



## Biologisch bij Albert Heijn: samen bouwen aan vraag én aanbod

‘Samen beter eten bereikbaar maken. Voor iedereen.’ Dat is de missie van Albert Heijn en ons kompas bij alles wat we doen. Biologisch hoort daar nadrukkelijk bij. Biologische landbouw draagt bij aan biodiversiteit, een gezonde bodem en een duurzamer voedselsysteem. Daarom halen we biologisch uit de niche en maken we het voor zoveel mogelijk klanten aantrekkelijk, makkelijk en bereikbaar.

Jaarrond zijn bij ons bijna 1.900 biologische producten verkrijgbaar. Onze doelstelling van 10% biologisch binnen aardappelen, groente en fruit (AGF) behaalden we in 2025, een jaar eerder dan gepland. In januari 2026 zetten we daarom de volgende stap: in 2030 is gemiddeld 10% van de omzet van ons eigenmerkassortiment biologisch. Dat is een groei van meer dan 40% ten opzichte van 2025, in alle categorieën: van groente en zuivel tot brood en diepvries.

We zijn goed op weg. In 2025 was 6,6% van onze eigenmerk omzet biologisch. Bij aardappelen en groente was dat 15%, bij zuivel en eieren 10,6% en bij fruit 6%. We rapporteren jaarlijks publiek over onze voortgang in ons Impactverslag.

### Hoe wij biologisch laten groeien

Biologisch groeit als het aanbod er is en klanten er steeds vaker voor kiezen. Daarom werken we aan de verschillende kanten: op het land, in het schap en in het winkelmandje.

#### *Op het land: zekerheid voor boeren en telers*

Bij rode kool, zuurkool, pompoen, pastinaak, gember en volkoren pasta voeren we alleen nog de biologische variant. Dat geeft telers zekerheid over afzet, zodat zij vooruit kunnen plannen en investeren. Voor ons versgebakken biologisch Liefde & Passie brood gebruiken we graan uit Nederland. Zoals in al onze ketens kopen we zo dichtbij als mogelijk, zo ver als nodig. We richten ons op focuscategorieën waar biologische productie in Nederland kan groeien, waaronder AGF, zuivel en brood, en werken samen met leveranciers en ketenpartners aan meer schaal en beschikbaarheid. De lange termijn groei ambitie geeft aan dat Albert Heijn structureel inzet op biologisch. We werken via onze partners al jaren samen met biologische boeren en telers.

#### *In het schap: biologisch als zichtbare keuze*

We breiden het biologische assortiment uit in alle eigenmerkcategorieën. Biologische producten staan tussen de reguliere producten, zodat ook klanten die niet vanzelfsprekend biologisch kopen, ze tegenkomen. Met campagnes in onze winkels en online maken we biologisch zichtbaar.

#### *In het winkelmandje: aantrekkelijk voor iedereen*

We nemen biologisch mee in onze aanbiedingen, en klanten met een AH Premium-abonnement krijgen structureel 10% korting op biologische producten. Zo maken we de biologische keuze makkelijk en aantrekkelijk.

## **Biologisch en Beter voor Natuur & Boer**

Naast biologisch investeert Albert Heijn via Beter voor Natuur & Boer in verduurzaming van Nederlandse productieketens. Binnen dit programma werken we structureel en langjarig samen met bijna 1.200 Nederlandse boeren en telers. Biologisch en Beter voor Natuur & Boer zijn verschillende routes die naast elkaar bestaan en van elkaar kunnen leren.

Biologisch groeit het hardst als iedereen meedoet. Boeren en telers, ketenpartners, retailers en overheid hebben elk een rol. Albert Heijn draagt graag bij aan afspraken over de groei van de vraag naar biologische producten. Die afspraken zijn het sterkst als ze gelden voor de hele sector, ook voor partijen die nog geen doelstelling hebben.

### **Onze oproep**

#### *1. Geef omschakelende boeren en telers meer perspectief*

Ondersteun boeren en telers bij de overstap naar biologisch en help de risico's tijdens de omschakeling te verminderen. Vereenvoudig waar mogelijk wet- en regelgeving en verbind groei van de productie aan perspectief op structurele afzet.

#### *2. Stimuleer naast het aanbod ook de vraag*

Een groter biologisch areaal vraagt om een groeiende markt. Stimuleer daarom kennis en bewustzijn bij consumenten over biologisch en duurzamere voedingspatronen. Daarbij moet oog blijven voor betaalbaarheid. We willen biologisch niet alleen laten groeien, maar ook bereikbaar maken voor een brede groep consumenten.

#### *3. Breng de hele markt in beweging en stuur op resultaat*

Duidelijke, meetbare en transparante ambities kunnen helpen om biologisch verder te laten groeien. Albert Heijn heeft zelf een publiek doel voor 2030 en rapporteert jaarlijks over de voortgang. Het is belangrijk dat de hele markt verantwoordelijkheid neemt en dat afspraken daadwerkelijk bijdragen aan extra vraag, structurele afzet en daarmee perspectief voor biologische boeren en telers.

### **Tot slot**

Albert Heijn neemt met de eerder dit jaar gezette ambitie verantwoordelijkheid voor verdere groei van biologisch. Boeren, retailers, consumenten en overheid kunnen de volgende stap niet afzonderlijk zetten. Structurele groei vraagt om boeren en telers die met voldoende perspectief kunnen omschakelen, marktpartijen die verantwoordelijkheid nemen, een overheid die de juiste randvoorwaarden creëert en consumenten voor wie biologisch aantrekkelijk én bereikbaar is.

Meer informatie over biologisch bij Albert Heijn is te vinden op:

- [albert-heijn-impactverslag-2025-final.pdf](#)
- [Allerhande - Allerhande Bio special - 2025 - Pagina 1](#)