



Anders René Jensen ved Vallø Slot

2025-05-01 07:50 CEST

Fuldkorn og ansvarlighed i REMA1000

REMA1000 er en dedikeret fuldkornspartner, som hver dag arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Vi har mødt Anders René Jensen indkøbs- og marketingdirektør fra REMA1000 og bestyrelsesmedlem i Fuldkornspartnerskabets bestyrelse til en inspirerende samtale om REMA1000s fuldkornsarbejde.

1.Kort bio Anders René Jensen

Anders Jensen er indkøbs- og marketingdirektør, og har også ansvaret for

ansvarlighed, presse og kommunikation. Han har været ansat i REMA1000 siden 2005. Før tiden i REMA arbejdede Anders Jensen i NETTO, og der er ingen tvivl om, at Anders er drevet af passionen for fødevarer. Som han selv siger: "I REMA1000 har vi altid fokus på at skabe en butik og et sortiment, der gør, at folk synes, at det har været en god indkøbsoplevelse, når de går ud af butikken".

2.Hvem er REMA1000?

REMA1000 består af 432 butikker i Danmark og er en familieejet og værdidrevet virksomhed, som er ejet af den norske Reitan familie. Kæden har været i Danmark siden 1994.

En af fordelene ved at være en familieejet virksomhed er, at vi får lov til at arbejde på den lange bane. Fx den gang vi introducerede et styks priser – mange i branchen rystede på hovedet, og vi tabte omsætning på den korte bane. Men vi har vundet på den lange bane. Vores franchisekoncept betyder, at det er købmandens butik og hans ansatte og kunder. Det giver et særligt ejerskab. Derfor drives butikkerne med sund fornuft og hjertet på det rette sted.

3.Hvad er vigtigt for REMA1000?

Alt handler om kunderne og kunderne er vores ambassadører. Vi arbejder på den lange bane med nogle store dagsordener inden for sundhed, klima/miljø, bæredygtighed og dyrevelfærd, og samtidig er vores udgangspunkt altid at have det rigtige sortiment til lave priser og god kvalitet. Det bedste er, når en kunde skriver ind og roser en oplevelse. Den positive feedback fra kunderne er meget motiverende for os.

Vi tager derfor et ansvar og stiller krav til vores leverandører, så de hjælper med at producere varer, der flytter forbrugerne i en god retning. Hvor der netop er fokus på for eksempel dyrevelfærd, klima/miljø, sundhed og ikke mindst fuldkorn.

4.Hvordan arbejder REMA 1000 med fuldkorn, og hvad er vigtigt for jer?

Vi arbejder integreret med fuldkorn og tænker det ind i vores produkter. For os handler det om, at vi kan sælge gode basisprodukter til en lav pris med

fuldkornslogoet – produkter, som har en høj omsætning. Blandt andet via vores egne private labels, hvor vi også arbejder med at reducere fedt, salt og sukker for at trække dem i en sundere retning.

Vi har et langstrakt fokus på både fuldkornslogoet og nøglehullet. Smag og kvalitet følges ad – pris er førstegangskøb - mens smag og kvalitet er det, der sikrer genkøb og, at kunden vender tilbage.

Vores kategorichefer har fokus på, at vi i REMA1000 skal sælge så rene produkter som muligt, og kan der være fuldkornslogo eller nøglehulsmærke på – så er det godt.

Udover de logomærkede produkter, så forsøger vi også at hæve forbruget af fuldkorn hos befolkningen ved at indarbejde lidt fuldkorn i produkter, der ikke kan leve op til fuldkornslogoet, og vi ser på at øge fuldkornsindholdet ved fx reformulering af varer. Præcis ligesom vi fjerner lidt fedt og sukker uden, at man kan smage det. Vores oplevelse er at nogle produkter smager bedre, når de tilføres lidt fuldkornsmel, som giver både smag og tekstur.

Vi bakker op om fuldkornslogoet, fordi det hjælper forbrugeren med at navigere. Kunder orienterer sig ganske kort tid ved hylden, inden de træffer et valg. Derfor viser vi også logoet på hyldeforkanten.

5.Hvad skal der i din optik til for at få danskerne til at spise mere klimavenligt?

Jo mere enkelt vi kan gøre det for forbrugeren – jo bedre. Det kan hurtigt blive elitært og indviklet for forbrugeren at forstå de mange budskaber og afkode, hvilke varer de skal vælge, når det handler om klima.

Vores opgave er at komme med gode løsninger i en travl hverdag – uanset om det handler om at få flere grøntsager eller fuldkornsprodukter på tallerkenen. Vi tilbyder kunderne at handle ind som de plejer, og lave maden som de plejer og få deres yndlingsretter – mens vi giver dem inspiration. Fx kan du købe hakket kød med grøntsager i, som betyder, at du får 35% flere grøntsager i din bolognese – uden nogen lægger mærke til det.

Vi har et opskriftsunivers Alle opskrifter | REMA 1000 – på nem og hurtig mad, der smager godt og enkle tips til at tilberede grøntsager.

Vi skal altid huske at være i øjenhøjde med forbrugerne, og så handler det kort og godt om, at vi skal spise mere som vores bedsteforældre – flere grøntsager fra sæson, lidt mindre kød osv.

6.Hvad er dit favorit fuldkornsprodukt?

Jeg elsker rugbrød – jeg har lige været ude at rejse i 14 dage og blev spurgt hjemmefra, hvad skal du have at spise, når du kommer hjem. Jeg skal have en rigtig god rugbrødsmad! Fordelen ved rugbrød er, at der er så mange muligheder, alt efter hvad du putter på.

7.Den 10. maj holder REMA1000 forårsmarked på Vallø Slot – hvad kan man opleve?

Vi vil gerne Invitere jer alle med og møde det store REMA fællesskab og REMA familien. Her kan man opleve vores løsninger og de store agendaer, som betyder noget for os, hvor vi arbejder med hele værdikæden.

Du kan møde vores leverandører – danske producenter og danske råvarer - og de aktører vi arbejder sammen med om ansvarlighedsagendaen, som hjælper os med at træffe de rigtige valg inden for blandt andet sundhed, dyrevelfærd m.m. Der kommer til at være en sjov gamification del, man kan deltage i og quizzes. Når man går fra Vallø Slot er vores håb, at man tænker wow, hvor er det fedt, og her fik jeg mulighed for at bidrage. Løsningerne skaber vi nemlig i fællesskab med kunderne.

Fuldkornspartnerskabet er et offentligt privat partnerskab, der arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Bag Fuldkornspartnerskabet står Fødevarestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen og en række fødevarevirksomheder.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36