

Albert Heijn vervangt biologisch huismerk

09-01-2015 15:00

Albert Heijn heeft een nieuw huismerk voor biologische producten gelanceerd, dat in de plaats komt van AH puur&eerlijk. Albert Heijn heeft een nieuw private label voor biologische producten gelanceerd, dat in de plaats komt van AH puur&eerlijk. Klanten vinden bij de supermarktketen vanaf deze week zowel verse als houdbare producten van het nieuwe eigen merk AH Biologisch.

Met groene kaartjes op de supermarktschappen en een plek in Allerhande en de bonusfolder worden de producten onder de aandacht van consumenten gebracht. De artikelen hebben het Europese biokeurmerk.

Daarnaast heeft de supermarktketen 120 nieuwe producten toegevoegd aan het reeds bestaande aanbod, zoals quinoa en verse soepen. Het totale assortiment van AH Biologisch moet uiteindelijk uit bijna vijfhonderd producten bestaan. Met de biologische producten van onder meer A-merken erbij biedt AH dan twaalfhonderd biologische artikelen aan. Dat wordt in de loop van dit jaar verder uitgebreid.

In het eerste kwartaal staan meer vernieuwingen op het gebied van assortiment, betalen op de planning en winkelbeleving, aldus de supermarktketen. Albert Heijn focust volgens onderzoeksdirecteur Joop Holla van GfK al langer op meer emotie en minder ratio. Met meer beleving rond food kunnen supermarkten zich namelijk onderscheiden ten opzichte van online spelers. "Iedereen zoekt mogelijkheden om te groeien, zeker in een tijd waarin zelfs de foodmarkt krimpt en steeds meer online verkocht wordt."