

REMA 1000 regnskab 2017:

Danskerne vil have 'Discount med holdning'

REMA 1000 har i mange år under overskriften 'Discount med holdning' arbejdet med at sælge varer til discountpris samtidig med klare holdninger til kvalitet, samfund og ledelse. I 2017 oplevede kæden stor vækst og god feedback fra forbrugerne i flere nationale undersøgelser.

REMA 1000 har i dag offentliggjort sit 2017-regnskab fra Reitangruppens årlige pressemøde i Ladegaard ved Trondheim. REMA 1000 Danmark øgede i 2017 antallet af butikker med 20 til i alt 304 ved årets udgang. Butiksomsætningen voksede med 1,5 mia. kr. til 13.857 mio. kr. eks. moms, svarende til en vækst på 12,3 procent. REMA 1000 Danmark leverer et driftsresultat efter skat på 367 mio. kr. for 2017.

I 2017 blev REMA 1000 Danmark det bedst omtalte brand i YouGovs imageanalyse, ligesom dagligvarekæden blev højt placeret på listen over de mest anbefalede brands herhjemme. Ifølge Loyalty Groups dagligvareindeks har REMA 1000 for andet år i træk branchens mest loyale kunder. Og i konsulenthuset Calibers seneste måling fra februar 2018, som ser på hvilke brands forbrugerne har præferencer for og tillid til, kom REMA 1000 ind på en tredjeplads, kun overgået af LEGO og e-boks.

En stærk kombination

En analyse i YouGov viser, at forbrugerne ift. alle kæder oplever, de får markant mest værdi for pengene i REMA 1000, samtidig med at forbrugerne oplever, at REMA 1000 på kvalitet kun marginalt overgås af Føtex og Irma.

- Vi siger i REMA 1000, at kunden er vores øverste chef, og vi er både glade for og ydmyge over de flotte tilbagemeldinger gennem salg og undersøgelser. For os er denne udvikling og position næsten uvirkelig. Den ansporer og forpligter os ift. fremtiden, siger Henrik Burkal, adm. dir. for REMA 1000 i Danmark.

Under overskriften "Discount med holdning" arbejder REMA 1000 fokuseret med samfundsansvar, herunder fx madspild, økologi, dyrevelfærd og sundhed.

- Vi er glade for forbruger-feedbackken og tallene i 2017, som gør os i stand til fortsat at tage et samfundsansvar. I 2008 var vi med til at sætte madspild på dagsordenen, og vi kan med glæde konstatere, at denne dagsorden har spredt sig til de andre dagligvarekæder og i samfundet generelt. Det store madspild sker hjemme ved forbrugerne, og i 2017 introducerede vi en ny pålægsemballage, som reducerer madspildet hjemme i køleskabet. Et andet eksempel var indsamling af 305 tons æbler fra private haver, som blev til mosten Æblerov i stedet for til spild. Vi vil fortsætte med at tage denne slags initiativer, siger Henrik Burkal.

Lokal nærhed er vigtig

For at kunne sælge dagligvarer billigt og samtidig drive en sund forretning, er det vigtigt at være omkostningseffektiv. Øget volumen betyder stordriftsfordele i baglandet, men i REMA 1000 er også fokus på smådrift dvs. den effektivitet, som opnås gennem en stærk tro på enkeltmennesket decentralt.

- Mantraet i vores branche ift. effektivitet er centralisering og regler/manualer. Vi går en anden vej – decentralisering, ensartet/genkendeligt og værdier/rammer. I REMA er vi 11.000 mennesker, som sammen skaber gode resultater, fordi REMA 1000 handler mere om mennesker end om tal. Vi er mennesker, som sælger varer til mennesker. Vores lokale, selvstændige REMA købmænd betyder større nærhed og ejerskab til både kunder og medarbejdere.

Væksten i omsætningen kommer både fra åbning af nye butikker og fra vækst i eksisterende butikker. De selvstændige købmænds indtjening følger omsætningsstigningen, og gennemsnitsresultatet var igen i 2017 over 1,3 mio kr. før købmandens egen løn.

- Vi etablerer hvert år ca. 20 nye butikker og ca. 700 nye arbejdspladser. En købmand driver typisk en virksomhed med omkring 35 medarbejdere og ca. 100 åbningstimer om ugen. Købmandens indtjening før hans egen løn svarer til ca. 2,5 kr. hver gang en kunde har købt for 125 kr., så der skal både passes på omkostningerne og lægges en stor indsats for et godt resultat.

For yderligere information:

Mads Byder, 20 62 77 27