

Danskerne favoritter: e-Boks og Rema 1000

Af Erik Eisenberg

Vinderne i Deloitte og Caplibers 2018-imagemåling er på den ene side helt gængse dagligdagsvirksomheder, som alle kender: **e-Boks** og **Rema 1000**.

På den anden side er de overraskende vindere. Image-analyser på dansk grund har få ikoniske virksomheder i top – **Novo**, **Lego** og **Mærsk**.

500

millioner dokumenter bliver
hvert år sendt til danskerne
via e-Boks

Direktør for e-Boks **Ulrik Falkner Thagesen** er stolt af førstepladsen og danskernes tilfredshed med den digitale postkasse, der årligt sender 500 mio. dokumenter til danskerne. "Vi har en høj brugertilfredshed og er en god historie om digitalisering og offentligt-privat partnerskab," siger Ulrik Falkner.

Men det forhold, at alle kender og bruger e-Boks, kan være på vej til at ændre sig.

Staten har lagt opgaven med digital offentlig post i udbud. Det kan betyde, at danskerne fremover skal have flere elektroniske postkasser.

"Det kan ramme borgerne i form af forvirrende og dårlige brugeroplevelser. Vi håber, staten vil lytte til borgerne," siger e-Boks' topchef.

Hånden på kogepladen

Rema 1000 som nummer 2 er den eneste ikke-danske virksomhed

i målingens top 10. Den norske discountkædes popularitet hos danskerne er usædvanlig i dagligvaresektoren. De fleste landes forbrugere foretrækker egne brands.

Hemmeligheden, der har gjort danskerne til trofaste kunder og flyttet kæden fra bund til top i imagemålinger på få år, er noget så gammeldags som en købmand. "Den afgørende forskel er vo-

res franchisekoncept. Det er en købmand, der møder kunderne hver dag i en butik, han selv ejer. Man handler ikke så meget i Rema 1000, som man handler hos Dennis," siger indkøbs- og marketingdirektør **Anders Jensen**.

erei@borsen.dk

LÆS MERE

om omdømmemålingen og se hele Top 100 på borsen.dk
bit.ly/2RyNrL3