



Samen beter eten bereikbaar maken. Voor iedereen.

'Samen beter eten bereikbaar maken. Voor iedereen.', dat is de missie van Albert Heijn en het kompas bij alles dat wij doen. Beter eten betekent voor Albert Heijn gezonder, socialer - denkend aan samen genieten en verbinding aan tafel - en duurzamer, met oog voor de wereld om ons heen. Dat begint met bewuste keuzes over wat we eten, weten waar het vandaan komt, wat erin zit. Eten dat bij Albert Heijn gekocht is, verdient het om met aandacht gegeten te worden. Ons voedsel komt tenslotte niet zomaar op ons bord terecht, er is door vele makers met aandacht en passie aan gewerkt. Albert Heijn ziet het als verantwoordelijkheid én kans om voor klanten iedere dag beter eten – gezond, smaakvol, duurzaam én betaalbaar - beschikbaar te maken.

Vanuit de missie neemt Albert Heijn het voortouw in de transitie van het voedselsysteem. Via samenwerking in de keten, transparante afspraken en klantgerichte innovaties dragen we concreet bij aan een gezonde, sociale en duurzame samenleving. Albert Heijn benadrukt dat je alleen kunt samenwerken op de lange termijn als iedere schakel een gezonde boterham kan verdienen. Albert Heijn wil hierin voorop blijven lopen, als marktleider inspireren en de rest van de markt laten zien dat het kan.

Albert Heijn Nederland is in 2024 B Corp gecertificeerd. B Corp certificering wordt wereldwijd toegekend aan bedrijven die voldoen aan hoge normen voor sociale- en milieuprestaties, transparantie en bovenwettelijke verantwoordelijkheid. De toekenning onderstreept de missie van Albert Heijn en Albert Heijn ziet het als aanmoediging om op de ingeslagen weg verder te gaan.

Verantwoordelijkheid nemen in de keten: Beter voor Natuur & Boer

Albert Heijn koopt al meer dan een halve eeuw zo dichtbij als mogelijk, zo ver als nodig – en kiest nadrukkelijk voor langdurige relaties in een gesloten keten met Nederlandse boeren en telers als hoeksteen van een toekomstbestendig voedselsysteem. Partners met wie vaak generatie op generatie wordt samengewerkt.

De decennialange samenwerking met telers heeft Albert Heijn in 2017 als uitgangspunt genomen voor de inmiddels belangrijkste en unieke samenwerkingsvorm in zijn ketens: het programma Beter voor Natuur & Boer. Het programma waarin Albert Heijn structureel en lange termijn samenwerkt met bijna 1.200 Nederlandse boeren en telers. Deze boeren en telers, onze strategische partners en ook Albert Heijn zijn gecertificeerd door de gelijknamige onafhankelijke stichting en leveren producten die voldoen aan hogere eisen op het gebied van: biodiversiteit, dierenwelzijn, klimaatimpact en milieu & bodemkwaliteit.

Met 'Beter voor' maakt Albert Heijn lange termijn afspraken en betaalt een premie bovenop de reguliere prijs. Deze premie is een vergoeding voor overeengekomen duurzaamheidsmaatregelen en geeft boeren en telers zekerheid en ruimte om te investeren. Dit biedt bovendien perspectief aan de volgende generaties boeren en telers.

Ook voor de internationale ketens met groenten- en fruitleveranciers heeft Albert Heijn een soortgelijke aanpak via het Positive Produce for People and Planet Program. Dit programma is net als 'Beter voor' gebaseerd op duurzame landbouw-, sociale en milieunormen die verder reiken dan de standaard certificeringseisen en voorwaarden.

De oorsprong van Beter voor Natuur & Boer

Het Beter voor Natuur & Boer certificatieschema is in 2017 ontwikkeld als privaat bedrijfsprogramma van Albert Heijn in samenwerking met de bijna 1.200 boeren en telers en strategische partners. Samen met deze partijen is intensief gewerkt aan het verbeteren van dierenwelzijn, natuur en het verdienvermogen van de boer.

In maart 2023 heeft Albert Heijn besloten Beter voor Natuur & Boer open te stellen voor andere partijen door de programma's van een privaat bedrijfslogo naar een breed toegankelijk keurmerk te veranderen en deze onder te brengen in een onafhankelijke stichting. Door deze openstelling kunnen meer partijen deelnemen. Albert Heijn is met vijf versketens aangesloten; zuivel, aardappelen/groente/fruit, eieren, kip en varken.

Gezond verdienenmodel, gedeelde risico's

Een goed werkende keten kan niet functioneren zonder een goed verdienenmodel voor alle ketenpartners. En dus een gezond verdienenmodel voor de boeren en telers dat recht doet aan de inzet en risico's en dat is vastgesteld in samenwerking met boeren en telers uit de keten in klankbordgroepen.

Albert Heijn neemt verantwoordelijkheid door zelf te investeren in een extra premie voor de duurzaamheidsinspanningen van de boeren en telers. Deze premies worden gevalideerd door de Stichting Beter voor Natuur & Boer in samenwerking met onafhankelijke derde partijen zoals het Centrum voor Landbouw en Milieu (CLM) en vastgelegd in de certificatieschema's.

De consument meenemen in de verandering

Consumentenverandering ontstaat op het land, in het schap én in het winkelmandje. Daarom helpen we onze klanten om bewuster te kiezen zonder concessie aan smaak of gemak, bijvoorbeeld via:

- Uitbreiding van het biologische assortiment – Albert Heijn is marktleider op biologisch assortiment en heeft voor 2026 de ambitie dat 10% van alle verkochten aardappelen, groente en fruit biologisch is. Via Albert Heijn Premium ontvangen klanten 10% korting op hun biologische aankopen.
- AH Terra – een groeiend assortiment plantaardige producten.
- Streeckgenoten – assortiment waarmee klanten kennis kunnen maken met lokaal vakmanschap.
- Productverbetering – minder zout, suiker en verzadigd vet en meer volkoren in duizenden huiskamerproducten.
- Transparantie – zoals Nutri-Score op alle huiskamer én A-merk producten, aandeel en doelstelling op Schijf van Vijf en herkomstinformatie via een wereldkaart.
- Informatie en inspiratie via winkels, online, AH app en middelen als Allerhande en het leefstijl magazine om klanten te stimuleren duurzamer en gezonder te eten, alternatieven aan te bieden en bijvoorbeeld te koken met meer groenten.

Samen maken we de keten duurzamer, gezonder en rendabel

Om versneld stappen te zetten richting een duurzamer en eerlijker voedselsysteem, vragen wij van de overheid:

- Lange termijn visie en beleid op duurzame en gezonde voedselvoorziening.
- Steun voor boeren bij transitiekosten en verduurzamingsinvesteringen.
- Een gelijk speelveld binnen Europa, zodat nationale duurzame keuzes niet leiden tot verlies van concurrentiekracht.

Vanuit de missie verbindt Albert Heijn boeren, ketenpartners en klanten met elkaar. Onze aanpak bewijst dat verduurzaming, gezondheid en een eerlijke prijs geen tegenpolen zijn, maar elkaar juist kunnen versterken. Wij zijn ervan overtuigd dat verduurzaming en verandering van het voedselsysteem alleen samen verder gebracht kan worden. We kijken uit naar de dialoog.