

HET BETER DOEN VOOR GASTEN ÉN DE WERELD

Luncharmoede oplossen, mensen uit hun isolement halen en gasten verleiden tot gezonder en samen eten. Als oudste *steward-owned* bedrijf focust Albron op lekker, gezond, duurzaam en betaalbaar eten. Daarmee blijft sociale impact maken een essentieel beleidsonderdeel. “Via de onafhankelijke Stichting Albron gaat 50% van de winst naar goede doelen.”

De nieuwe koers van Albron geeft een boost aan maatschappelijke impact. In al zijn branches: bedrijfscatering, commerciële horeca, zorg en vrije tijd. “Eten is meer dan goede voeding; het betekent voor ons ook bijdragen aan sociale verbinding. In 2026 streven we ernaar om 250.000 mensen gezonder te laten eten én naar een ambitieuze uitbreiding van sociale projecten. Als grootste cateraar kunnen we enorme impact maken met oog voor de wereld om ons heen”, overtuigt algemeen directeur Jan Willem Hilbron.

ARMOEDEBESTRIJDING

Het beter doen voor de mens vormt de basis. Terug naar de oprichting 125 jaar geleden, een tijd van grote sociale achterstanden. Een groot deel van het uitbetaalde loon besteedden Rotterdamse havenwerkers direct aan alcohol. Albron bedacht een oplossing en betaalde niet langer uit in cafés, maar richtte koffiehuisen op met soep en betere voeding tegen een lage prijs. Zo ook in Utrecht, voor spoorpersoneel met als doel armoedebestrijding. Die roots van sociale betrokkenheid sippelen nog steeds door in de complete Albron-organisatie. “We hebben ook een foundation om medewerkers met financiële problemen te ondersteunen”, licht Hilbron toe.

NUDGING WERKT

Hoe beweeg je mensen tot gezondere keuzes? En hoe zorg je dat gezond eten op het menu blijft? Als voorloper in de cateringmarkt krijgt ‘nudging’ alle aandacht. Hilbron: “We verleiden gasten tot gezondere keuzes.. Dit werkt alleen als het eten ook lekker is. We verzamelen daarvoor data via betalingen aan de kassa en met apps waarmee gasten afrekenen en inzicht krijgen. >>>





Christiane de Jong en Jan Willem Hilbron

‘Geen kind mag achterblijven: kansengelijkheid voor alle kinderen is ons doel’

Wij analyseren wat wel en niet goed loopt en passen ons assortiment daarop aan.”

Christiane de Jong, HR-directeur: “We hebben ook een gidsende rol in duurzaam en gezond eten, maar belangrijk is dat we niets opleggen. We bieden gasten keuzes. De gezonde alternatieven maken we aantrekkelijk en mogen ze uitproberen. Dat werkt goed.” Het assortiment, afhankelijk van de behoefte, verschilt enorm per bedrijf. Met 4500 medewerkers en jarenlange ervaring speelt Albron flexibel in op elke (duurzame) klantvraag.

UITROL LUNCHMAATJES

Veel basisschoolleerlingen zitten met honger op school. Het project LunchMaatjes van Stichting Albron gaat deze luncharmoede tegen door het aanbieden van (zelfsmeer)lunches. “Wij leren kinderen tevens wat gezond eten inhoudt, iets wat ze thuis meestal niet meekrijgen. De lunch is gratis als ouders die niet

kunnen betalen. We bieden dit concept nu op tien Utrechtse basisscholen aan. Binnenkort volgen Rotterdam, Den Haag en Amsterdam en vervolgens de uitrol in heel Nederland. Geen kind mag achterblijven: kansengelijkheid voor alle kinderen is ons doel”, benadrukt de sociaal bewogen algemeen directeur.

SOCIALE SUCCESCONCEPTEN

Een mooi voorbeeld van mensen uit hun isolement halen is het concept Smaakchef, voor kleinschalige woonvormen in de zorg. Bewoners, veelal ouderen, koken samen onder leiding van een Albron-medewerker. “Belangrijk is dat deze mensen aansterken. Het accent ligt op eiwitrijk en vers eten. Maar minstens zo belangrijk is, ook hier weer, de sociale component van samen koken en eten. Wat deze propositie extra uniek maakt, is dat we hiermee de zorg ontlasten”, motiveert Hilbron. Smaakchef telt 250 locaties

door het hele land. De komende jaren is een aanzienlijke groei voorzien. Albron is bovendien eigenaar van Brownies&downieS, een succesvol franchiseconcept dat inmiddels al 54 locaties telt. Mensen met een beperking of afstand tot de arbeidsmarkt krijgen zinvolle dagbesteding en de ouders worden ontzorgd. Hilbron: “Albron-medewerkers zorgen er voor de inkoop, het rooster en de menukaarten en ontzorgen zo de ondernemer. Die kan zich volledig richten op de begeleiding van zijn (kwetsbare) doelgroep.”

VEELZIJDIGE WERKGEVER

Een veelzijdige werkgever, die actief is in veel verschillende sectoren en een groot sociaal hart toont. Voor iedereen die wil groeien in de wereld van hospitality ligt er een prachtige toekomst bij Albron.

“Met 800 locaties bieden we een breed scala aan mogelijkheden. Van oorsprong hebben we een cultuur met veel aandacht voor onze eigen medewerkers. Goed werkgeverschap is dan ook een belangrijk speerpunt”, verklaart De Jong. De hoge notering in de MT500 vormt het bewijs. Albron anticipeert nadrukkelijk op de arbeidsmarkt van de toekomst. “Jongeren willen flexibiliteit. Die bieden wij in de vorm van het gewenste aantal werkuren, werktijden en voorkeurslocaties. Bovendien worden jongeren in opleiding gelijk en goed beloond. Ook zij-instromers en ‘switchers’ zijn welkom, eigenlijk voor iedereen tussen 15 en 75 jaar vinden we een passende plek. En wie veel waarde hecht aan sociale impact maken, komt bij Albron volledig aan zijn trekken”, besluit de innemende Christiane de Jong.



DEEL ONLINE

