

# Caseopgave til Grøn Iværksætterdag 2024 på Learnmark Horsens



<b>Tema</b>	Dagligvarekæden Rema1000 har fokus på at tage såvel et socialt som et miljømæssigt ansvar, samtidigt med at de konkurrerer på et red ocean med de andre dagligvarekæder. De har identificeret nogle temaer som de ønsker jeres hjælp til, så de både kan udvikle og kommunikere om de tiltag de laver, for at være en mere bæredygtig virksomhed.
<b>Casevirksomhed</b>	Rema1000
<b>Opgaverne (vælg gerne én af de tre cases som I vil arbejde videre med. I må også gerne kombinere dem)</b>	<p>1) Hvordan kommunikerer vi bedst til den unge målgruppe om vores arbejde med ansvarlighed og Discount med holdning?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Inden for fokusområderne: miljø, sundhed, mennesker og ansvarlig handel</li><li>- Hvilke platforme og kanaler – online og fysisk?</li><li>- Hvornår og hvordan beslutter målgruppen, hvad der skal i kurven?</li></ul> <p>2) Rema1000 har indgået et samarbejde med Danmarks Naturfredningsforening om indsatsen REMA 1000 – Slip Haven Fri (læs mere om indsatsen her: <a href="https://ansvarlighed.rema1000.dk/samarbejdspartnere/danmarksnaturfredning-sforening">https://ansvarlighed.rema1000.dk/samarbejdspartnere/danmarksnaturfredning-sforening</a> )</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Indsatsen skal sætte fokus på biodiversitet.</li><li>- Målet er at i alt 50.000 haver tilmelder sig indsatsen (lige nu er +29.000 haver tilmeldt)</li><li>- Overvej, hvordan vi kan få endnu flere til at få øjnene op for tiltaget. Kom med jeres bud på, hvilke tiltag, vi kan gøre.</li></ul> <p>3) Vi har fokus på sundhed og herigennem fokus på mere grønt. Hvordan kan vi aktivere de unge i aldersgruppen 15-20 år til at opfordre fx sine forældre til at udskifte varer med et højt CO2-forbrug til varer med lavere CO2-forbrug</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Hvornår beslutter målgruppen, hvad der skal i kurven?</li><li>- Og hvordan er så den bedste måde at påvirke/nudge dem?</li></ul>
<b>Om virksomheden</b>	Rema1000 er en af Danmarks største dagligvarekæder med 410 discountbutikker fordelt i hele dagen.

	<p>Kæden er en franchisekæde, hvilket Rema ser som en af deres store styrker, da hver franchisetager så er meget motiveret for at optimere deres butik så meget som muligt og give kunderne en god indkøbsoplevelse.</p>
<p><b>Om den aktuelle situation</b>  Baggrunden for at virksomheden ønsker denne opgave løst.</p>	<p>Rema1000 har formået at positionere sig i forbrugernes bevidsthed som et bæredygtigt brand, og har overhalet Coop, som forbrugerne tidligere har peget på, som det mest bæredygtige brand. Det skyldes især deres arbejde for at mindske madspild, samt deres enkle kommunikation. Læs mere om undersøgelsen her: <a href="#">Rema 1000 overtager den bæredygtige trone i Danmark (csr.dk)</a></p> <p>Men konkurrencen i dagligvarebranchen er hård, og det er vigtigt at blive ved med at arbejde for den grønne omstilling – uden at ryge i Greenwashingfælden!</p>
<p><b>Krav til løsningen</b></p>	<p>Løsningen er meget åben og afhænger af den opgave I vælger. Om det er forslag til tiltag i butikken, kommunikation til målgruppen på en ny måde, eller noget helt tredje er op til jer.</p> <p>Vi glæder os til at høre jeres forslag!</p>
<p><b>Bedømmelseskriterier</b></p>	<p>Jeres besvarelse vil blive bedømt på følgende kriterier:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I hvor høj grad bliver casevirksomhedens problem løst?</li> <li>• Hvor kreativ er løsningen?</li> <li>• Et det klart til plug-n-play?</li> <li>• Den bæredygtige effekt.</li> </ul>
<p><b>Yderligere information</b>  Tekster, video etc.</p>	<p>Rema1000s rapport for samfundsansvar her: <a href="https://ansvarlighed.rema1000.dk/samfundsansvar">https://ansvarlighed.rema1000.dk/samfundsansvar</a></p> <p>Influencere og foreninger/communities mod unge om grøn livsstil World Overshoot Day. Læs fx. Mere her: <a href="#">Overshoot Day (noedhjælp.dk)</a></p> <p>Instagram: Signe Wenneberg har lavet en serie om #dengrønneindkøbsrejse <a href="#">Den Grønne Avis (@dengronneavis) • Instagram-billeder og -videoer</a></p> <p><a href="#">Rema 1000 overtager den bæredygtige trone i Danmark (csr.dk)</a></p> <p><a href="#">For klimaets skyld går hun i brugt tøj og spiser vegetarmad (dba.dk)</a></p> <p><a href="#">Miljø   REMA 1000</a></p> <p><a href="#">Trendsales: Secondhand fashion</a></p>