



Duurzamer Ondernemen

uitgave 5
december 2013

Daar maken
we samen
werk van!

Magazine
2014



Inhoudsopgave

- 4 Onze 3 aandachtsgebieden
- 5 De Albron MVO-versneller
- 6 MVO-doelstellingen 2014
- 7 Website 101 x samen duurzamer
- 8 Albron ambassadeurs
- 10 Prijsvraag / Duurzame activiteiten 2014



Samenleving & Onderneming (11 t/m 15)

- 11 Broodjesservice van Wedeo
- 12 Samen met Randstad / ITdonations voor CliniClowns
- 13 Fairtrade@work / Albron wint het Gouden Dienblad
- 14 Nationaal Integratiediner
- 15 Stagiairs runnen de zaak



Natuur & Milieu (16 t/m 21)

- 17 Onze Keuken bij Imtech ICT
- 18 CO₂-voetafdruk weer een beetje kleiner
- 19 Inkopen met hart en ziel / EetGeenDierenDag!
- 20 Verduurzaming kip-assortiment
- 21 Van benzineauto naar e-car / Zelf recyclen



Gezondheid & Kwaliteit (22 t/m 27)

- 23 De nachtdienst deal van Heineken
- 24 Weet & Eet App / Gezondheidscijfer
- 25 Talentboek, voor sporttalent
- 26 Beperken zout- en suikerconsumptie
- 26 Bewust genieten is een keuze
- 27 Klimmen tegen MS / JOGG

- 28 Duurzaam recept

FSC logo

CO₂ NEUTRAAL
2 GEPRODUCEERD
MediaCenter Rotterdam

FSC is een internationale organisatie die verantwoord bosbeheer stimuleert. Het FSC certificaat kijkt niet alleen naar de oorsprong van het product, maar ook naar zaken als arbeidsomstandigheden en andere sociale aspecten van de mensen die in het bos leven en werken.

Oplage: 6.000 exemplaren

Concept en realisatie:
Albron bv, afdeling Communicatie;
TVC reclamebureau bv

Fotografie: TVC reclamebureau bv
Drukker: MediaCenter Rotterdam

Albron bv
Rijnzathe 11, 3454 PV De Meern
Postbus 70, 3454 ZH De Meern
T 030 669 56 95 info@albron.nl
F 030 669 56 00 www.albron.nl

www.twitter.com/albroncatering
www.facebook.com/AlbronCatering



11 Broodjesservice van Wedeo



13 Fairtrade



15 Stagerestaurant



17 Onze Keuken bij Imtech ICT

18 CO₂ voetafdruk



19 EetGeenDierenDag



25 Talentboek



23 De nachtdienst deal van Heineken



Een positief perspectief creëren voor alle betrokkenen. Dat is de onderscheidende koers die wij bij Albron hebben gekozen voor de toekomst.

De leidraad voor alle keuzes die we maken. Maar wat houdt dat eigenlijk in: 'positief perspectief voor alle betrokkenen'? Simpel gezegd betekent het dat wij ons bij bestaande en nieuwe initiatieven afvragen: wie zijn erbij betrokken en waar worden deze partijen blij(er) van? Een goed voorbeeld is de Albron-formule Onze Keuken: die maakt ons product leuker voor onze medewerkers, lekkerder voor onze gasten, goedkoper voor onze opdrachtgevers én beter voor de wereld om ons heen. Een win-win-win-win-situatie dus!

Lekkerder, gezonder én duurzamer, tegen een goede prijs, dat is onze belofte.

Door continu te streven naar positief perspectief voor alle betrokkenen, willen we ervoor zorgen dat klanten, leveranciers, gasten en medewerkers bewust kiezen voor Albron. Daarbij leggen we de lat voor onszelf hoog. Lekkerder, gezonder én duurzamer, tegen een goede prijs, dat is onze belofte.

Een belofte die verantwoordelijkheid met zich meebrengt, dat spreekt vanzelf. En de noodzaak om slimmer, creatiever en flexibeler te denken en te werken. Waarmee duurzamer ondernemen ook meteen een belangrijke aanjager is voor innovatie en vindingrijkheid, op alle niveaus.

Samen continu op zoek naar de beste en meest duurzame oplossing, dat is wat we willen. Samen met onze klanten bijvoorbeeld. Want ook zij hebben (in meer of mindere mate) met duurzaamheid te maken. Maar invulling geven aan duurzamer ondernemen omvat nog veel meer. Meer zelfs dan we vaak beseffen. Met dit magazine willen we je laten zien welke activiteiten we ondernemen om elke dag weer een beetje duurzamer te worden. Niet alleen samen met onze klanten, maar ook met onze leveranciers, gasten én medewerkers. Laat je verrassen én inspireren!

Ik wens je veel leesplezier.

Teun Verheij, algemeen directeur

Onze 3 aandachtsgebieden

Duurzamer Ondernemen verdelen we in 3 aandachtsgebieden; **Samenleving & Onderneming**, **Natuur & Milieu** en **Gezondheid & Kwaliteit**. Hieronder lichten we deze kort toe. Hoe Albron van elk aandachtsgebied werk maakt, lees je in dit magazine.



Samenleving & Onderneming (pag. 11-15)

Een harmonieuze samenleving brengt het beste in onszelf en anderen naar boven. Daarom willen we binnen en buiten Albron een bijdrage leveren aan het creëren van een samenleving waarin mensen met interesse, respect en oprechtheid met elkaar omgaan. Hiervoor is het belangrijk een luisterend oor te hebben voor de wensen en verwachtingen van individuen en groepen in en om Albron.



Natuur & Milieu (pag. 16-21)

Net als elke organisatie heeft Albron invloed op de natuur. Daarom proberen wij in onze manier van ondernemen zoveel mogelijk rekening te houden met planten, dieren, milieu en klimaat van vandaag en morgen. Dit geldt voor de producten en diensten die we inkopen, maar evengoed voor onze eigen bedrijfsvoering.

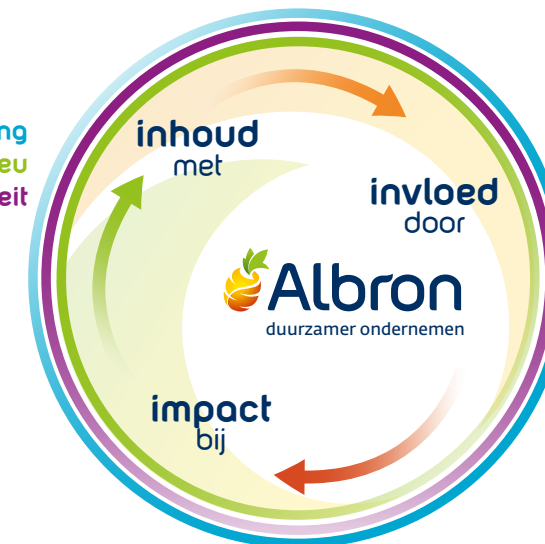


Gezondheid & Kwaliteit (pag. 22-27)

Een goede gezondheid speelt een belangrijke rol bij het welzijn van mensen. Daarom stimuleren wij iedereen binnen en rondom Albron om gezonder te leven. Direct hiermee verbonden zijn betrokken dienstverlening en de kwaliteit, zorgvuldigheid en veiligheid van onze producten.

De Albron MVO-versneller

samenleving & onderneming
natuur & milieu
gezondheid & kwaliteit



transparante communicatie
MVO-bewuste Albron'ers
samenpraak met belanghebbenden
samenwerking met anderen
formules en productaanbod

400 leveranciers
400 opdrachtgevers
800 restaurants
100.000 gasten per dag
4.200 Albron'ers

Motiveren door inspireren

Als grote dienstverlener onder het dak van anderen, komt Albron over de vloer bij meer dan duizend locaties en een groot aantal opdrachtgevers. Ons assortiment is afkomstig van honderden verschillende leveranciers en daarmee bedienen we dagelijks een kwart miljoen gasten. Al deze mensen met wie wij in aanraking komen, willen we met onze activiteiten inspireren om zelf ook duurzamer te ondernemen en te leven. Op deze manier boeken we veel meer vooruitgang. Dit noemen we de MVO-versneller: vermenigvuldig het effect van je eigen activiteiten en ervaringen door deze te delen met anderen.

MVO-doelstellingen 2014

Om elke dag 'n beetje duurzamer te worden, heeft Albron een aantal doelstellingen vastgesteld. Regelmatig kijken we of we op koers liggen en eenmaal per jaar stellen we vast of we ons doel bereikt hebben. Het kan zijn dat het zo goed gaat dat we de lat weer een stukje hoger leggen, soms moeten we een heel nieuw doel stellen. Hieronder zie je of we onze doelen voor 2013 hebben gehaald en welke nieuwe doelen we voor 2014 hebben gesteld.



Thema	Onderwerp	Doelstelling 2013	Realisatie 2013	Doelstelling 2014
Behoorlijk bestuur	Aantal geraadpleegde stakeholders	Behouden van onze huidige 16 certificaten en het behalen van nieuwe relevante cijfers		Behouden van onze huidige certificaten en het behalen van nieuwe relevante cijfers
Goed werkgeverschap	Gezondheidspercentage	Minimaal 93%	93,6%	94%
Maatschappelijk betrokken ondernemen	Aantal primaire producten afkomstig uit Nederland in ons assortiment	Minimaal 275	424	500
Eigen bedrijfsvoering	Reductie CO ₂ - uitstoot op hoofdkantoor (t.o.v. 2009)	Minimaal 4%	4%	Minimaal 4 %
Ketenbeheer	% verduurzaamde producten in ons assortiment	Minimaal 22%	20,2%	22%
Gezonde producten	% gezondere producten (volgens criteria van het Vinkje in het assortiment)	Minimaal 45%	43,5%	Minimaal 45%
Voedselveiligheid	Convenant met NVWA (Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit)	Geen waarschuwingen en/of boetes van NVWA	1	0
Klanten	Doorlooptijd klachtenafhandeling verkorten	Binnen 10 werkdagen	Gemiddeld 10 werkdagen	Gemiddeld 10 werkdagen

Samen duurzamer



Op de website '101 x samen duurzamer' vind je al onze projecten en initiatieven op het gebied van Duurzamer Ondernemen handig bij elkaar.

Natuurlijk, het magazine dat nu voor je ligt geeft al een goed beeld van de veelzijdige manier waarop Albron invulling geeft aan Duurzamer Ondernemen. Waarom dan ook nog een website, vraag je je af? Simpel: omdat er continu nieuwe initiatieven bijkomen. Niet voor niets is het onze missie om elke dag een beetje duurzamer te worden. Beginnen en doorgaan, daar gaat het om.

Sneeuwbaaleffect
Samen bereik je meer dan één. Als die wijsheid ergens voor opgaat, dan is het wel duurzamer ondernemen. Daarom vinden we het zo belangrijk om onze activiteiten en ervaringen te delen met anderen. Met jou bijvoorbeeld, zodat we je kunnen inspireren en samen nog meer vooruitgang boeken. Maar jij kunt weer je opdrachtgever inspireren! Wij gaan voor het sneeuwbaaleffect, doe je mee?

Met één muisklik
Benieuwd hoe Albron ondertussen enthousiast doorgaat met duurzamer ondernemen? Houd www.101xsamenduurzamer.nl goed in de gaten. Met één muisklik ben je weer helemaal op de hoogte van de meest actuele initiatieven. Maar ook van leuke, inspirerende evenementen.



 **SURF & CHECK!**
WWW.101XSAMENDUURZAMER.NL

HEB JE ZELF EEN DUURZAAM INITIATIEF? MAIL DEZE NAAR 101XSAMENDUURZAMER@ALBRON.NL EN INSPIREER JE COLLEGA'S!

Albron ambassadeurs gaan een stapje verder

Duurzaam leven en werken vond ze altijd al belangrijk. Dankzij de ambassadeursessies kan Merèl Gulitz, management-assistent Kwaliteit en Duurzamer Ondernemen, haar eigen duurzame keuzes en die van Albron goed onderbouwen.

Ambassadeurs zijn Albron'ers die op kantoor werken en die zich actief willen inzetten om de duurzame ambities van Albron uit te dragen. Vanuit hun eigen overtuiging en enthousiasme. Zulke mensen zijn er genoeg binnen Albron, weet Merèl Gulitz. Sterker, ze is zelf ook zo iemand! 'Maar om een goede ambassadeur te zijn, heb je ook kennis en handvatten nodig. Je moet weten wat Albron allemaal doet op dit vlak en wat er speelt in de markt. Maar ook bijvoorbeeld wat de nieuwste duurzame ontwikkelingen en innovaties zijn en wat wij daar zelf mee kunnen.'

'Je raakt nooit uitgeleerd'

Anderen inspireren

Om ambassadeurs in de dop klaar te stomen voor hun vertegenwoordigersrol zijn in 2013 de ambassadeursessies opgezet. Zes leerzame bijeenkomsten, elk rondom een specifiek thema, van Gezond Eten en Het Nieuwe Eten tot Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Merèl: 'Het gaat erom zo'n onderwerp goed in de vingers te krijgen, zodat je het duidelijk kunt uitleggen aan je opdrachtgevers en collega's.'

Nooit uitgeleerd

Ambassadeur van Albron worden is iets wat Merèl kan aanraden. 'De sessies zijn heel leuk en het is een uitdaging om daarna met een duurzame



blik om je heen te kijken. Bij Albron is duurzaamheid iets wat continu doorontwikkelt. We zijn al best heel ver. Juist om te laten zien hoe ver, doen we dit. Ook voor mij waren er nog dingen die ik niet wist, terwijl ik zelf op de afdeling Kwaliteit en Duurzamer Ondernemen werk én de sessies heb gecoördineerd. Je raakt nooit uitgeleerd.'

Stapje verder

Natuurlijk is het belangrijk dat alle Albron'ers bewust omgaan met duurzaamheid, maar ambassadeurs gaan nog een stapje verder. Merèl: 'Zij zetten zich actief in door binnen én buiten Albron mensen te inspireren om bewust met lekker en verantwoord eten bezig te zijn en duurzamer te ondernemen. Het is geweldig als we hiermee ook anderen stimuleren. Hoe meer ambassadeurs, hoe beter we als organisatie in staat zijn onze duurzame doelstellingen te verwekelijken!'

In 2014 wordt gekeken op welke manier we de collega's buiten het hoofdkantoor bij het ambassadeurschap kunnen betrekken.



**PRIJS-
VRAAG!**

MAAK KANS OP EEN EXEMPLAAR VAN HET GROTE KLIKJESBOEK

Het Grote Kliekjesboek is een handig boek, waarin je leest wat voor lekkers je kan maken van bijvoorbeeld je overgebleven pasta en rijst. Dit boek bundelt opmerkelijke ideeën met smakelijke recepten waar je zelf misschien nooit op was gekomen! Als lezer van het Duurzamer Ondernemen Magazine maak jij kans op één van vijf exemplaren.

HOE MAAK JE KANS?

Heb je een idee hoe het dagelijks werk bij Albron duurzamer kan plaatsvinden? Stuur jouw tip dan uiterlijk 1 januari 2014 naar communicatie@albron.nl o.v.v. 'Prijsvraag Het Grote Kliekjesboek'. De 5 meest originele inzendingen ontvangen dit boek!



Duurzame activiteiten 2014

7 februari - Warme truiendag

Trek een warme trui aan en zet de verwarming lager!
→ www.warmtruiendag.nl

1 maart - Nationale Complimentendag

De Nationale Complimentendag draait om het geven van oprechte aandacht en het tonen van persoonlijke waardering.
→ www.nationalecomplimentendag.nl

21 en 22 maart - NL Doet

Tijdens NL Doet doen zoveel mogelijk mensen in heel Nederland één of twee dagen vrijwilligerswerk.
→ www.nl doet.nl

19 maart - Nationale Boomfeestdag

Op de Nationale Boomfeestdag leren kinderen dat bomen een belangrijk onderdeel zijn van een duurzame leefomgeving. Dit gebeurt door ze te laten inzien dat ze zélf een bijdrage kunnen en moeten leveren aan een groene, leefbare en duurzame wereld.
→ www.boomfeestdag.nl

22 maart - Wereldwaterdag

In 1992 heeft de Verenigde Naties 22 maart uitgeroepen tot Wereldwaterdag. Op deze dag worden wereldwijd evenementen georganiseerd om de wereldwaterproblematiek onder de aandacht te brengen.
→ www.wereld-water-dag.nl

2 september - Duurzame Dinsdag

Jaarlijks vindt twee weken voor Prinsjesdag Duurzame Dinsdag plaats op het Binnenhof in Den Haag. Duurzame initiatieven vanuit de samenleving worden op deze dag gepresenteerd. Ook worden die dag de jaarlijkse Duurzame lintjes uitgereikt.
→ www.duurzamedinsdag.nl

4 oktober - (EetGeen)DierenDag

Op deze dag wordt overal ter wereld stilgestaan bij de rechten van dieren. Dé gelegenheid om een dagje geen vlees te eten.
→ www.wakkerdier.nl

10 oktober - Dag van de Duurzaamheid

Op de Dag van de Duurzaamheid wil initiatiefnemer Urgenda laten zien hoe duurzaam Nederland is. Ze roepen mensen en organisaties die duurzaam bezig zijn op om van zich te laten horen.
→ www.dagvandeduurzaamheid.nl

16 oktober - Wereldvoedseldag

Gemiddeld genomen wordt er wereldwijd voldoende voedsel geproduceerd voor alle mensen. Desondanks lijden bijna 1 miljard mensen in de wereld honger.
→ www.wereldvoedseldag.nl

20 november - Internationale dag van de rechten van het kind

Op deze dag zijn er allerlei activiteiten om iedereen eraan te herinneren dat kinderen speciale rechten hebben.
→ www.unicef.nl

7 december - Nationale Vrijwilligersdag

Jaarlijks op 7 december krijgen vrijwilligers extra aandacht. Gemeentes en organisaties zetten hun vrijwilligers in het zonnetje door ze te huldigen of te onderscheiden.

Samenleving & Onderneming

'...EERSTE MEDEWERKERS AL UITGESTROOMD
NAAR ANDERE BEDRIJFSRESTAURANTS...'



Duurzamer Ondernemen gaat vaak over Planet (planten, dieren, milieu, klimaat). Maar ook het investeren in People (de samenleving) speelt een belangrijke rol. Hoe gaan we met elkaar om? Hoe zetten we ons in voor een betere samenleving waarin mensen met interesse, respect en oprechtheid met elkaar omgaan?

ZELFVERTROUWEN DANKZIJ BROODJESSERVICE VAN WEDEO

Lekkere broodjes met een goed gevoel. Dat is de slogan van de broodjesservice die het arbeidsontwikkelbedrijf Wedeo samen met Albron heeft opgericht.

Waarom een goed gevoel? Omdat bedrijven die hun broodjes bestellen bij Wedeo bijdragen aan de ontwikkeling van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, legt Bart van den Berg, manager commercie en detacheringen van Wedeo, uit. 'Onze medewerkers zijn mensen met een beperking. Dat kan lichamelijk zijn, maar ook psychisch of sociaal. Hierdoor hebben zij vaak wat extra begeleiding en ondersteuning nodig om aan het werk te kunnen bij een "normaal" bedrijf.'

Praktische vaardigheden

'Er is een groep medewerkers bij Wedeo die het fijn vindt om met eten en drinken en in een bedrijfsrestaurant of in de horeca te werken. Daarom zijn we blij met de samenwerking met Albron. In ons eigen restaurant in Doetinchem leert Albrons cateringmanager, Jolanda Bax, onze medewerkers allerlei praktische vaardigheden, van voedselbereiding tot voedseluitgifte. Dat doet ze op een hele leuke manier, met veel expertise. Zij is echt de sleutel tot dit succes.'

Supertrots

'Binnen het opleidingsprogramma van Albron kunnen onze mensen ook certificaten en deelcertificaten behalen. Natuurlijk zijn zij supertrots als ze er weer een binnen hebben.'

Je merkt dat hun zelfvertrouwen stijgt naarmate ze meer vaardigheden onder de knie krijgen. We zijn nu 'n klein jaar bezig en de eerste medewerkers zijn al uitgestroomd naar andere bedrijfsrestaurants. En we hebben zelfs al een wachtlijst van mensen die óók graag in andere restaurants binnen Albron willen werken.'

Bedrijven enthousiast

'Ook de broodjes voor onze broodjesservice worden klaargemaakt in ons restaurant in Doetinchem. Met deze service voor bedrijven zijn we pas begonnen, maar het begint nu al aardig te lopen. Veel bedrijven reageren er enthousiast op. Het gaat absoluut een succes worden, daar ben ik van overtuigd!'

→ Kijk voor meer informatie op
www.lekkerebroodjesmeteengoedgevoel.nl



Samen met Randstad

Randstad en Albron vormen al jaren een team in het vinden van horeca- en cateringmedewerkers. Twee jaar geleden bleek dat uitzendkrachten gemiddeld maar 3 weken bij Albron werkten. Veel te kort om thuis te raken in het werk en bij de opdrachtgever. Door gericht samen te werken is er nu een kleinere groep uitzendkrachten met een langere werkduur bij Albron. Dit biedt uitzendkrachten meer perspectief en onze klanten, gasten en collega's op locatie meer continuïteit en kwaliteit.

Albron en Randstad zien allebei het belang van investeren in mensen en pakken samen een actieve rol in het terugdringen van de jeugdwerkloosheid. Jongeren tussen 18 en 24 jaar kunnen als catering- of horecamedewerker bij Albron aan de slag in de vorm

van een stage of leerwerkplek, maar ook voor een eerste 'echte' baan. Zij krijgen de mogelijkheid om een opleiding te volgen en door te groeien binnen Albron. Hiervoor is Albron de opleiding catering manager (MBO/HBO) gestart, in samenwerking met NCOI.

Meer dan 25 uur werken?

Next Match, gestart in 2012, biedt uitkomst voor jongeren die meer uren willen maken dan de 25-urige werkweek die Albron aanbiedt. Het is een initiatief waardoor jongeren in de vaste Randstadpoule op een ander project extra uren kunnen maken. Op die manier kan Albron investeren in haar personeel, waarvan 27% jonger is dan 30 jaar, en blijft de continuïteit voor klanten gewaarborgd.



ITdonations voor CliniClowns



Net als bijna elke organisatie, kijken ook wij naar de manier waarop we met ons afval omgaan. We scheiden groen zorgvuldig van plastic en kijken verder dan onze keuken lang is. Voor de afschrijving van apparatuur werken we bijvoorbeeld, sinds februari 2012, samen met ITdonations. PC's, laptops, servers, telefoons, printers en kassa's die vanwege ouderdom of het sluiten van een locatie niet meer inzetbaar zijn, leveren we aan ITdonations.

Zij stellen de waarde ervan vast en verkopen de bruikbare apparaten en onderdelen. **De opbrengst doneren ze aan een door ons gekozen goed doel. Wij hebben gekozen voor CliniClowns.** ITdonations voorziet ons van een verklaring van alle ingeleverde hardware en een verklaring van de verwijdering van software en datagegevens. ITdonations zet zich hierbij belangeloos in. Op deze manier komt 100% van de restwaarde van de apparatuur ten gunste van een goed doel. Van CliniClowns ontvangen we een bevestiging van de ontvangen giften, zodat wij weten dat de donatie goed is ontvangen. In 2012 was de totale donatie bijna **13.000 euro!**



FAIRTRADE @WORK

Voor onze gasten maken we duurzaamheid graag tastbaar en zichtbaar. Daarom doen we jaarlijks met plezier mee aan de campagne Fairtrade@work. Dit is een initiatief van Stichting Max Havelaar om Fairtrade producten op het werk extra onder de aandacht te brengen. Dankzij een eerlijke prijs die Fairtrade Original aan hun leveranciers betaalt, kunnen boeren investeren in een betere toekomst en in de beste kwaliteitsproducten.

Tijdens de Fairtrade@work-week maken onze gasten in ruim 650 restaurants kennis met Fairtrade. Ze kunnen een keuze maken uit een speciaal menu met gerechten die met fairtrade ingrediënten zijn samengesteld. Zo is er bijvoorbeeld een lekker tropisch belegd broodje met fairtrade banaan, een wrap honing-chili kip, een honing cashew salade en een bessensmoothie.

Onze gasten reageerden enthousiast en vonden het erg leuk om de verrassende combinaties te proeven. Bij de gerechten vertelden we ook over de oorsprong van de ingrediënten door informatiebordjes bij de gerechten te plaatsen.

ALBRON WINT HET GOUDEN DIENBLAD!



Ieder jaar vindt tijdens Fairtrade @ Work de meest duurzame cateraar, het Gouden Dienblad. Albron is op 29 oktober 2013 als winnaar gekozen op basis van onafhankelijk onderzoek van Stichting Max Havelaar en Rank a Brand, onder 15 cateraars.



MEEST DUURZAME ASSORTIMENT

Onze algemeen directeur, Teun Verheij nam de prijs in ontvangst uit handen van Peter d'Angremond, directeur Stichting Max Havelaar.

Nationaal Integratiediner

‘Het heeft ons team hechter en sterker gemaakt.’



Op donderdag 10 oktober 'de dag van de duurzaamheid' vindt ieder jaar het Nationaal Integratiediner, een initiatief van Asito, plaats. Op zo'n 40 locaties in Nederland aten ruim 400 Albron'ers met elkaar. En zij waren niet de enige; in heel Nederland ontmoetten tienduizenden tafelgenoten elkaar, verspreid over 5.000 dinertafels in alle uithoeken van Nederland.

Het Nationaal Integratiediner is een kleinschalig ontbijt, lunch of diner waarbij collega's zelf koken en elkaar beter leren kennen. Het is een feestje om te organiseren en om voor uitgenodigd te worden. Lekker eten is de basis. Maar de achterliggende gedachte is veel groter. Verschillen tussen mensen leiden tot verschillende inzichten en ideeën. Nieuwe ideeën leiden tot verbeteringen. Daar heeft iedereen baat bij. Het Nationaal Integratiediner wil onze maatschappij beter maken.

En dat sluit naadloos aan op de ambitie van Albron; een bijdrage leveren aan een samenleving waarin mensen vanuit interesse, respect en oprechtheid met elkaar de verbinding aangaan. Daarom doen we hier jaarlijks aan mee, en met succes gezien de enthousiaste reacties van onze deelnemers!

→ Kijk voor meer informatie op www.nationaalintegratiediner.nl

Wie investeert in de jeugd, investeert in de toekomst! Daar zijn we bij Albron van overtuigd en daarom nemen we onze taak als stagebedrijf zeer serieus. Neem ons stagerestaurant in de vakantieparken van Center Parcs. Hier bieden wij leerlingen een stage-ervaring die écht leuk en uitdagend is. Onder begeleiding van onze floormanager wordt het restaurant helemaal gerund door stagiairs. En dan bedoelen we ook echt helemaal. Van A tot Z! Van de bar en de bediening tot het gastcontact, de aansturing van 'collega's' en de administratie. Leerlingen worden hier niet behandeld als stagiairs maar als medewerkers die zichzelf willen ontwikkelen. Om het optimale uit de stage te halen wordt bovendien veel aandacht besteed aan persoonlijke ontwikkeling. Met tips en extra opdrachten voor elke leerling. Een geweldige kans voor jongeren dus om hun theoretische kennis om te zetten in praktijkervaring en in het "echt" te leren wat het inhoudt om manager in de horeca te zijn. Met alles wat daarbij komt kijken natuurlijk: kwaliteitsmanagement, financiën, veiligheid, personele inzet en sociale vaardigheden. Met zo'n stage op je CV maak je gegarandeerd een goede indruk bij toekomstige werkgevers. En daar doen we het uiteindelijk voor. Want de jeugd... dat is de toekomst!

→ Kijk voor meer informatie op www.albron.nl/stagerestaurant



Stagiairs runnen de zaak



Handiger en verstandiger inkopen, niets onnodig weggooien en gewoon netjes en zuinig met je spullen omgaan. Eigenlijk voelt iedereen op zijn klompen aan wat er nodig is om planten, dieren, milieu en klimaat te sparen. Bovendien: als alle schakels in de voedingsmiddelenindustrie goed met elkaar samenwerken, is er voor iedereen nog winst te boeken.

“Onze Keuken” bij Imtech ICT

Albrons formule “Onze Keuken”, met versbereide gerechten, liefst van producten uit de regio, past goed bij het groene beleid van Imtech ICT Communication Solutions uit Capelle aan de IJssel. Maar dat het zo goed zou aanslaan? Nee, dat had Peter Booms, manager Inkoop & Facilities niet verwacht.

‘Begin september hebben we “Onze Keuken” geïntroduceerd’, vertelt Peter Booms van Imtech ICT Communication Solutions. Vanwege het verse assortiment, maar ook om het restaurant sfeervoller en geschikter te maken voor Het Nieuwe Werken, legt hij uit. ‘De medewerkers waren blij verrast. De soepen worden nu vers bereid en er wordt bijvoorbeeld ook dagelijks van dat lekkere Siegert-brood afgebakken.’

Stijgende lijn

‘En neem nu de salades. Wat vroeger een klein bakje sla was, is nu een diep pastabord waarin elke dag een andere maaltijdsalade wordt geserveerd. Het is echt een groot succes. Sinds de invoering zien we een stijgende lijn in de verkoop. Als er in de toekomst nog meer mensen komen lunchen, moeten we zelfs gaan kijken of de Albron’ers het nog kunnen behappen.’

Verspilling tegengaan

Gezond en duurzaam zijn belangrijke thema’s voor Imtech. Peter Booms: ‘Kaas- en vleeswaren worden niet langer apart verpakt in plastic, dat scheelt veel afval. Ook is het de bedoeling verspilling van eten zo veel mogelijk tegen te gaan. En de verse producten komen bij voorkeur uit de regio. Fruit uit de Betuwe, tomaten uit het Westland, paprika uit Delft en brood uit de provincie Utrecht. Zo worden in de hele supply chain onnodige transportkilometers voorkomen.’

→ Kijk voor meer informatie op www.onzekeukenjouwkeuken.nl



‘...verspilling van eten tegengaan...’

CO₂-voetafdruk weer een beetje kleiner

In 2009 is voor het eerst de CO₂-voetafdruk van Albron in kaart gebracht. Deze geeft inzicht in hoeveel broeikasgassen we als bedrijf veroorzaken. Sindsdien spannen we ons met diverse initiatieven in om de CO₂-uitstoot elk jaar verder te verminderen. De tussenstand: in 2012 is de uitstoot met 30,1% gedaald ten opzichte van beginjaar 2009. We lichten er 3 initiatieven voor je uit:

Elke medewerker van Albron die een leaseauto gaat rijden, krijgt een cursus **HET NIEUWE RIJDEN** aangeboden. Om zo vertrouwd te raken met een zuinige rijstijl. Want ook daarmee kunnen we als bedrijf ons brandstofverbruik verminderen.

Een keer per jaar komt het serviceteam van **BAND OP SPANNING** langs op ons kantoor in De Meern. De missie van deze bandenspanningsspecialisten: alle aanwezige auto's, bijna 200, controleren en indien nodig voorzien van de juiste bandenspanning. Want met goed opgepompte banden verbruik je beduidend minder brandstof en dat vermindert dan weer de CO₂-uitstoot.

Tijdens de jaarlijkse **WARMER TRIENDAG** trekt iedereen op kantoor een lekkere warme trui aan en gaat de verwarming een paar graden naar beneden, om gas te besparen en zo de CO₂-uitstoot terug te dringen. Met een dikke trui aan merk je verrassend weinig van het temperatuurverschil. Sterker, sommige dichtgedraaide radiatoren zijn, ook ná onze laatste Warme Truiendag, nooit meer opengedraaid! In 2014 vindt de Nationale Warme Truiendag op 7 februari plaats.

→ Kijk voor meer informatie op www.warmetriendag.nl.



Innovatie is een belangrijk ingrediënt voor een duurzame bedrijfsvoering. Albron maakt daarom deel uit van de inkoopcoöperatie Victoria Trading, samen met De Efteling, La Place, franchise friendly concepts, HMSHost en Vermaat Groep. Door samen te werken is het mogelijk om te innoveren, om door schaalvergroting een betere prijs-kwaliteitverhouding te krijgen en de efficiëntie in de keten te vergroten.

Door het bundelen van de vraag van zes grote horecabedrijven, zijn voedselproducenten bereid om specifieke vragen in productie te nemen. Het eerste succes is inmiddels behaald: Frituurproducent Romi heeft exclusief voor Victoria Trading een 100% zuivere frituurolie ontwikkeld, Romi Natural. Deze olie bevat grotendeels zonnebloemolie, een zeer neutrale olie met veel onverzadigde vetzuren (>85%). Bovendien bevat Romi Natural geen E-nummers en een natuurlijke antioxidant. Ook over de verpakking is goed nagedacht. Doordat het karton en de dunne plastic zak eenvoudig te scheiden zijn, wordt het milieu minimaal belast. Uiteraard wordt dit eerste succes gevolgd door meer!

VICTORIA
TRADING



Op Wereldierendag staan we stil bij de dieren. Maar de dieren in de vee-industrie worden vaak vergeten. Stichting Wakker Dier startte daarom een aantal jaar geleden de actie Eetgeendierendag. Albron haakte hierop aan met haar actie **Een dagje zonder vlees**. De naam zegt het al; op die dag staat er in de deelnemende restaurants geen vlees op het menu. Sinds 2013 kunnen onze restaurants deze actie niet alleen in de week van 4 oktober inzetten, maar wanneer en hoe vaak ze willen.

Waarom we dit doen?

Omdat we het belangrijk vinden om onze CO₂-voetafdruk zo klein mogelijk te maken. En te houden. De productie en consumptie van vlees heeft met haar huidige omvang en werkwijze wereldwijd een impact op het milieu. Een dagje zonder vlees, is één manier om dit te doen, maar we zoeken ook naar goede alternatieven voor vlees. Zo zijn we op dit moment met verschillende partijen in gesprek en zorgen wij ervoor dat een aanzienlijk deel van onze gerechten vegetarisch is. Zo bevatten bijna 30% van onze belegde broodjes en maaltijdsalades en ruim 15% van de samengestelde warme lunchgerechten geen vlees of vis.

Niet alleen Wakker Dier voert actie voor de vermindering van vleesconsumptie. Ook Natuur & Milieu en Stichting Urgenda voeren actie met hun initiatieven de Flexitariër en PeulenParade. Met **Een dagje zonder vlees** brengt Albron al deze initiatieven extra onder de aandacht. Tijdens de actie staan bijvoorbeeld "kip"spiesjes van de Vegetarische Slager en verrassende gerechten met bonen en peulen als hoofdingrediënt op het menu.



VERDUURZAMING KIP-ASSORTIMENT HOOG OP DE AGENDA VAN 2014



In 2013 werd Albron uitgeroepen tot Duurzaamste Cateraar en mochten we het Gouden Dienblad in ontvangst nemen. Supertrots zijn we! Toch is dit voor ons nog maar het begin, want we gaan gewoon door. **Steeds een stapje verder, altijd druk bezig om een lekker en nog duurzamer assortiment aan te kunnen bieden, natuurlijk tegen een goede prijs.** Vaak is het een hele uitdaging, maar het lukt ons wel! Zo zijn onze bananen en koffie inmiddels Fairtrade, de ananassen voorzien van het Rainforest Alliance-keurmerk, bijna al onze varkensvleeswaren Milieukeur-gecertificeerd, onze eieren vrije uitloop en bijna 100% van onze hamburgers en gehaktballen is van vlees van de oer-Hollandse blaarkopkoe.

En wat dacht je van het gebruik "ugly foods" - groenten die niet perfect van vorm of kleur zijn, maar wel prima van smaak - voor onze gesneden producten. Daarnaast is een groot deel van ons wegwerpservies duurzamer geproduceerd en krijgt ons brood vanaf begin 2014 het certificaat van Stichting Milieukeur. In 2014 staat ook de verdere verduurzaming van ons kip-assortiment hoog op de agenda. **De eerste stappen hebben we onlangs gezet met de introductie van kipnuggets en kipcorn van 1st Beter Leven Kip.** En eind 2013 is met de Victoria Trading-partners een nieuw traject opgestart om de hele kipketen te verduurzamen. Van het ei in de broedstal helemaal tot aan het gerecht dat we onze gasten willen bieden.

Een andere uitdaging is het verminderen van de consumptie van dierlijke eiwitten. Dat kan door het aanbieden van meer gerechten zonder vlees, of met vleesvervangende producten. **Zaak is te bepalen waar wij als cateraar op onze locaties het beste mee uit de voeten kunnen, en waar we onze gasten mee verrassen.** Dit betekent vele proeverijen en uitproberen van producten in diverse recepturen. Het aanbieden van een duurzamer assortiment is één ding, maar we zullen onze gasten ook moeten meenemen in het hoe en waarom van onze keuzes. De verhalen vertellen achter onze producten. Zodat onze keuzes ook de keuzes van onze gasten worden. We kunnen niemand dwingen. Willen we ook niet. Wat we wel kunnen: soms een beetje sturen, maar vooral verleiden en uitdagen met lekkere, leuke, duurzame producten. En dat doen we, samen met onze collega's. Met hart en ziel!

Van benzineauto naar

e-car, logisch!

Broodjes rondbrengen, pizza's bezorgen, gourmetstellen afleveren en weer ophalen. Bij Center Parcs Erperheide in het Belgische Peer gebeurt dit door de medewerkers van Albron voortaan allemaal per elektrische auto. Alle horeca en retail food outlets maken sinds juni 2013 samen gebruik van een nieuwe e-car, om de gasten in hun bungalows te voorzien van eten en drinken. Zowel Albron als Center Parcs hechten veel belang aan een schone en energiezuinige bedrijfsvoering. De overstap van een benzineauto naar een elektrische auto is dus een logische stap. Het nieuwe vervoermiddel stoot geen schadelijke gassen uit en hij is ook nog eens heel stil, zodat gasten ongestoord van hun verblijf kunnen genieten.



ZELF RECYCLEN, KLEINE MOEITE, GROTE WINST

Albron zoekt continu naar mogelijkheden om producten te verduurzamen. Zo hebben we ook ons assortiment disposables onder de loep genomen. *Disposables?* Daarmee bedoelen we uiteraard wegwerpservies voor eenmalig gebruik, waaronder de bekende kartonnen koffiebekers. Het gebruik daarvan moet liefst zo min mogelijk impact hebben op het milieu. Daarom hebben we in ons nieuwe assortiment veel disposables vervangen door een milieuvriendelijker alternatief. Die zijn bijvoorbeeld gemaakt van duurzamer materiaal of geproduceerd op een duurzamere manier (zoals gerecycled of gemaakt van ongebleekt papier of PLA plastic). Allemaal hartstikke mooi natuurlijk, maar nu komt het: **de meeste winst is nog altijd te behalen door hergebruik van kartonnen koffiebekers!** Je kartonnen beker twee keer gebruiken, dat scheelt... even rekenen... de helft aan afval! Dat zijn per persoon al gauw een paar honderd bekertjes per jaar die niet weggegooid worden. Zo simpel is het dus. Kleine moeite, grote winst. Om het hergebruik onder onze gasten en medewerkers te stimuleren introduceert Albron nieuwe kartonnen bekertjes met een toepasselijke tekst "Zelf recyclen? Je beker 2x gebruiken scheelt de helft!"



Gezondheid & Kwaliteit



Albron is ervan overtuigd dat vitale mensen aan de basis staan van een gezonde onderneming. Op allerlei manieren inspireren wij mensen in en om Albron om bewust gezond te leven én te werken. Daarnaast richten we ons met continue persoonlijke aandacht en vernieuwende projecten op de duurzame inzetbaarheid van Albron'ers.

DE NACHTDIENST DEAL VAN HEINEKEN

Een zware maaltijd tijdens de nachtdienst? Niet verstandig. Gelukkig zijn er voor Heineken-medewerkers steeds meer gezonde en lekkere alternatieven nu Heineken samen met Albron druk bezig is het assortiment in de restaurants aan te passen.

'In onze productievestiging werken de mensen in drieploegen-dienst: vroege dienst, late dienst en nachtdienst', vertelt Wouter Kleppe, projectmanager Vitaliteit en Gezondheid van Heineken. 'Vooral in de nachtdienst is het belangrijk geen vette maaltijden en snelle suikers te eten, want door de trage verbranding 's nachts is dit extra ongezond. Inmiddels gaat op onze brouwerij in Zoeterwoude 's nachts de frituur uit. Als alternatief hebben we de Nachtdienst Deal. Dat is een licht verteerbare, betaalbare maaltijd die past bij het tijdstip.'

Kleinere porties

Heineken hecht veel waarde aan de gezondheid van de medewerkers, legt hij uit. Daarom is in samenwerking met Albron een plan uitgestippeld om hen stap voor stap te helpen bewuster te eten. 'De gezonde keuze wordt op allerlei manieren gestimuleerd. Zo staan de gezondere gerechten op een centrale plek en lopen mensen niet meer gelijk tegen het snackeiland op. Denk ook aan kleinere porties van de warme maaltijd, het vermelden van de hoeveelheid calorieën en natuurlijk veel tips voor de gezondere keuze, voor op het werk én thuis.'



Gezond = lekker

Een belangrijke stimulans is bovendien de prijs, weet hij. 'Verantwoorde gerechten zoals salades zijn relatief goedkoop, de snacks juist wat duurder. Maar wat we vooral willen bewijzen is dat gezond ook erg lekker kan zijn. Zoals een broodje kaas met gegrilde paprika en zongedroogde tomaatjes. Hoe het loopt? Nou, we zien bijvoorbeeld dat afgelopen jaar 's nachts de verkoop van salades al met 25% is toegenomen. Voor ons een duidelijke bewijs dat het heel positief wordt ontvangen!'

'...AFGELOPEN JAAR IS 'S NACHTS DE VERKOOP VAN SALADES MET 25% TOEGENOMEN...'

Weet & Eet App

Dát is handig! Een app waarmee onze gasten direct alles te weten komen over producten of gerechten die zij in onze restaurants kunnen kopen. Het enige wat zij hoeven te doen is met hun smartphone (Android of iPhone) de QR-code scannen op de kaartjes die bij het artikel staan. En voilà, het betreffende product of gerecht springt in beeld, inclusief ingrediënten, voedingswaarden en allergenen. Zo weten onze gasten precies wat er in een product zit en kunnen zij makkelijker een bewuste

keuze maken. Eind 2014 wordt het in Nederland wettelijk verplicht om bij alle producten die we verkopen informatie over allergenen te verstrekken. Vanuit onze ambitie gezond eten en drinken te stimuleren, zijn we hiermee al in 2013 aan de slag gegaan. Met als resultaat dus deze slimme en leuke oplossing die nog véél meer informatie biedt!



De Weet & Eet app is vanaf januari 2014 te downloaden via Google Play of de App store.

Stijgend gezondheidscijfer dankzij succesvolle samenwerking tussen medewerker, leidinggevende en casemanager

Zoals voor elk bedrijf is het ook voor Albron heel belangrijk dat medewerkers gezond en vitaal aan de slag blijven. We kunnen helaas niet altijd voorkomen dat iemand ziek wordt. Wat we wel kunnen: samen met de medewerker bekijken welke mogelijkheden er wél zijn ondanks zijn of haar beperkingen.

Om dit zo goed mogelijk op te pakken, hebben we in 2012 de casemanager geïntroduceerd. Casemanagers (Albron heeft er vier) zijn experts op het gebied van re-integratie. Zij houden zich voor 100% bezig met het begeleiden van zieke medewerkers. Dat doen zij door veel aandacht te geven en te focussen op re-integratie binnen de mogelijkheden van de medewerker zelf. Door deze aanpak, zo was de verwachting bij de start, zullen zieke medewerkers vaker gedeeltelijk aan het werk blijven. En blijven ze ook meer betrokken bij hun werk, wat het re-integreren bevordert. Hoe langer thuis, hoe hoger immers de drempel om terug te keren.

Stijging zet door

Onze verwachting is uitgekomen! Na een jaar van hard werken begon het gezondheidscijfer van Albron in maart 2013 inderdaad te stijgen. Een stijging die ook in de zomer en in het najaar 2013 heeft doorgezet. In slechts 1 jaar tijd is het gezondheidscijfer 1% verbeterd ten opzichte van het jaar ervoor. Van 92,5% naar 93,5%! Een geweldig resultaat, waar we superblij mee zijn! Intussen zitten we niet stil. In 2014 richt Albron de spotlight op een nieuw thema: BALANS. Want alles in het leven draait om balans. Wie uit balans is, heeft meer kans om ziek te worden. Daarom willen we in 2014 extra aandacht en hulp geven aan medewerkers die op zoek zijn naar een goede balans. Zodat zij fit en met plezier actief kunnen blijven binnen Albron.

TALENTBOEK VOOR SPORTTALENT



Al eens gehoord van Talentboek? Dit is een interactieve website waarop NOC*NSF erkende, aanstormende sporttalenten zichzelf kunnen profileren en waarmee zij particulieren, bedrijven en gemeenten enthousiast kunnen maken om hen te ondersteunen. Een mooi initiatief dat Albron graag steunt. Daar hebben we een goede reden voor: Talentboek sluit namelijk heel goed aan op onze eigen ambitie om een gezonde levensstijl te promoten, onder onze medewerkers én onze gasten. Net als de sporttalenten zijn wij ervan overtuigd dat, naast gezond eten, ook regelmatig bewegen belangrijk is om je goed te voelen. Niet dat we nu allemaal moeten gaan sporten op het niveau van deze talenten, want dat is nou eenmaal niet voor iedereen weggelegd. Maar met dagelijks een stuk lopen of fietsen komen de meeste mensen al 'n heel end. Door partner te zijn van Talentboek willen we eraan bijdragen dat talentvolle jonge sporters hun passie kunnen blijven uitoefenen. Zodat zij op hun beurt hun omgeving kunnen inspireren om actief te leven.



→ Kijk voor meer informatie op www.talentboek.nl

'FANTASTISCH OM TE JUICHEN ALS ER SUCCES IS, MAAR LATEN WE OOK OPSTAAN ALS HET TALENT OP WEG NAAR DE TOP ONDERSTEUNING NODIG HEEFT.'

YVONNE VAN GENNIP, INITIATIEFNEEMSTER TALENTBOEK



Mag het een beetje minder...?

Een snufje suiker of zout om het eten of drinken op smaak te brengen kan natuurlijk weinig kwaad. Maar de meeste mensen krijgen er - vaak ongemerkt - veel te veel van binnen en dat kan de gezondheid wel degelijk schaden. **Om onze gasten te helpen hun zout- en suikerconsumptie te beperken hebben we de inhoud van de zout- en suikersticks teruggebracht.** De hoeveelheid suiker is verlaagd van 4 gram naar 3,5 gram. In een zakje zout zit voortaan nog maar 0,8 gram in plaats van 1 gram. En we hebben nog meer gedaan om onze gasten een duurzamer alternatief te bieden. Zo is de geraffineerde witte suiker in de suikersticks vervangen door biologische Fair Trade rietsuiker. Daarnaast is ook de inhoud van de creamerstick teruggebracht van 2,5 gram naar 2,2 gram. Tot slot zijn de portieverpakkingen zelf gemaakt van duurzaam verpakkingsmateriaal. En dat is dan weer beter voor het milieu.

Bewust genieten is een keuze bij Albron

Duurzaamheid? Daar zijn de gasten van Center Parcs niet iedere minuut mee bezig tijdens hun weekendje weg. Het is immers vakantie ... dan moet je vooral heel weinig en mag je net iets meer. Daarom laat Albron het aan de gasten zelf over óf en hoe duurzaam zij van hun verblijf willen genieten. Willen ze dat? Prima! En zo niet? Ook prima!

Maar Albron zou Albron niet zijn als we niet zouden proberen om het "bewuste genieten" zo makkelijk en verleidelijk mogelijk te maken voor onze gasten. Hiervoor is in 2013 de campagne "Bewust genieten is een keuze" van start gegaan, met veel nieuwe initiatieven. Zo hebben we ons assortiment nog verder "verrijkt" met verantwoorde producten die minstens even lekker zijn, en zeker niet duurder. Van volkoren pasta en vleesvervangende producten tot minder zoute frietjes en vrolijke, verantwoorde gerechten voor de kids. Gezonder voor onze gasten, en vaak ook nog eens beter voor dier en milieu. ***Dat is duurzame gastvrijheid.***



Albron fietsteam in actie!

In 2013 kwam het Albron-fietsteam verschillende keren in actie. Hoogtepunt was hun deelname



aan **Klimmen tegen MS. Het sportieve doel van dit wielerevenement is het 1, 2 of 3 keer beklimmen van de Reus van de Franse Provence, de Mont Ventoux. Hiermee haalde het team maar liefst € 20.000 op, voor de strijd tegen MS.**

Vanwege dit succes zijn voor 2014 meerdere goede doelen uitgekozen. Zo doet het team op 7 september mee aan Ride for the Roses. Ruim 14.000 fietsliefhebbers maken dan door hun deelname een vuist tegen kanker en zamelen geld in voor KWF Kankerbestrijding. In juni komt het team in Italië in actie tijdens de Stelvio Challenge. Door de Passo dello Stelvio te beklimmen wordt geld ingezameld voor verschillende doelen (waaronder CliniClowns) die zich inzetten voor ernstig zieke en gehandicapte kinderen.

Meefietsen?

Lijkt het je leuk om op een sportieve manier kennis te maken met je collega's en aan evenementen deel te nemen? **Word dan lid van het fietsteam door een mail te sturen naar fietsteam@albron.nl.** Medewerkers van Albron Nederland lezen meer over het fietsteam op Mijn Albron.

In het streven om de wereld samen duurzamer te maken, is de gezondheid van de jeugd essentieel. Momenteel heeft ongeveer één op de zeven kinderen overgewicht. In sommige wijken is dat zelfs al één op de drie kinderen!



Daarom hebben wij Jongeren Op Gezond Gewicht (JOGG) geholpen met het opzetten van een campagne voor basisschoolleraars in Utrecht. De campagne "Ik fruit om 10" bestaat uit een toolkit voor basisschoolleraars die kinderen aanzet om op een vast moment (10 uur 's ochtends) fruit op school te eten. Hierdoor hebben bijna alle scholen in Utrecht Noordwest er een goede gewoonte van gemaakt om fruit te eten in de ochtendpauze. Er lijkt ondertussen een trendbreuk in het percentage kinderen met overgewicht op te treden. Eind 2013 zijn de definitieve onderzoeksresultaten beschikbaar.

JOGG is een uniek samenwerkingsverband van in totaal 26 partijen afkomstig van (rijks- en lokale) overheden, het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. JOGG richt zich op jongeren tussen de 0 en 19 jaar (en hun omgeving) en maakt gezond eten en bewegen voor hen gemakkelijk en aantrekkelijker. Albron is één van de landelijke partners.

We werken mee aan verschillende initiatieven in de JOGG-gemeente Utrecht en geven daarnaast als landelijke partner financiële steun en advies. Via een meerjarig programma met allerlei acties is er meer aandacht voor voeding en beweging op school, betere sport- en speelfaciliteiten en voorlichting aan ouders. Op school, op straat, in de supermarkt, maar ook thuis wordt het voor de jongeren niet alleen leuker, maar ook makkelijker om gezonder te leven.

In 2013 staat de teller op 26 JOGG-gemeenten. De doelstelling is dat er in 2015, 75 JOGG-gemeenten in Nederland zijn. Om dit te bereiken zijn er meer partijen uit het bedrijfsleven nodig die hun krachten bundelen en hun kennis delen in de strijd tegen overgewicht bij jongeren. Word ook partner!

➔ **Kijk voor meer informatie op www.jogg.nl**

Duurzaam thuisrecept van
executive chef Karel van Tiel

GEBAKKEN DIKLIPHARDER UIT DE WADDENZEE*

MET GEPOFTE AARDAPPEL, GELE BIET, GEBLANCHEERDE
SEA FENNEL EN EEN KOMKOMMERSALSA.

Wat heb je nodig voor 4 personen?

- 4 diklipharder, filet à 140 gram
- 25 ml koolzaadolie
- 2 takjes tijm
- ¼ teentje knoflook
- bakpapier

Hoe maak je het?

- Verwarm de oven op 175°C.
- Controleer de diklipfilet op graatjes en schubben.
- Vouw de vis voorzichtig in de breedte bol en snij drie keer gelijke delen in.
- Verwarm een bakpan met de koolzaadolie.
- Bak de vis op de huidzijde, met de takjes tijm en knoflook goudbruin.
- Doe zout en peper op beide zijden van de vis.
- Leg de vis op bakpapier op een ovenplaat met de huidzijde naar boven.
- Gaar de vis in ± 4 minuten.

* Alleen de Diklipharder uit de Waddenzee is groen in de viswijzer, kies bij voorkeur dus deze in plaats van een Diklipharder uit een ander vangstgebied.



De rest van
dit lekkere duur-
zame recept lees je op
internet. Scan met je
smartphone de QR-
code of ga naar
www.albron.nl/
duurzaamrecept.



EET SMAKELIJK!

option is in use illustrator native format.
Options dialog box, which appears when
saving an Adobe Illustrator file using the
Save As command.

This is an Adobe® Illustrator® File that was
saved without PDF Content.
To Place or open this file in other
applications, it should be re-saved from
Adobe Illustrator with the "Create PDF
Compatible File" option turned on. This

option is in use illustrator native format.
Options dialog box, which appears when
saving an Adobe Illustrator file using the
Save As command.

This is an Adobe® Illustrator® File that was
saved without PDF Content.
To Place or open this file in other
applications, it should be re-saved from
Adobe Illustrator with the "Create PDF
Compatible File" option turned on. This