

Samen *duurzame* en *sociale* impact maken

Aan tafel bij een
franchisepartner van
Brownies&downieS

ALBRON IS EEN ALLROUND HOSPITALITYBEDRIJF DAT INZET OP DUURZAAMHEID EN SOCIAAL ONDERNEMEN. ALBRON HEEFT DE AMBITIE OM EEN STEEDS GROTERE GROEP MENSEN TE VERLEIDEN TOT LEKKER, BETAALBAAR, GEZOND ÉN DUURZAAM ETEN EN DRINKEN. "VERANDERING LOOPT VIA DE WEG DER GELEIDELIJKHEID."

Albron wil graag mensen verbinden middels lekker, betaalbaar, gezond én duurzaam eten en drinken. "We creëren een verwenmoment in een gastvrije omgeving", zegt algemeen directeur Jan Willem Hilbron. "We doen dit in kantoren en productieomgevingen, in winkelstraten, in de zorg, op Center Parcs en bij grote evenementen als de Nijmeegse Vierdaagse.

We franchisen merken, zoals Starbucks en Anne&Max. Samen met onze franchisepartners exploiteren we onze eigen merken Coffeecompany en Brownies&downieS. Naar schatting bedienen we zo'n 150.000 gasten per dag. Dit geeft ons de kans om maatschappelijk impact te maken, zowel op duurzaamheid als op sociaal gebied." ▶

‘We inspireren medewerkers om zich duurzaam te verbinden aan onze sector’

Duurzame verleiding

Albron verwacht vanaf 2025 CO₂-neutraal te zijn op alle nieuwe te starten locaties. “Daarnaast willen we dat al onze gasten gezond eten en drinken”, zegt Hilbron. “Dit houdt in dat we de hoeveelheid zout, suiker en vet in ons assortiment verlagen. Ook reduceren we CO₂ in onze keten, onder andere door alleen met duurzame leveranciers samen te werken. Wat eten betreft, kom je dan al snel uit bij het verminderen van de vleesconsumptie, omdat de vleesindustrie voor veel uitstoot zorgt. Daarom bieden we steeds vaker plantaardige alternatieven aan. Deze zijn betaalbaar én minstens net zo lekker als vleesproducten; een absolute voorwaarde om mensen te verleiden tot het aanpassen van hun eetpatroon. We gaan hierbij niet met het vingertje wijzen: we geloven dat deze verandering via de weg van de geleidelijkheid en verleiding verloopt. We hopen onze gasten zodanig te inspireren, dat ze uiteindelijk ook thuis steeds vaker duurzame maaltijden op tafel zetten.”

Datagedreven innovaties

“Tijdens de Nijmeegse Vierdaagse hebben we met de Radboud Universiteit onderzocht hoe we gezond eten en drinken tijdens een groot evenement kunnen stimuleren”, gaat Hilbron verder. “Dit gaat mooie inzichten opleveren die we volgend jaar samen met de organisatie toe kunnen passen.” Binnenkort lanceert Albron een app om met zijn gasten te communiceren op het gebied van gezondheid en duurzaamheid. “Dit biedt ons nog meer mogelijkheden om onze ambitie te realiseren. We kunnen er bijvoorbeeld *nudging* mee toepassen om mensen tot duurzame keuzes te bewegen

en dit steeds logischer voor hen te maken. Ook geven gebruikersdata inzicht in welke producten het meest succesvol zijn, zodat we het aanbod binnen ons assortiment nog beter op de behoefte van onze gasten af kunnen stemmen. Albron is continu alert op de mogelijkheid om innovatieve foodstart-ups met een veelbelovend product enthousiast te maken voor samenwerking. Als een van de grootste hospitalitybedrijven van Nederland kunnen we deze start-ups helpen groeien, omdat we hen – onderbouwd met gebruikersdata – een grote afzetmarkt garanderen. Zo kunnen deze start-ups op termijn een groter publiek bereiken en impact creëren.”

Divers en inclusief

Albron heeft een lange sociale historie. Het bedrijf werd eind negentiende eeuw opgericht om medewerkers in de Rotterdamse haven en aan het Utrechtse spoor van een fatsoenlijke lunch te voorzien in een veilige omgeving. “Nog steeds zijn we intrinsiek erg gemotiveerd om sociale impact te maken”, zegt directeur HR Christiane de Jong. “We scoren hoog op diversiteit en inclusiviteit, omdat we iedereen die wil groeien in de wereld van gastvrijheid een kans geven. We zetten daarbij in op een gelijkwaardige behandeling van al onze medewerkers, ook in onze cao’s. Onze mensen hebben een grote mate van flexibiliteit in de keuze waar ze willen en kunnen werken. We bieden hen trainingsprogramma’s, maar ook sociale ondersteuning als ze buiten het werk om vastlopen. We leveren deze inspanning, omdat de bedrijven binnen onze sector een grote uitdaging op de arbeidsmarkt hebben. We hopen natuurlijk dat onze mensen lang bij Albron blijven, maar meer nog dat ze zich duurzaam verbinden aan de sector als geheel.”

Samenwerking

“Het is niet makkelijk om de gebalanceerde combinatie van duurzaam, sociaal, gezond, lekker en betaalbaar eten en drinken te maken”, zegt Hilbron. “Mede door zijn historie slaagt Albron hier als enige partij in Nederland wel in. We hebben de kennis, ervaring en intrinsieke drive om waar te maken wat we beloven. Vaak lukt het ons om onze opdrachtgevers te verrassen met innovatieve oplossingen. We doen dit voor multinationals als Philips en ASML, maar ook voor kleinere organisaties, waaronder een aantal gemeentes. Samen maken we duurzame en sociale impact!” ◀



DEEL ONLINE

