

Spørgsmål: 13, 14, 15	Erhvervsøkonomi C eksamen 2017
Fagområder	1. Strategiske modeller i anvendelse 2. Marketing og afsætning 3. Ledelse og motivation
Bilag:	1. "Rema 1000 overhaler Netto – sælger markant mere i hver butik " – Børsen 22.08.2016 2. "Rema 1000 slår andre supermarkeder på kundetilfredshed" – Børsen 30.11.16 3. "Rema 1000 fortsætter med at sætte omsætningsrekord" – Børsen 27.02.17
Spørgsmål	1. Forklar begrebet ´markedsandel`</li> <li>2. Analyser betydningen af ´kunde-loyalitet` for væksten i Rema 1000 3. Analyser (Diskuter) franchise-modellen´s betydning for Rema 1000´s succes

Bilag 1: Rema 100 overhaler Netto – sælger markant mere i hver butik



Franchisemodellen skaber topmotiverede butikschefer, der får Rema 1000 til at trumfe Nettos flotte nøgletal. Det viser ny analyse af detailhandlen

Den norskejede franchisekæde **Rema 1000** stormer frem på det danske discountmarked og overgår nu rivalen **Netto** på flere nøgletal.

Det viser en frisk analyse fra Retail Institute Scandinavia, der hvert år fremlægger detaljerede målinger om detailhandlen.

Sidste år voksede **Rema 1000** med 9,2 pct. til en samlet omsætning på 14,3 mia. kr.

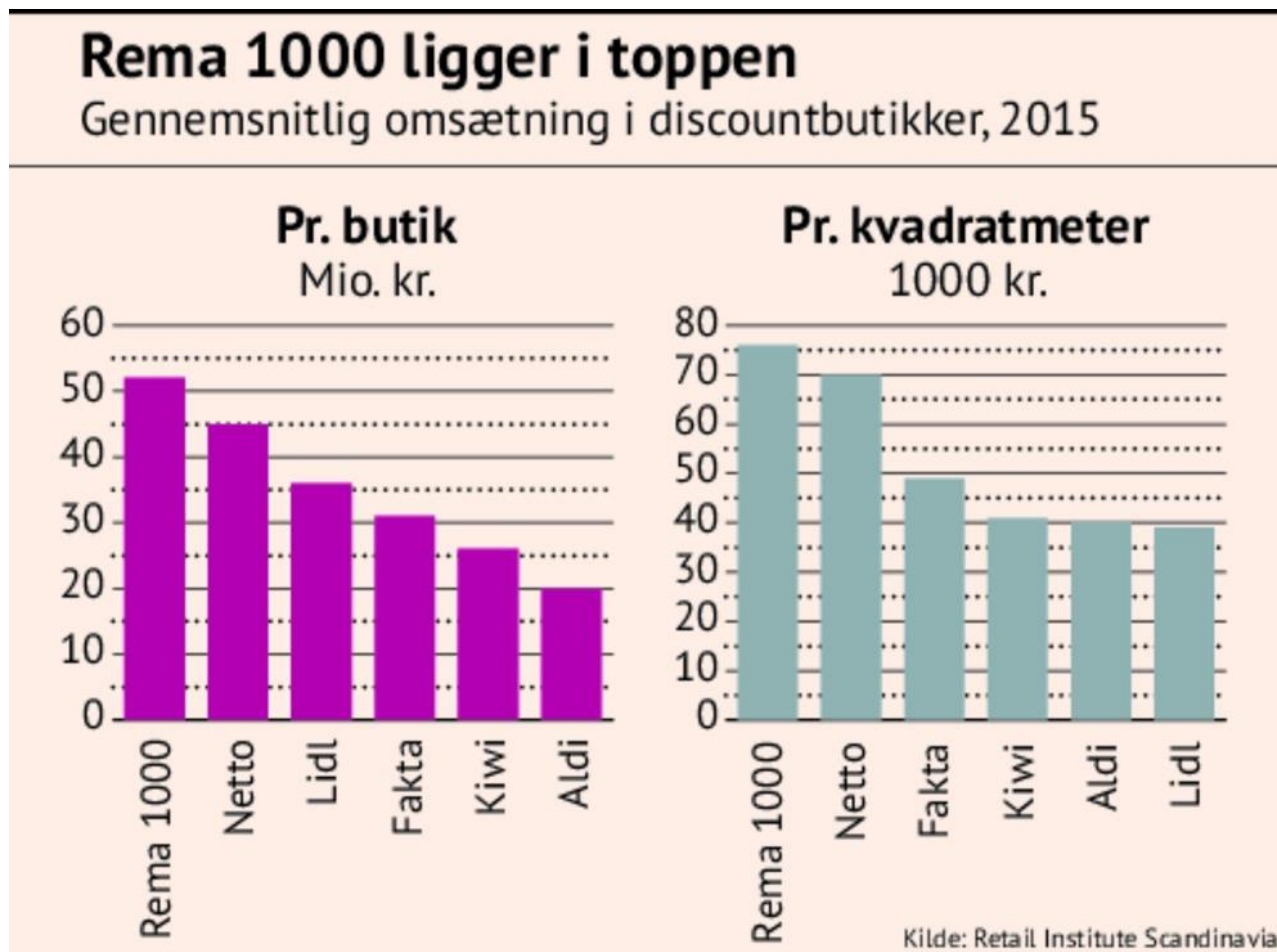
Dansk Supermarkeds dominerende discountkæde **Netto** stod til gengæld stille og fastholdt sin omsætning på 20,6 mia. kr.

Lige så interessant er dog tallene for de enkelte butikker. Her har **Netto** traditionelt ligget suverænt med den højeste gennemsnitlige omsætning, blandt andet båret frem af Nettos koncept med store mængder slagtilbud, kaldet spotvarer, der får kunderne til at fylde meget andet end dagligvarer i indkøbskurven.

Løgismose giver et løft

Nettos satsning på en lang række Løgismose-fødevarer, der prismæssigt ligger højere end normale discountvarer, har også bidraget til at løfte omsætningen i vejret. Alligevel lykkedes det i 2014 for **Rema 1000** at overhale **Netto** med den største gennemsnitlige omsætning pr. butik.

I 2015 snuppede **Rema 1000** så også det vigtige nøgletal om den gennemsnitlige omsætning pr. kvadratmeter. Her ligger **Rema 1000** nu 9 pct. højere end **Netto**.



"Discount handler om at sælge omkostningseffektivt, så omsætningen pr. butik og pr. kvadratmeter er vigtige. Det handler om at få omkostninger ned i procenter, så vi kan sælge varerne billigt," siger **Rema 1000**'s topchef Henrik Burkal i en kommentar til analysen.

Franchise er vigtigt

Rema 1000 har i mindre omfang spotvarer, og kædens modsvar til Nettos Løgismose-produkter er en produktserie fra Gram Slot, som kæden er medejer af og som leverer et mindre antal økologiske produkter.

Henrik Burkal har dog en noget bredere forklaring på fremgangen: "Det er summen af mange ting. Noget af det vigtigste er vores franchise-system med selvstændige købmænd, som betyder, at vi har en større nærhed til lokale medarbejdere og kunder. Mantraet i samfundet er, at ting skal være ens og

centraliseret. Vi gør det modsatte af, hvad man ellers ser, når man taler om discount," siger han.

Den analyse deler detailhandelsekspert Dorte Wimmer, Retail Institute Scandinavia.

"Franchisemodellen gør, at der sidder nogle, som tjener rigtig gode penge på at have en **Rema**-butik, og det motiverer den enkelte butikschef til at gøre en ekstra indsats," siger hun og tilføjer, at de fleste **Rema**-butikker er "meget lækre og har en høj standard".

Hun understreger, at **Netto** stadig er en succesfuld aktør i dansk detailhandel, selvom kæden sidste år havde en faldende markedsandel.

Ingen advarselslamper

"**Netto** har ikke et problem, og vi ser ingen advarselslamper, der lyser. Men de har et ældre butiksapparat end **Rema 1000**," siger Dorte Wimmer.

Dansk Supermarkeds pressechef Mads Hvitved Grand ser analysen som et udtryk for, at konkurrencen er hårdere end nogensinde.

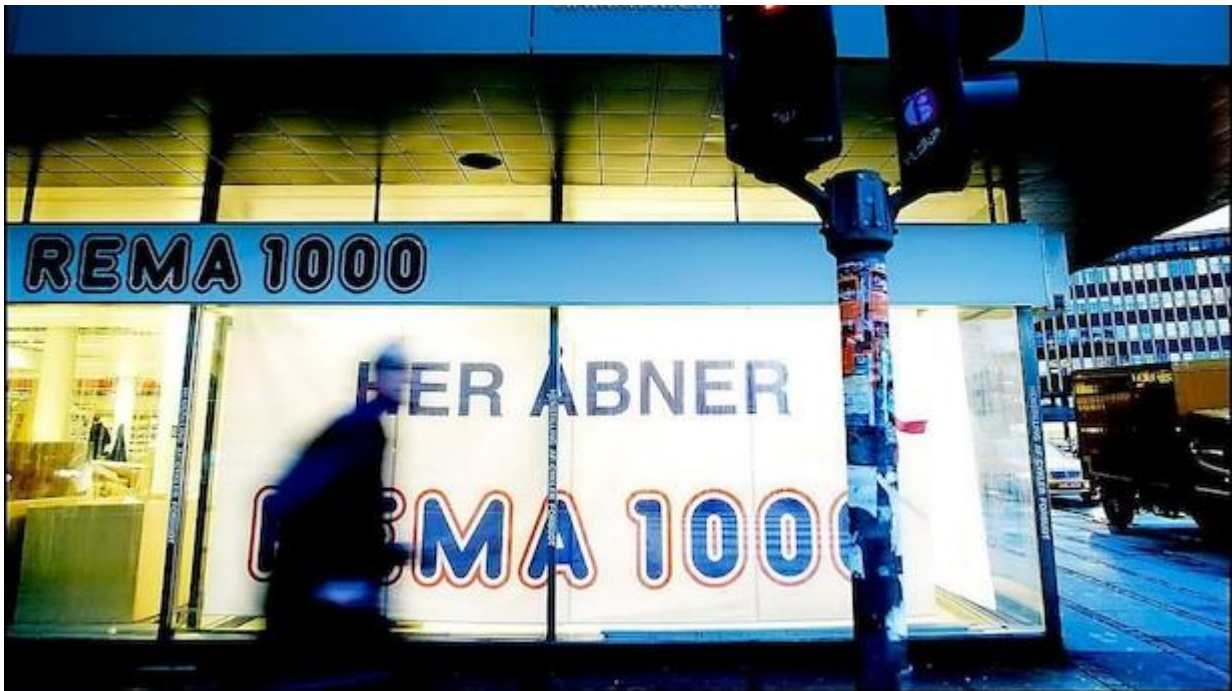
"Men **Netto** har fuldstændig den position i Danmark, som vi gerne vil have. Det er vigtigere for os at have en omsætning, der sikrer god indtjening, end blot at få omsætningen op, og sidste år var vores indtjeningsmæssigt bedste år," siger han.

Netto havde sidste år uændret 460 butikker. Tallet dækker dog over, at nogle ældre butikker blev erstattet af nye.

Rema 1000 havde sidste år en nettotilgang på 15 butikker til i alt 276 butikker.

Discount fylder nu knap 41 pct. af hele dagligvaresektorens omsætning.

Bilag 2: Rema 1000 slår andre supermarkeder på kundetilfredshed



Supermarkeds kæden **Rema 1000** har de mest tilfredse og loyale kunder i Danmark.

Det fremgår af en undersøgelse fra Loyalty Group International, som Jyllands-Posten omtaler.

Her indtager den norskejede kæde førerpositionen foran Kvickly og Superbrugsen, mens **Netto** placerer sig nederst som nummer 10 i undersøgelsen.

Dansk Supermarkeds kæder placerer sig i det hele taget nederst i undersøgelsen, idet Bilka er rangeret som nummer otte og Føtex som nummer ni.

Kommunikationsdirektør Mads Hvitved Grand minder imidlertid om, at blandt andet Bilka, hvor kundetilfredsheden er faldet med ni procent hen over et år, har haft pæn omsætnings- og kundefremgang.

"Nye kunder er pr. definition ikke lige så loyale kunder som faste kunder, og derfor er denne måling næppe tegn på en negativ udvikling for Bilka. Især fordi vi er i gang med forandringer og dermed får nye kunder ind," siger han til Jyllands-Posten.

Menys kundetilfredshed falder i undersøgelsen, der baserer sig på 3300 onlinespørgeskemaer, med syv procent.

Det placerer den relativt nye kæde som nummer seks i undersøgelsen, og det undrer direktør Jørgen Nielsen. Kæden foretager selv målinger, der viser et andet resultat.

"Meny, som blot er halvandet år gammel, sammenlignes her med kæder, der har årtier på bagen. Det er æbler og pærer, som sammenlignes," siger han til avisen.

Irma har toppet listen de to seneste gange, men er i år gledet ud. Det skyldes, at der blandt de adspurgte har været for få, der har Irma som deres foretrukne supermarked til, at det giver mening at tage kæden med i analysen.

Bilag 3: Rema 100 fortsætter med at sætte omsætningsrekord



Supermarkeds kæden **Rema 1000** har haft pæn fremgang i omsætningen de seneste mange år, og 2016 var ingen undtagelse.

Regnskabet for sidste år viser en omsætning på 12,3 milliarder kroner, svarende til en vækst på 8,2 procent.

Det er administrerende direktør Henrik Burkal naturligvis godt tilfreds med, og han sender æren videre til medarbejderne i de 287 butikker i landet.

- Vores købmænd og medarbejdere i butikkerne er den største del af forklaringen på, at vi fortsat har fremgang.

- Vi er i dag over 10.000 mennesker i **Rema 1000** i Danmark, som viljestærkt og ydmygt dagligt arbejder for at give vores øverste chef, kunden, en god oplevelse, siger Henrik Burkal.

Rema 1000 forventer at øge antallet af butikker med mellem 15 og 25 i indeværende år. Sidste år dukkede der 14 nye nåle op på kædens danmarkskort.

Henrik Burkal vurderer over for Berlingske, at **Rema 1000** har en markedsandel på 11,9 af det danske dagligvaremarked.

Det gør den norskejede kæde til landets næststørste, målt på omsætning. **Netto** - der har omkring 460

butikker - er den største.

Siden 2011 er **Rema 1000**'s omsætning vokset med 5,3 milliarder kroner, svarende til en stigning på 75,8 procent.