albert Heijn zijn we blij dat consumenten onze inspanningen zo waarderen. We vinden het belangrijk dat het eten waarvan we zo genieten is geproduceerd met aandacht voor mens, dier en milieu. Dat is niet altijd eenvoudig, maar stap voor stap gaan we vooruit. Een voorbeeld van zo'n stap is dat we gaan stoppen met wegwerptasjes op de groente en fruitafdeling. We vragen klanten om samen met ons de hoeveelheid plastic te verminderen door voortaan herbruikbare verszakjes te gebruiken. Eind 2021 zijn de plastic zakjes in alle winkels verdwenen. Dat scheelt 130 miljoen zakjes, oftewel 243.000 kilo plastic per jaar. Ook bij het thuisbezorgen van boodschappen pakken we het gebruik van tasjes aan. Er komt in de loop van dit jaar een retoursysteem, zodat klanten ze weer kunnen inleveren. Deze nieuwe stappen komen boven op de ruim 7 miljoen kilo verpakkingsmateriaal die Albert Heijn

afgelopen 3 jaar al heeft bespaard. Van salades in een dunnere schaal tot dunnere frisdrankflessen. En als het kan, bieden we groente en fruit helemaal onverpakt aan. Ook vervangen we op dit moment de emmertjes met snoepgroenten en deksel door een dunner bakje met een dunne toplaag in plaats van een deksel. We kijken dus altijd waar het minder kan.

Verspilling voorkomen

Een ander actueel thema waarbij we bij Albert Heijn constant op zoek zijn naar oplossingen is voedselverspilling. Zo hebben onze meeste winkels dry misting, een watervernevingsstelsel dat groente en fruit langer vershoudt. En medewerkers op de broodafdeling gebruiken sinds kort een app die adviseert hoeveel brood er op een bepaald moment afgebakken moet worden. Dat blijkt een geweldig hulpmiddel om verspilling te voorkomen.

CO₂-uitstoot gehalveerd

Ook het energieverbruik en de CO₂-footprint liggen bij Albert Heijn onder een vergroot-

De afgelopen 3 jaar heeft Albert Heijn 7 miljoen kilo verpakkingsmateriaal bespaard

glas. Driekwart van de winkels is van het gas af en er liggen zonnepanelen op distributiecentra, het hoofdkantoor en op tientallen winkels. Daardoor is de CO₂-uitstoot van de winkels sinds 2008 met 50 procent afgenomen. Bovendien zijn we dit jaar volledig overgegaan op Nederlandse windenergie.

Een andere manier waarop we – samen met onze klanten – de CO₂-uitstoot kunnen terugbrengen, is vaker kiezen voor plantaardig en vegetarisch eten. Meer dan de helft van de Nederlanders is al flexitariër en daarom hebben wij ons vega(n) assortiment onlangs verdubbeld met 70 producten voor elk moment van de dag. Zo'n stap past helemaal in onze missie om beter eten bereikbaar te maken voor iedereen.

We hebben ons vega(n) aanbod onlangs verdubbeld



Meer weten over beter eten? Scan dan de QR-code.