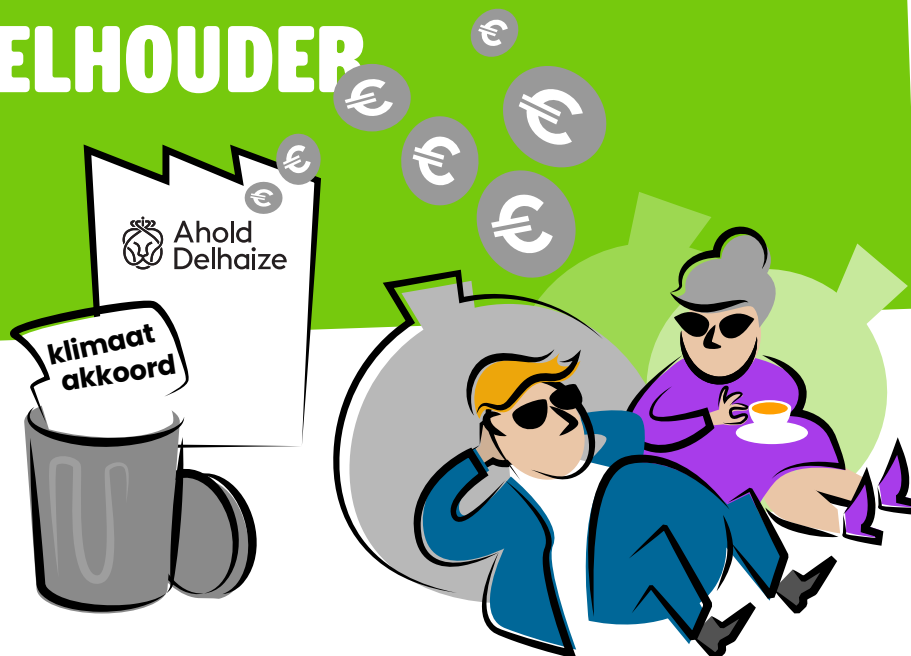


AHOLD DELHAIZE KÁN KLIMAATDOELEN HALEN, MAAR KIEST VOOR DE AANDEELHOUDER



Een nieuw rapport van onderzoeksbureau Profundo toont aan dat Ahold Delhaize kiest voor verrijking van aandeelhouders ten koste van het klimaat.

Extra pijnlijk: juist de duurzame klant wordt misbruikt als pinautomaat voor de aandeelhouder.

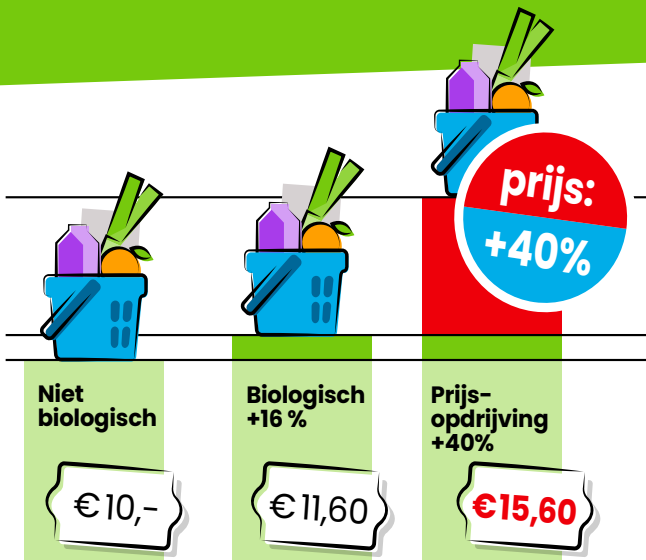
Het Profundo-rapport toont aan dat Ahold de internationale klimaatdoelen gewoon kan halen. Als een bescheiden deel van de winst naar verduurzaming gaat in plaats van naar de vermogende aandeelhouders, kan de uitstoot worden verminderd in lijn met het Klimaatakkoord van Parijs.

Met 690 miljoen per jaar kan Ahold een beleid voeren dat aan het Klimaatakkoord van Parijs voldoet. Dat is 26% van de 2 miljard euro die wordt uitgekeerd aan aandeelhouders. Deze kosten zijn lager dan de 700 miljoen die Ahold Delhaize nu jaarlijks aan marketing uitgeeft.

Met **26%** van de winstuitkering
kan Ahold Delhaize
100% van het Parijs Klimaatdoel halen



AHOLD DELHAIZE KÁN KLIMAATDOELEN HALEN, MAAR KIEST VOOR DE AANDEELHOUDER



Winst naar topmannen en aandeelhouders

Sinds het Klimaatakkoord van Parijs werd 106% van de nettowinst doorgesluisd naar rijke aandeelhouders. Zowel in 2024 als in 2025 gebeurde dit onder meer door een zogenaamd 'buy back'-programma, waarmee Ahold voor 1 miljard euro aan eigen aandelen opkocht om de prijs op te drijven.

Duurzame klant betaalt 40% te veel

Profundo heeft in het nieuwe rapport - getiteld 'Ahold Delhaize: Profit or Planet?' - aangetoond dat de klant voor Aholds biologische producten maar liefst 40% te veel betaalt. Zo maakt het supermarktconcern van gezond en duurzaam eten een luxeproduct, alleen beschikbaar voor rijke mensen.

Door deze prijsopdrijving betalen klanten jaarlijks in totaal 863 miljoen euro teveel aan biologische producten. Volgens Profundo is de duurzame consument door deze overbeprijzing goed voor naar schatting 16% van de € 2 miljard die Ahold Delhaize uitkeert aan de aandeelhouder.

Klimaatdoelen uit zicht

Terwijl de klant teveel betaalt voor biologische producten, raakt het Klimaatakkoord van Parijs (48% minder CO₂-uitstoot in 2030) verder uit zicht. Ahold Delhaize beloofde dat de uitstoot fors zou worden verminderd, maar deze is sinds 2018 juist met 7% gestegen.

Dochter Albert Heijn maakt het nog bonter. Twee jaar geleden kondigde de supermarktketen aan zijn CO₂-uitstoot drastisch te verminderen, zodat die in 2030 maar liefst 45% lager is. Uit het jaarverslag blijkt dat de uitstoot sinds 2018 met 17% is gestegen! Aan genoeg geld voor verduurzaming kan het niet liggen. Wat houdt Ahold Delhaize tegen?

