



## Mejeriprisen 2026 Supermarkeder/hypermarkeder

### KRITERIER

Kriterierne gælder for mejerifdelinger i **kategorien "Supermarked/hypermarked"**.

Her kan du se, hvilke punkter der kan spille en rolle i den endelige bedømmelse:

#### Disponering i mælkeafdeling – vægter 25 % af den samlede vurdering

- Butikken tilbyder kunderne sæson-aktuelle produkter (standard fremgangsmåder ift. de 4 årstider).
- Kædens mælkeafdeling er veltrimmet (fuldt space) og har en høj varetilgængelighed.
- Kædens mælkeafdeling har fokus på økologi, dyrevelfærd og på at undgå madspild.

#### Sortiment og iscenesættelse i Osteafdeling – vægter 25 % af den samlede vurdering

- Kædens osteafdeling viser nyskabende ideer.
- Kædens osteafdeling har fokus på økologi, dyrevelfærd og på at undgå madspild
- Kædens osteafdeling synliggør både mennesket bag varerne (fx mejeristen/brandet) og mennesket foran varerne (medarbejderne i butikken – hvad gør den enkelte for at fremme kategorien). Begge bidrager til kundeoplevelsen og skaber værdi.

#### Kunden i centrum - vægter 25 % af den samlede vurdering

- Kædens mejerifdeling (mælk og ost) har skabt et rum, der spiller på kategoriens sanselighed (look and feel).
- Kædens mejerifdeling (mælk og ost) har fokus på at hjælpe med kundens planlagte køb (ease to shop) og samtidig friste til mersalg, opsalg og evt. krydssalg.
- Kædens mejerifdelinger fremstår rene og ryddelige.
- Kunden møder kategorien flere steder på sin rejse gennem butikken.

#### Differentiering og vækst – vægter 25 % af den samlede vurdering

- Kædens mejerifdelinger har en passende størrelse, som giver plads til sortiment med dybde og bredde, som inspirerer kunden.
- Kædens mejerifdeling prøver at adskille sig fra andre kæder gennem sit sortiment.
- Kædens mejerifdelinger prøver at tilpasse sig nye måltidstendenser f.eks. med mere fokus på mejeriprodukternes muligheder i det grønne køkken.

Kæden er velkommen til at supplere med information, hvis der er igangsat nye initiativer for at differentiere salg og vækst. Der kan der informeres herom særskilt på mail til Dorte Storm [dors@lf.dk](mailto:dors@lf.dk)

*Juryen kigger bredt på udtryk og salg i de tilfældigt udvalgte afdelinger – og forholder sig til en række punkter, som hver især vægter i den samlede vurdering. Juryen er opmærksom på, at vilkårene og mulighederne ikke er identiske i kategorien "Supermarked/hypermarked". Ligeledes er juryen opmærksom på forskelle i kundegrundlaget. Det tager juryen naturligvis højde for i sin vurdering.*

*De nominerede får uanmeldte besøg af juryen.*