

Albert Heijn wil grip op CO2-uitstoot klanten

4 november 2024



Albert Heijn waakt over uw gezondheid. Dat doet zij niet alleen en niet uit zichzelf. De wereld is wijsgemaakt dat koeienscheten en hun uitwerpselen voor opwarming of afkoeling of wat dan ook voor klimaatverandering zorgen. AH gaat haar klanten helpen 'gezonder' te eten oftewel weg van vlees, échte boter, eieren, vis of schaaldieren. Dit omdat CO2, dat slechts 0,04% van de atmosfeer uitmaakt, voor alle weerrampen verantwoordelijk zou zijn. EZAZ vroeg Albert Heijn om een reactie.

Blijf thuis!

We kennen deze slogan nog uit de Coronatijd. Corona, of wat het ook was, mag dan voorbij zijn. De komende tijd zult u vaker thuis moeten blijven. Het concept van de 15-minutenstad kan ertoe leiden dat in de eigen omgeving blijven bevorderd wordt. Vliegen wordt steeds meer belast met procedures en beperkingen en een autoritje zal steeds duurder worden. Hotels en vakantieparken worden in hoog tempo omgezet voor de ontvangst van 'nieuwe Nederlanders' of opgekocht voor windmolenparken of militaire doelen, waardoor het kleinere aanbod snel duurder zal worden.

Tal van plannen worden nu uitgerold, al zien de meeste mensen de samenhang nog niet. Aan de wieg van veel plannen staan de VN, WHO en het WEF. De mens is de schuld van een vermeende achteruitgang van de aarde, dat is de basisveronderstelling van al deze plannen. Wij zijn met te veel mensen, we eten te veel en 'verkeerd', reizen te veel en geven geld uit zonder dat de staat weet waaraan.

Maar in dit artikel gaat het om uw eten. En uw supermarkt gaat u helpen 'gezonder' en 'bewuster' te eten. In het begin nog met 'adviezen', later met moraliseren en sociale druk en uiteindelijk zit u klem in uw CO2-budget (heeft u onze handige klimaatapp al gedownload?).

U moet minder CO2 eten

Albert Hein is een van de grotere partijen die CO2-waarden koppelt aan voeding. In haar duurzaamheidsbrochure stelt zij: *“Om ons voedselsysteem te verduurzamen, zet Albert Heijn zich in om voedsel op **slimme** manieren te produceren, eetpatronen te **doorbreken**, duurzamer te verpakken en voedselverspilling tegen te gaan. En we bieden klanten producten en oplossingen aan waarmee zij óók het verschil kunnen maken.”* (Accentuering, red.)

[Lees ook hun beleid op ah.nl.](#)

EZAZ vroeg AH om een reactie. De antwoorden volgen precies de lijn van de online beschikbare PR-teksten. Volgens woordvoerder Gijs Toxopeus *“wil Albert Heijn graag een positieve impact maken in de samenleving. Consumenten helpen om weloverwogen aankoop beslissingen te nemen kan daarbij helpen. Daarom is*

Albert Heijn in april van dit jaar begonnen met de introductie van de vermelding van de CO2-waarde op recepten en 130 producten, ook online.”

Het is een vorm van ‘hulp’ waar de consument niet om vraagt. De klanten van de supers willen goed, gezond en betaalbaar voedsel. Een deel van de klanten willen ook dat dier en natuur niet lijdt onder de productie van dat voedsel. Er is echter geen consument dat zich bij een hap brood of een glas melk af wil vragen voor hoeveel CO2 hij zich nu weer moet verantwoorden. Het zijn mondiaal door belangengroepen opgelegde normen gebaseerd op wetenschappelijk zeer omstreden aannames dat de aarde opwarmt, dat het door de mens zou komen en deze vermeende temperatuurstijging te beïnvloeden zou zijn.

‘Slimme’ manieren van produceren betekent veelal voedsel uit fabrieken, AI-gestuurd en in eigendom van een van de mondiale voedselgiganten, vaak Amerikaans. Het genetisch manipuleren van voedsel, het ‘kweken’ van ‘vlees’, het ‘slim’ verwerken van mRNA-vaccins in voedsel, zoals de [Universiteit van Californië](#) onderzoekt. Het is allemaal al meermaals bevestigd en gedocumenteerd. De plofkippen komen niet van uw lokale boer, maar uit het door oorlog verscheurde Oekraïne.

Albert Hein gaat uw eetpatronen ‘doorbréken’. Dat is geen term die op vrijwilligheid duidt. Het CO2-budget zal mogelijk door de overheid worden afgedwongen waardoor boodschappen doen steeds vaker gestuurd wordt door de op de producten vermelde CO2-waarden.

Weg met natuurlijk voedsel, boeren en vissers

Daarbij komt de zogenaamde ‘eiwittransitie’, het verdacht maken van echt vlees en vervangen door plantaardige vervangers, kweekvlees en insecten. De vermalen kruipsels zijn of zullen nog ongemerkt in allerlei voedsel worden verwerkt zoals brood, koek, soepen, snacks pasta’s, pindakaas, chocoladeproducten.

Bedrijven wereldwijd nemen voetstoots aan dat door het sturen van menselijk gedrag beperking van een van de veertig broeikasgassen, CO2, de aarde binnen de 1,5 graden opwarming zal blijven. CO2 maakt 0,04% van de atmosfeer uit en is essentieel voor alles wat groen is. Dat CO2 de plantengroei bevordert is al

[meermaals vastgesteld.](#)

De grootste landen India en China doen voorlopig niet mee met deze klimaatcult en geven voorrang aan welvaart en energiezekerheid en bouwen enkele kolencentrales per maand. China heeft nog rond de 260 nieuwe luchthavens in de planning.

Dat de Duitsers hun kerncentrales afkoppelen en de Nederlanders hun gasbronnen met beton 'definitief' onbruikbaar maken, wordt in veel landen met hoongelach en meewarig knikken begroet.

De boeren en vissers staan inmiddels onder grote druk. Beide beroepsgroepen hebben het zwaar door zich opstapelende en steeds veranderende regelgeving die weer nieuwe investeringen vergen. De vissers zijn bijna uit Nederland verdwenen. Zover is het gelukkig nog niet met de boeren, maar steeds meer boeren stoppen, verplicht of gedwongen door onhoudbare kosten van investeringen.

"Het aanscherpen van onze ambitie om de CO2-uitstoot terug te dringen met 45% in 2030 in de hele keten met al onze (toe-)leveranciers is een serieuze stap. Wij willen onze beweging naar een leefbare aarde concreet invullen en ik ben ervan overtuigd dat als we samenwerken met alle leveranciers, deze ambitie stap voor stap haalbaar is," [stelt Marit van Egmond](#), CEO van Albert Heijn.

Verder zegt Van Egmond:

"Ik ben trots op onze unieke samenwerking met ongeveer 1.200 Nederlandse boeren. In samenspraak met melkveehouders, pluimveehouders, varkensboeren en groente en fruittelers zetten we continu nieuwe stappen op gebied van duurzaamheid. Deze boeren en telers ontvangen daarvoor een premie van Albert Heijn. Denk aan de pluimveehouders binnen Beter voor Natuur & Boer die kippen houden die efficiënter omgaan met hun voer waardoor er minder CO2 uitstoot optreedt. Bovendien hebben de kippen 15% meer leefruimte om te scharrelen en wordt er meer biodiversiteit op het erf gecreëerd, doordat de uitloop kruidenrijk wordt ingezaaid en er extra beplanting wordt aangelegd. In 2023 hebben we besloten Beter voor Natuur & Boer open te stellen voor andere partijen, zoals andere supermarkten. Ik geloof zeker op dit vlak sterk in de kracht van samenwerking."

Toch wringt deze samenwerking. Immers AH en andere supermarkten willen af van dierlijke producten, dus met welk perspectief werkt AH samen met de

melkveehouders, pluimveehouders en varkensboeren?

[Insecten sluipen ongemerkt ons voedsel in.](#)

AH, pionier in de gekte

Albert Hein is pionier in deze CO2-obsessie om natuurlijke producten verdacht te maken en te vervangen door (GMO-) knutselvoedsel. En of de klant wil of niet, langzaam wordt het net dichtgetrokken.

Albert Hein: "Bij Albert Heijn benutten we de sociale verbindende kracht van voeding. Samen lekker eten voedt de mooiste gesprekken en momenten in het leven. Het verbindt werelden. Het verbindt smaken, stijlen, tradities én - vooral - mensen. Of het nu gezinsleden zijn, vrienden, collega's of onbekenden."

Holle frasen die verbloemen dat uw 'lekkere eten' zo zal smaken dat uw gesprekken over het eten zullen gaan dat weer niet te pruimen was. Ook hier het nietszeggende 'samen' dat we ook bij Covid zagen, samen, voor elkaar, voor de planeet.

Elders lazen we deze reactie van Dirk Theuns op het beleid van AH:

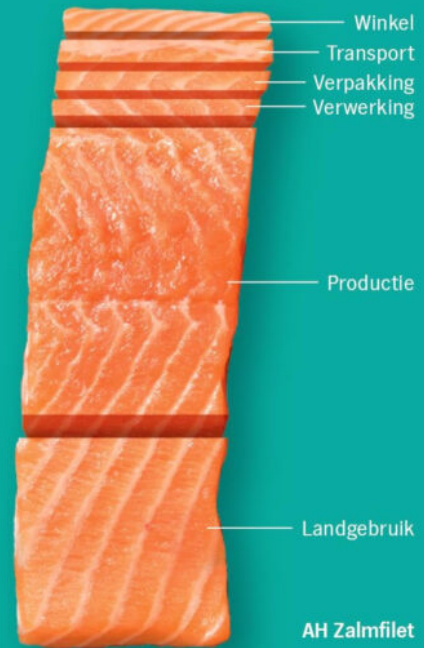
"Met verbazing las ik dat jullie de CO2 uitstoot op de producten gaan zetten. Het is niets minder dan het masseren naar het verplichte max. CO2 budget, fase 1, ik neem aan door de overheid gesponsord. Enkel een massale boycot van deze CO2 gelabelde producten zal het doen stoppen. Vraag en aanbod, dat is hetgeen wat jullie kennen, en dat zullen jullie voelen. We gaan met onze community van enkele tienduizenden een campagne opzetten om deze gelabelde producten te boycotten. Niemand wil binnen enkele jaren verplicht scannen om te tanken, te reizen, en vlees te kopen, en jullie faciliteren dit als pioniers. Het is genoeg geweest. Dit draait enkel om overheidscontrole."

Benieuwd naar de CO₂ uitstoot van dit product?

Dit staat vanaf nu steeds meer op eigen merk verpakkingen.

CO₂e
3,8 kg

Lees meer op ah.nl/klimaat



Vragen aan AH

Uiteraard hebben we Albert Hein om een reactie gevraagd. Daar zijn we al afgelopen zomer mee begonnen. Maar ondanks vriendelijk contact met de woordvoerder, hebben we nog steeds geen antwoorden op onderstaande vragen.

Het niet beantwoorden van deze vragen kan er op duiden dat deze vingers op zere plekken legt. Dat transparantie over het CO₂-beleid de effectiviteit ervan kan schaden dan wel het imago van de Zaanse super.

Het mag een 'praatclubje' zijn, maar de aankondiging in 2020 (toevallig gelijk met een virusuitbraak) van Klaus Schwab, toenmalig directeur van het World Economic Forum, dat Corona een 'small window of opportunity' was voor verandering, blijkt maar al te waar. De bevolking wordt sinds 2020 dagelijks bestookt met angst en schuldgevoel. We zijn met teveel, we reizen teveel, we eten de verkeerde dingen, we maken de aarde kapot en ga zo maar door. De Club van Rome laat groeten.

Toch lijkt die 'small window of opportunity' zich steeds meer te sluiten. Mensen zijn het gedram meer dan zat. Ze luisteren niet meer, duiken de religie in, en lijken een tegendraads gedrag te gaan vertonen. Zo neemt [de vleesconsumptie](#)

[weer toe](#). CO2 of niet.

De praktijk wijst uit dat veel knutselvoedsel in de schappen blijft liggen, al dan niet voorzien van CO2-label. De wal gaat het schip keren en het is zaak dat supers als Albert Hein tijdig snappen dat zij het steven tijdig moeten wenden, want een groeiend deel van de bevolking wil écht, eerlijk, gezond en vooral betaalbaar voedsel. Daarvoor zijn niet de supers van belang, maar de boeren en vissers.

Dit zijn de vragen die op antwoord wachten ...

- U gaat CO2-waarden toekennen aan voedsel. Hoe berekent u die waarden?
- Hoe gaan de klanten daarop reageren, denkt u? Zullen ze het getal lezen?
- Gelooft u dat dit beleid iets zal veranderen aan wat 'klimaat' genoemd wordt?
- U wil van dierlijk naar plantaardig. Wat zijn daarvan de voordelen? En is er voor elk dierlijk product een waardig, lekker en gezond alternatief?
- Hoe kijkt u aan tegen circulaire landbouw?
- Is circulaire landbouw niet een combinatie van veeteelt en landbouw en het gebruik van eigen mest?
- U werkt met 1200 boeren samen. Worden die niet bedreigd door het steeds wisselende beleid van de rijksoverheid?
- U spreekt over 'onze boeren'. In welke mate werken deze boeren exclusief voor AH?
- Wat voor soort boeren zijn dit, bijvoorbeeld in locatie en omvang?
- Er zijn berichten over een CO2-budget, wat consumenten steeds meer zal binden aan voorgeschreven voedsel. Denk u dat dit gaat komen en verdraagt dit zich met markt- en klantgericht beleid?
- Veel mensen zeggen moegebeukt te zijn door alle alarmerende berichten over het klimaat terwijl men een prachtige groene wereld om zich heen ziet. Hoe gaat AH daar mee om?
- U spreekt over netto nul in 2050. Denkt u niet dat de wetenschap toch niet zo settled is en dat wij bijna 30 jaar tijd niet tot andere inzichten kunnen komen?

[Meer over het CO2-beleid van Albert Hein](#)