

## Kort om REMA 1000

Rema 1000 er en af Danmarks største discount kæder. I dag har discountkæden 412 butikker på tværs af landet, som drives efter en franchisemodel med lokale, selvstændige købmænd i spidsen.

REMA 1000 arbejder i høj grad med samfundsansvar:

”Med mere end 410 butikker i Danmark har vi i REMA 1000 stor indflydelse på rigtig mange menneskers liv gennem de produkter, vi tilbyder. Vi har derfor et socialt ansvar, som vi tager meget alvorligt. Både i relation til miljøet, der omgiver os, i forhold til ansvarlig udnyttelse af jordens ressourcer og i forhold til at tage hensyn til de mennesker, der producerer vores varer.”

Surf rundt på hjemmesiden, og bliv klogere på virksomheden: <https://www.rema1000.dk>

Læs mere om Rema1000s arbejde med ansvarlighed og ressourceudnyttelse i deres ”rapport for samfundsansvar” den findes her: <https://ansvarlighed.rema1000.dk/samfundsansvar>

### Case 1

REMA 1000 vil gerne i kontakt med den unge målgruppe for både for at skabe kendskab til REMA 1000s arbejde med CSR og samfundsansvar samt for at sprede budskabet om discount med holdning.

Overvej følgende:

- Hvad skal kommunikeres inden for fokusområderne: miljø, sundhed, mennesker og ansvarlig handel
- Hvordan er de unges købsbeslutningsproces dvs. hvornår beslutter målgruppen, hvad der skal i kurven?
- Hvor skal vi kontakte de unge og på hvilke platforme og kanaler – online og fysisk?

**Opgave:** *Hvordan kommunikerer vi bedst til den unge målgruppe om vores arbejde med ansvarlighed og Discount med holdning?*

### Case 2

REMA 1000 har indgået et samarbejde med Danmarks Naturfredningsforening om indsatsen REMA 1000 – Slip Haven Fri (læs mere om indsatsen her:

<https://ansvarlighed.rema1000.dk/samarbejdspartnere/danmarksnaturfredningsforening>)

Overvej følgende:

- Indsatsen ”REMA 1000 - slip haven fri” skal sætte fokus på biodiversitet.
- Hvem er målgruppen for indsatsen?
- Målet er at i alt 50.000 haver tilmelder sig indsatsen (lige nu er +29.000 haver tilmeldt)
- Overvej, hvordan vi kan få endnu flere til at få øjnene op for indsatsen.

**Opgave:** *Kom op med jeres bud på, hvilke tiltag, REMA 1000 kan gennemføre for at nå de 50.000 tilmeldte haver.*

### Case 3

Vi har fokus på sundhed og herigennem fokus på mere grønt i maden og mere bæredygtig kost. Men hvordan kan vi motivere forbrugerne til ændre adfærd? Undersøgelser viser at det der mest effektivt kan påvirke og ændre forbruget hos de voksne, er deres børn.

**Opgave:** *Hvordan kan vi aktivere de unge i aldersgruppen 15-20 år til at opfordre fx deres forældre til at udskifte varer med et højt CO2-forbrug til varer med lavere CO2-forbrug*

Læs mere om fødevarers Klimaaftryk målt i CO2e her: <https://denstoreklimadatabase.dk/>