

## Bijdrage van Albert Heijn aan het rondetafelgesprek in de Tweede Kamer over leefstijlpreventie – gemakkelijker gezonder eten

21 maart 2022

### De klanten van Albert Heijn

Bij Albert Heijn zijn we er elke dag voor onze klanten in onze winkels, onderweg, online en met onze app. Wij bestaan dit jaar 135 jaar; in die tijd zijn onze winkels een vertrouwd onderdeel van het straatbeeld in Nederland, en tegenwoordig ook in België, geworden. Met meer dan 100.000 collega's en 1.100 winkels vullen we elke avond ruim 6 miljoen borden.

Mensen zijn steeds bewuster met eten bezig en willen “beter eten”: gezonder, duurzamer, lekkerder en makkelijker. En ook betaalbaar.

Met onze winkels en online boodschappenservice voorzien wij een groot deel van de Nederlandse huishoudens van de dagelijkse boodschappen. Wij willen zowel onze klanten als medewerkers helpen met het maken van een gezondere keuze en deze makkelijk maken.

Albert Heijn wil beter eten bereikbaar maken. Voor iedereen. Dit doen wij met een groot assortiment verse, gezonde, gemakkelijke, betaalbare en duurzame producten. Veel mensen denken na over een gezondere leefstijl. Maar dat blijkt nog best lastig, want waar te beginnen? Iedereen bepaalt zelf wat beter eten voor hem of haar betekent. We maken beter eten bereikbaar voor iedereen door klanten te informeren, inspireren en een relevant en betaalbaar aanbod in de winkel te bieden.

### Informeren

Gezond betekent bij Albert Heijn eten volgens de richtlijnen van de Schijf van Vijf. De Schijf van Vijf is een leidraad voor het voedingspatroon. In de afgelopen jaren hebben wij klanten bij het schap geholpen door hen extra te informeren via de suiker- en de vezelwijzer.

Albert Heijn is blij dat het voedselkeuze logo Nutri-Score in de eerste helft van 2022 wordt geïntroduceerd in Nederland. Nutri-Score is bij Albert Heijn te vinden op 5.500 eigenmerkproducten, zichtbaar op elektronische prijskaartjes in winkels, in de AH-app en op ah.nl. Albert Heijn onderzoekt hoe klanten Nutri-Score ervaren. Deze ervaringen delen we met diverse partijen waaronder het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, zodat we hier gezamenlijk van kunnen leren. Wij zien dat Nutri-Score door klanten vooral gebruikt wordt voor de productgroepen koek, snoep en chips, kaas en vleeswaren en ontbijtgranen. Dit zijn de schappen waar de Schijf van Vijf geen grote rol speelt. Nutri-Score vult mooi aan, het is echt een goede hulp voor de klant om een bewustere keus te maken bij het schap. Daarnaast is Nutri-Score dé stimulans tot herformulering.

### Inspireren

'Wat eten we vandaag' is de meest gestelde vraag in heel veel huishoudens. Albert Heijn maakt het makkelijker om gezondere keuzes te maken door de vele gezonde recepten en inspiratie op ah.nl, in de AH app en de Allerhande. Drie keer per jaar gaven we het [Beter Eten magazine](#) uit dat vol staat met manieren om gezonder en duurzamer te leven.

Ook inspireren we klanten door bijvoorbeeld gezonde receptkaarten in alle winkels, gezonde filters tijdens het online boodschappen doen en de gratis [FoodFirst Leefstijlcoach app](#). Deze app biedt advies van coaches, inspiratie en gezondheidschallenges over voeding, bewegen en ontspanning.

Wij zien, als gevolg van de coronapandemie, dat online zoekopdrachten naar gezonde recepten en producten zijn toegenomen en gebruiken deze inzichten om de gezondere keuze de makkelijke keuze te maken.

Gezond eten hoeft niet duur te zijn. Zo vindt de klant op ah.nl een [budgetproof weekmenu](#) om vijf dagen volgens de Schijf van Vijf te eten binnen een budget van maximaal 2 euro per persoon. Begin 2022 begon Albert Heijn met de '[lekker in je vel](#)' campagne, naast het eten van meer groenten stonden de eerste vier weken van het jaar in het teken van diverse gezondheidsschallenges voor zowel klanten als medewerkers.

### **Gezonder aanbod**

Bij Albert Heijn geloven we in stap voor stap als het gaat om een gezondere leefstijl voor klanten. Al ruim 10 jaar verbeteren we ons aanbod: we verminderen zout, suiker en verzadigd vet en breiden we het assortiment continu uit met producten die bijdragen aan een gezonder voedingspatroon door bijvoorbeeld de hoeveelheid vezels te verhogen. Denk bijvoorbeeld aan bloemkoolcouscous, gele wortel nasi en gezonde verspakketten die het makkelijker maken voldoende groente te eten.

Ieder jaar registreren we welk percentage van onze totale eigenmerkproducten verkoop bestaat uit gezondere producten. Dit noemen we de *healthy living sales*. In 2018 bedroeg ons percentage HLS 43,9%, in 2019 46,1% en in 2020 46,6%.

### **Concrete stappen: hoe maken we '[Samen beter eten bereikbaar. Voor iedereen.](#)'**

- Albert Heijn is ervan overtuigd dat het zichtbaar maken van Nutri-Score bijdraagt aan het makkelijker maken voor klanten om een gezondere keuze te maken. Daarom roepen wij op tot een voortvarende invoering.
- Het huidige voorstel van het nieuwe herformuleringssysteem is erg complex. Om herformulering van producten succesvol in diverse productgroepen door te voeren is een simpel systeem en een regierol vanuit de overheid essentieel.
- Blijf inzetten op samenwerking in het Preventieakkoord. Samen: overheid, het bedrijfsleven en de maatschappelijke partners.

Meer informatie:

<https://www.ah.nl/over-ah/gezondheid>

Susanne van Paridon, Manager Public Affairs Albert Heijn E [Susanne-van.paridon@ah.nl](mailto:Susanne-van.paridon@ah.nl)