



16.11.2023 11:00 CET

## 4. dm schafft Klarheit: Umweltkosten transparent im Produktpreis integriert

„Um als Unternehmen zukunftsfähig zu bleiben, nimmt dm seine unternehmerische Verantwortung wahr und trägt seinen Teil dazu bei, umweltverträglich zu handeln und Ressourcen mit Weitsicht einzusetzen. Gemeinsam mit seinen Partnern entwickelt dm zukunftsfähige Lösungen, investiert in nachhaltige Innovationen und unterstützt seine Kundinnen und Kunden beim bewussten Konsum“, sagt Kerstin Erbe, als dm-Geschäftsführerin verantwortlich für das Ressort Produktmanagement und den Bereich Nachhaltigkeit.

Im 50. Jahr seines Bestehens feierte dm sein Jubiläum im Zeichen der Zuversicht. Insbesondere dem Thema „Ökologische Zukunftsfähigkeit“, also der Balance zwischen den Auswirkungen menschlichen Handelns und den natürlichen Lebensgrundlagen, kommt bei der Gestaltung der Zukunft große Bedeutung zu.

Bei der dm-Zukunftswoche im September 2023 lud dm-Geschäftsführerin Kerstin Erbe den Moderator Eckart von Hirschhausen und Cem Özdemir, NABU-Botschafterin Maria Furtwängler, Anna Alex, Ranga Yogeshwar und Reinhold Messner zum Dialog ein. Die schwindende Biodiversität, der Umgang mit Ressourcen und neue Technologien als Hoffnungsträger spielten beim zweistündigen Dialog eine besondere Rolle. Einig waren sich alle darüber, wie entscheidend die Wissensvermittlung sei, um die Akzeptanz für die notwendigen Veränderungen zu erhöhen und den Menschen zugleich Zukunftsängste zu nehmen.

Um Wissensvermittlung und Verständigung ging es auch beim zweiten Round Table im April 2023. Mit Vertreterinnen und Vertretern aus NGOs, Wissenschaft und Medien diskutierte Kerstin Erbe, wie nachhaltigere Produkte gekennzeichnet und die Verbraucherinnen und Verbraucher über deren Vorteile bestmöglich informiert werden können.

„Wir wollten zeigen, dass es möglich ist, auch einer großen Herausforderung wie der ökologischen Transformation mit Zuversicht zu begegnen, und wollen Menschen mit unserer Lust auf Zukunft anstecken. Während unserer Jubiläumsaktivitäten haben wir viele inspirierende Menschen getroffen, die unsere Zuversicht sogar noch haben wachsen lassen“, sagt Kerstin Erbe, als dm-Geschäftsführerin verantwortlich für den Bereich Nachhaltigkeit und das Ressort Produktmanagement.

### **Umweltauswirkungen ganzheitlich messen und reduzieren: dm setzt wirksame Reduktionsmaßnahmen um**

dm-drogerie markt hat im vergangenen Geschäftsjahr daran gearbeitet, Umweltauswirkungen in allen Geschäftsbereichen weiter zu reduzieren. Um den ökologischen Grenzen der Erde Rechnung zu tragen, adressiert dm dabei neben dem Klimawandel weitere Wirkungskategorien, wie beispielsweise Eutrophierung (Überdüngung) und die Versauerung der Böden, und ist auf dem Weg, seine Auswirkungen auf Basis eines wissenschaftlich fundierten Ansatzes mehrdimensional auszugleichen.

## **Klimaschonende Transportlogistik voranbringen**

Ein bedeutender Teil der Treibhausgas-Emissionen von dm fällt im Bereich Logistik an. Deshalb startete dm im Frühjahr 2023 zusammen mit DSV und weiteren Partnern zwei Pilotprojekte zur umweltfreundlicheren Logistik: In Nürnberg beliefern vier Wasserstoff-Lkws und in Bonn drei vollelektrische Mercedes-Benz ‚eActros‘ die dm-Märkte – die bislang jeweils größten zusammenhängenden eActros- beziehungsweise Wasserstoff-Flotten in Deutschland. Im Frühjahr 2024 planen DSV und dm den ersten Test für ein semi-autonomes Fahrsystem, das den Fahrern zukünftig mehr Sicherheit und Komfort bieten soll.

Auch im laufenden Geschäftsjahr gestaltet dm seine Transporte so effizient wie möglich und strebt eine hohe Lkw-Auslastung an. Bis zu den Umschlagpunkten konnte dm im vergangenen Geschäftsjahr eine mittlere Lkw-Auslastung von mehr als 85 Prozent und eine mittlere Palettenflächen-Auslastung von mehr als 90 Prozent erreichen. „Wir benötigen im Transportbereich schnelle Lösungen zur Erreichung der Klimaziele. Wir gehen davon aus, dass ein Mix verschiedener Antriebsformen für die nachhaltige Gestaltung unserer Lieferketten und damit für zukunftsfähige Logistikprozesse maßgeblich sein wird“, sagt Christian Bodi, als dm-Geschäftsführer verantwortlich für das Ressort Logistik.

## **Nachhaltig-innovative Verpackungslösungen bei dm-Marken**

Bei den Verpackungen der dm-Marken hat dm sein Ziel für 2025 fast erreicht. Zur Reduktion des Verpackungsmaterials können kleine Maßnahmen Großes bewirken, wie neuartige Verschlüsse bei Shampoo- oder Sonnencremeflaschen zeigen. Seit Umstellung auf die neuen Verschlüsse konnte dm alleine in diesem Geschäftsjahr bei seinen Eigenmarken SUNDANCE und Balea somit rund 32 t Kunststoff einsparen. Der Anteil an Recyclingmaterial aller dm-Markenprodukte lag Ende 2022 bereits bei 43 Prozent der eingesetzten Kunststoffmenge, womit 13.700 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart werden konnten. Ziel ist es, bis 2025 den Anteil auf 50 Prozent zu erhöhen und in der Weiterentwicklung der Markenprodukte die Verwendung von Monomaterial-Verpackungen für eine bessere Recyclingfähigkeit zu erhöhen.

Zudem ist dm auf der Suche nach innovativen, nachhaltigeren Rohstoffen für seine dm-Marken. Seit Juni 2022 bietet dm seinen Kundinnen und Kunden

Toilettenpapier und seit Februar 2021 Accessoires mit Strohannteil an. Stroh ist ein Sidestream-Rohstoff, von dem in Deutschland mehr anfällt, als für landwirtschaftliche Zwecke benötigt wird. Bei bestimmten Haarspangen kann dm dadurch rund 40 Prozent Kunststoff einsparen und durch einen nachhaltigeren, nachwachsenden Rohstoff ersetzen. Wichtig ist für dm dabei auch die Herkunft der verwendeten Rohstoffe. So stammen etwa die Calendula-Blüten für die alverde Baby-Serie ausschließlich von deutschen Bio-Bauern, die diese ökologisch nachhaltig anbauen, schonend pflücken und verarbeiten.

## **dm will seine Märkte nachhaltig gestalten und betreiben**

Im Berichtsjahr hat dm den Energiebedarf seiner dm-Märkte etwa durch eine Umrüstung auf energiesparende LED-Beleuchtung weiter reduziert und mit 30 zusätzlichen Filialen, die nun über eine strombasierte Haustechnik verfügen, seinen Gasverbrauch verringert. Der durchschnittliche Energieverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche liegt für das Jahr 2022 nach einer Zwischenbilanz bei 165 kWh (Vgl. 2021: 170 kWh). Die eigenen Fotovoltaikanlagen erzeugten im Jahr 2023 insgesamt 2,25 Mio. kWh, wovon dm 1,22 Mio. kWh ins Stromnetz einspeiste. Ab 2025 möchte das Unternehmen 15 Prozent seines Strombedarfs im Rahmen eines sogenannten Power Purchase Agreements mit nachhaltig generiertem Strom eines in der Nordsee gelegenen Offshore-Windparks decken.

Bis 2026 möchte dm alle seine Märkte auf moderne, nicht-fossile Haus- und Energietechnik umgestellt haben und weitere Fotovoltaik-Anlagen installieren – hierfür investiert dm rund 20 Mio. Euro. „Gemeinsam mit unseren Partnern entwickeln wir weitere Konzepte für modulares Bauen, Rückbaubarkeit und Recycling. Den homogenen Bodenbelag etwa führen wir zum Hersteller zurück, wo dieser zerkleinert und zu neuem Bodenbelag verarbeitet wird“, sagt Markus Trojansky, der für die Ausstattung der dm-Märkte verantwortliche Geschäftsführer.

## **Verbindung mit Gleichgesinnten**

Als eines der bislang größten Unternehmen ist dm im August 2023 als 660. Mitglied dem Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft (BNW) beigetreten. Seit 1992 organisieren sich im BNW branchenübergreifend progressive Unternehmen, die nach ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Grundsätzen handeln. dm ist eines von wenigen Großunternehmen, die

aufgrund ihrer ganzheitlich nachhaltigen Ausrichtungen alle Aufnahmekriterien erfüllen. Im Zentrum der Arbeit des BNW steht die Interessenvertretung seiner Mitglieder bei politischen Entscheidungsprozessen mit dem Ziel der Transformation hin zu einer zukunftsorientierten Wirtschaft.

[✕ Mehr Informationen zum BNW](#)

## **Services für dm-Kunden**

Seit Beginn des Geschäftsjahres ist dm Partner des Pilotprojekts „DHL GoGreen Plus“. Für alle Pakete, die im Rahmen einer Onlinebestellung über die DHL in Deutschland versendet werden, vermeidet die DHL transportbedingte CO<sub>2</sub>-Emissionen, unter anderem durch den Einsatz von Biogas- und Elektro-Lkws. Im Geschäftsjahr 2022/2023 konnten dadurch über 6.000 t CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden werden.

Darüber hinaus hat dm sein Netzwerk an E-Ladestationen kontinuierlich ausgebaut. An insgesamt rund 220 Ladepunkten können Kundinnen und Kunden bei ihrem Besuch von dm-Märkten an HPCLadepunkten (High Power Charging) ihre Fahrzeuge laden.

## **Netto-Null-Emissionen bis 2045**

Bis 2045 möchte dm Netto-Null-Emissionen erreichen und gleichzeitig seinen ökologischen Fußabdruck weiter reduzieren. Um weitere Reduktionspotenziale zu ermitteln, lässt dm durch die Experten des ifeu-Instituts kontinuierlich seine Unternehmens-Ökobilanz ermitteln. Im abgelaufenen und aktuellen Geschäftsjahr ist das Ziel, die Ökobilanz um alle Scope-3-Kategorien zu vervollständigen und auf dieser Basis weitere wissenschaftsbasierte Klima- und Umweltziele abzuleiten und konkrete Minderungsmaßnahmen festzulegen.

Diese Maßnahmen ergänzt dm mit Investitionen von derzeit jährlichen 1,6 Mio. Euro in die ökologische Aufwertung der Flächen von HeimatERBE und der NABU-Naturwälder als Teil der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziele. Zusammen mit den über die Pro Climate- Produkte anfallenden Umweltkosten investiert dm jährlich 2,8 Mio. Euro in den Erhalt der Biodiversität – mit steigender Tendenz. Zudem plant dm,

Nachhaltigkeitskriterien noch intensiver an seine Partner zu adressieren, um gemeinsam nachhaltigkeitsrelevante Themen voranzubringen und Maßnahmen umzusetzen.

### **Bei Pro Climate-Produkten sind die Umweltkosten im Verkaufspreis enthalten**

Mit seinen Pro Climate-Produkten verfolgt dm bereits seit drei Jahren einen mehrdimensionalen und wegweisenden Ansatz für nachhaltigere Alternativen zu konventionellen Drogerieartikeln. Ursprünglich als dm-Sublabel eingeführt, hat dm im Geschäftsjahr 2022/2023 damit begonnen, die aktuell rund 150 Pro Climate-Produkte mit dem „umweltneutral-handeln“-Siegel zu kennzeichnen.

Jedes Pro Climate-Produkt analysiert, optimiert und kompensiert dm gemäß dem GREENZERO-Standard. Dabei werden aktuell fünf robust messbare Umweltwirkungskategorien betrachtet: Klimawandel, Eutrophierung (Überdüngung), Versauerung der Böden, Sommersmog und Ozonabbau.

Für die Optimierung der Produkte ergeben sich Einsparpotenziale in verschiedenen Bereichen des Produkts. Es variiert stark von Produkt zu Produkt, ob etwa die Energieverbräuche reduziert, Verpackungsmaterialien eingespart oder CO<sub>2</sub>-intensive Rohstoffe herausformuliert werden können. So bietet dm das Denkmit Colorwaschmittel etwa in einer materialreduzierten Verpackung aus Monomaterial an. Sie ist aus dem Kunststoff PE (Polyethylen) und kann über den Gelben Sack in das Wertstoffsystem zurückgeführt und recycelt werden.

Nach Bilanzierung und Optimierung werden die verbleibenden Umweltauswirkungen der Pro Climate-Produkte nach dem wissenschaftlich anerkannten Methodenstandard „Environmental Prices“ der CE Delft in Umweltkosten umgerechnet. Für die mehrdimensionale Kompensation investiert dm diese Umweltkosten in Renaturierungsprojekte auf ehemaligen Industrieflächen von HeimatERBE in Deutschland. Durch ökologische Aufwertung und langfristiges Monitoring werden beschädigte Ökosysteme wiederhergestellt – Umweltwert entsteht. Für den Ausgleich der Pro Climate-Produkte hat dm bislang mehr als zwei Millionen Euro investiert. Diese sogenannten Umweltkosten werden in den Verkaufspreis internalisiert. Die Erkenntnisse aus den Ökobilanzen der Pro Climate-Produkte fließen zudem in die ökologische Weiterentwicklung der dm-Markensortimente ein.

Im vergangenen Geschäftsjahr hat dm sein Informationsangebot hinsichtlich Detailtiefe und Kommunikation erheblich intensiviert. Konkret stellt dm die Ökobilanzergebnisse der Pro Climate-Produkte und deren Umweltkosten in den gemessenen Kategorien seit September 2023 umfassend auf seinen Produktdetailseiten im dm-Onlineshop zur Verfügung.

Für das kommende Geschäftsjahr plant dm, das Pro Climate- Sortiment auszuweiten und erweitert die Ökobilanzierung der Pro Climate-Produkte von bislang fünf auf künftig sieben robust messbare Wirkungskategorien: Ab 2024 werden bei den Ökobilanzierungen zusätzlich die Land- und Wassernutzung für jedes Produkt berücksichtigt.

„Unser Ziel ist es, Verbraucherinnen und Verbrauchern eine echte Alternative zu konventionellen Drogeriewaren zu bieten. Das heißt, wir möchten Produkte anbieten, deren Umweltwirkungen erstens bestmöglich reduziert wurden und die zweitens dabei einfach einsetzbar und dennoch erschwinglich bleiben“, erklärt Kerstin Erbe.

---

**Zu dm-drogerie markt** Bei [dm-drogerie markt](#) arbeiten europaweit mehr als 79.000 Menschen in mehr als 4.000 Märkten. In den derzeit 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2022/2023 einen Umsatz von 15,9 Milliarden Euro erzielen. Im letzten abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten rund 51.000 dm-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 11,4 Milliarden Euro. dm wurde 2023 erneut von den Kundinnen und Kunden beim Kundenmonitor zum beliebtesten Drogeriemarkt gewählt. dm arbeitet stetig daran, Prozesse innerhalb des Unternehmens zu verbessern und seiner Verantwortung für nachhaltige Entwicklung gerecht zu werden. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem „Bericht zur Zukunftsfähigkeit“ auf [www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht](http://www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht).

## Kontaktpersonen



### **So erreichen Sie das dm-Presseteam**

Pressekontakt

herbert.arthen@dm.de

+49 721 5592 1195

### **Herbert Arthen**

Pressekontakt

Pressesprecher

herbert.arthen@dm.de

+49 721 5592 1195