

## Pressemeddelelse

3. januar 2012

### **20 års jubilæum i 375 lokalbutikker - der har succes imod alle odds**

*Den menneskelige forskel er det middel, der har skabt dansk detailhandels hemmelige succes, Dagli´Brugsen, der går imod storbutikker og discounts fremmarch*

Da kæden blev født i 1992, var den dømt til at dø i løbet af få år.

Men nu fejrer den sit 20 års jubilæum – med en fest der begynder i denne uge og kommer til at vare det meste af 2012.

Det drejer sig om Dagli´Brugsen, der blev grundlagt på basis af de Brugsen-butikker, der var tilbage efter, at SuperBrugsen var dannet året før. Det var de mindste butikker, typisk beliggende i små lokalsamfund, hvor vigende kundeunderlag, voksende konkurrence fra større butikker og discountkæder gjorde, at eksperterne vurderede, at de ikke havde en chance for at overleve på sigt.

Kendsgerningen er i dag, at kæden består af 375 butikker med en samlet omsætning på cirka 8 milliarder kr. og med en central position i lokalsamfund over hele landet som en livsnerve og et mødested.

”Forklaringen på, at vi har fået succes imod alle odds, er først og fremmest vores uddelere og medarbejdere i de enkelte butikker. Det er dem, der i hverdagen gør en forskel og spiller en vigtig rolle i lokalsamfundene. I løbet af jubilæumsåret vil vi komme med nye og anderledes initiativer, der skal tydeliggøre denne menneskelige forskel. For det er vores ”våben” i kamp mod discount og storbutikkerne,” siger kædedirektør Niels Karstensen, Dagli´Brugsen.

Andre grunde til, at Dagli´Brugsen har succes imod alle forventninger er, at kæden gennem årene har været meget innovativ: Kæden var den første, der udnyttede muligheden for at holde åbent om søndagen, da det blev muligt i midten af 90erne. Det var også den første butikskæde, der så mulighederne i salg af varer via internettet, hvor kunderne i dag bestiller udvalgsvarer på [coop.dk](http://coop.dk) for et 3-cifet millionbeløb, som de får leveret i deres lokale Dagli´Brugs.

Selv om de store butikker i 2011 har holdt åbent flere søndage, og konkurrencen dermed er skærpet, præsterede Dagli´Brugsen sit hidtil bedste resultat.

”Konkurrencen fra de store butikker og discount bliver stadig hårdere og med ophævelsen af lukkeloven næste år, mister vi en konkurrencefordel. Men vi tror, at vi alligevel også vil vokse i de kommende år ved at satse på den menneskelige forskel,” siger Niels Karstensen.

20 års jubilæet markeres med det største samlede fremstød i kædens 20 årige historie. I denne uge har kæden premiere på sine første TV-reklamer i 10 år. En stor jubilæumsavis husstandsomdeles i alle de 375 områder, hvor Dagli´Brugsen er. Og søndag den 8. januar byder butiksråd, uddelere og medarbejdere på et stort morgenbord for at fejre jubilæet.