

Picnic en Albert Heijn pakken eierketen aan

04-04-2019 12:10



Picnic levert voortaan alleen nog maar eigen eieren aan zijn klanten. Het is een pilot voor de app-only supermarkt, die bij succes meer streekproducten in zijn assortiment wil opnemen.

Picnic haalt de bestaande eieren met ingang van volgende week uit de digitale schappen, waardoor in één keer 85 procent van de eieren drie sterren van het Beter Leven-keurmerk heeft. De laatste vijftien procent wordt dit jaar uitgefaseerd. "Naast duurzaamheid vinden we ook dierenwelzijn heel belangrijk", zegt medeoprichter Michiel Muller Picnic. "Onze eigen eieren voldoen aan de strengste eisen op beide gebieden en daarmee lopen we voorop."

Eieren zijn bij Picnic een belangrijke productgroep en de verkoopcijfers zijn stabiel, vertelt Muller aan het [AD](#). Elke week brengen de bezorgers driehonderdduizend eieren rond. Die worden nu nog bij meerdere partijen ingekocht, maar vanaf volgende week komen ze nog maar van één boerderij. "Mensen hechten er meer en meer waarde aan te weten waar hun eten vandaan komt en hoe de producten zijn gemaakt", verklaart Muller. Met de stap verwacht hij de verkopen op te voeren naar vijfhonderdduizend eieren per week.

De nieuwe eieren van Picnic zijn voorzien van een drie sterren Beter Leven-keurmerk van zowel de Dierenbescherming als duurzaamheidskeurmerk Planet Proof. Als volgende productgroep om in het aanbod streekproducten op te nemen, denkt Muller aan vlees.

Ook Albert Heijn liet deze week weten de eierketen 'volledig transparant' te maken. De supermarktketen maakt daarvoor gebruik van blockchain. Door een code op de eieren te scannen, kunnen consumenten achterhalen wanneer de eieren zijn gelegd, van welke pluimveehouderij ze komen en via welk distributiecentrum ze in het schap zijn beland. Uiterlijk in 2025 wil Albert Heijn al zijn versketens transparant hebben gemaakt.