



10.11.2022 12:05 CET

Deutliches Mengenwachstum bei dm führt zu fast 10 Milliarden Euro Umsatz allein in Deutschland. Marktanteil erstmals nun fast 25 Prozent.

Kundinnen und Kunden schätzen das Einkaufserlebnis bei dm. Das zeigen sowohl die Ergebnisse der Verbraucherumfrage „Kundenmonitor Deutschland“, bei der dm 2022 erneut zum besten Drogeriemarkt Deutschlands sowie zum beliebtesten der untersuchten Einzelhändler gewählt wurde, als auch die Verschiebungen der Marktanteile im Geschäftsjahr 2021/2022 (1. Oktober 2021 – 30. September 2022) zugunsten

von dm-drogerie markt.

„Trotz turbulenter Rahmenbedingungen konnten wir aufgrund eines deutlichen Nachfrageschubs im zurückliegenden Geschäftsjahr unseren Absatz und damit auch unseren Umsatz deutlich steigern“, so der Vorsitzende der dm-Geschäftsführung Christoph Werner. „An guten Tagen kaufen mittlerweile rund zwei Millionen Menschen bei dm ein, wir versorgen nun mehr als die Hälfte aller deutschen Haushalte mit Drogeriewaren und Bio-Lebensmitteln.“

Das 1973 von Prof. Götz W. Werner gegründete Unternehmen steigert in Deutschland den Umsatz um 9,7 Prozent auf 9,9 Milliarden Euro. „Unser Wachstum basiert auf einer starken Mengenentwicklung. Im Geschäftsjahr haben wir mit 21 Prozent Marktanteil mengenmäßig mehr Artikel verkauft als alle anderen Drogeriemärkte zusammengenommen, die aber ebenfalls zulegen konnten. Dagegen musste der Lebensmittelhandel nach den Berechnungen der Marktforscher Marktanteilsverluste hinnehmen, sowohl nach Menge als auch nach Umsatz“, führt Christoph Werner aus. Die Marktforscher haben für den Geschäftsjahreszeitraum von dm 24,8 Prozent Umsatzanteil ermittelt, die übrigen Drogeriemärkte kommen auf 23,6 Prozent. Am meisten verloren haben die Discounter, die nur noch bei einem Anteil von 15,5 Prozent liegen. Aufgrund der guten Absatz- und Umsatzentwicklung sucht dm in Deutschland intensiv Mitarbeiter. 46.347 Menschen arbeiteten zum Stichtag 30.09.22 bei dm in 2.094 dm-Märkten, in den Verteilzentren und im dm-dialogicum in Deutschland.

„Mit gut frequentierten dm-Märkten tragen wir dazu bei, dass die Innenstädte für die Menschen attraktiv bleiben. Seit dem Frühjahr spielt die Erlebnisqualität beim Einkaufen für die Menschen wieder eine größere Rolle, was uns offensichtlich zugutegekommen ist“, erläutert Roman Melcher, stellvertretender Vorsitzender der dm-Geschäftsführung und verantwortlich für das Ressort IT/dmTECH, die positive Entwicklung bei dm.

Die positive Entwicklung von dm in Deutschland steigert sich noch im europäischen Ausland. So konnte in den Auslandsgesellschaften ein Wachstum von 13,5 Prozent erwirtschaftet werden. Europaweit liegt das Wachstum der dm-Gruppe bei 10,7 Prozent. Der Umsatz, den die mehr als 71.620 Kolleginnen und Kollegen im Geschäftsjahr 2021/2022 erwirtschafteten, beträgt 13,6 Milliarden Euro. 3.945 dm-Märkte gibt es inzwischen in Europa.

Zu den Meilensteinen des zurückliegenden Geschäftsjahres gehört der Rollout der dm-Abholstationen, mit denen das stationäre Einkaufserlebnis in den dm-Märkten mit den Vorteilen einer Onlinebestellung über die Mein dm-App oder den Onlineshop dm.de noch besser verbunden werden kann.

„Die dm-Märkte sind das Herzstück unseres Handelsunternehmens. Beliebte Services in den dm-Märkten, wie zum Beispiel die Express-Abholung, bei der die online bestellten Produkte in der Regel bereits nach drei Stunden im Markt abgeholt werden können, tragen spürbar zu dem starken Kundenzuspruch in diesem Jahr bei. Unsere Abholstationen haben sich in den vergangenen Monaten als wichtiger Bestandteil für unsere dm-Märkte etabliert. Der Kundenzuspruch ist weit höher, als wir erwartet hatten“, resümiert Martin Dallmeier, stellvertretender Vorsitzender der dm-Geschäftsführung und verantwortlich für das Ressort Finanzen + Controlling.

Die positive Entwicklung von dm als Omnichannel-Händler spiegelt sich auch in den Nutzungszahlen der Mein dm-App wider. Mehr als 24 Millionen Zugriffe im Monatsdurchschnitt verzeichnet dm mit seiner App. Rund 60 Prozent der Onlinebestellungen werden über die Mein dm-App ausgelöst.

Seit dem Frühjahr 2022 bietet dm-drogerie markt den Kundinnen und Kunden mit der Live-Shopping-Funktion dmLIVE ein innovatives E-Commerce-Format direkt in der Mein dm-App. Mit dmLive erweitert dm die Idee vom Beratungsgespräch vor Ort in Echtzeit auf das Smartphone. Auf Fragen und Anregungen kann direkt eingegangen werden.

„Unsere Bemühungen, den Kundinnen und Kunden ein nahtloses Omnichannel-Retailing-Erlebnis zu bieten, haben dazu geführt, dass wir unsere Marktposition als der mit Abstand größte Onlinehändler für Drogeriewaren in Deutschland weiter festigen konnten“, so Christoph Werner.

Ein weiteres Highlight im vergangenen Geschäftsjahr war die Eröffnung des ersten dm-Marktes in Polen im April dieses Jahres in Wrocław (Breslau). Inzwischen gibt es in Polen bereits fünf dm-Märkte. Christoph Werner kündigt dazu an: „Unser Ziel für die kommenden Monate und Jahre ist es, die Bekanntheit von dm in Polen weiter zu steigern, indem wir mehr dm-Märkte eröffnen und auf den polnischen Markt zugeschnittene Konzepte anwenden.“

Nicht nur in Polen wird dm umfangreich investieren, auch in Deutschland

sieht der beliebte Händler weiteres Wachstumspotenzial. Bis zum Ende des Kalenderjahres 2022 werden 13 dm-Märkte neu eröffnet, 38 dm-Märkte werden umgebaut. Für das zurückliegende Geschäftsjahr bilanziert dm 42 Neueröffnungen und mehr als 290 Umbauten. „Neben der Ausweitung unseres Filialbestandes regenerieren wir intensiv unsere bestehenden dm-Märkte. Im Fokus steht dabei die Modernisierung in allen technischen und energetisch sinnvollen Belangen“, so Christoph Werner. Die Investitionssumme für das Geschäftsjahr 2022/2023 beläuft sich auf mehr als 160 Millionen Euro allein in das Filialnetz in Deutschland.

Eine moderne Gebäudetechnik trägt wesentlich dazu bei, den Energiebedarf zu reduzieren und die dm-Märkte künftig so CO₂-arm wie möglich zu bauen und zu betreiben. Für das Jahr 2021 hat dm die Umweltauswirkungen des Energieverbrauchs der dm-Märkte umweltneutral* gestellt. Die Kompensation der Umweltauswirkungen in den Kategorien CO₂-Emissionen, Eutrophierung (Überdüngung), Versauerung,

Sommersmog und Ozonabbau durch Investition in die ökologische Aufwertung ehemaliger Industrieflächen ist ein erster wichtiger Schritt für den Weg zum umweltneutralen* Unternehmen. Ein Vorhaben, das dm seit Februar 2022 sukzessive vorantreibt.

„Durch sinnvolle Innovationen, gute Partnerschaften und durch den konsequenten Einsatz neuer Technologien tragen wir schon heute zu einer zukunftsfähigen Wirtschaft bei, die die Natur und Umwelt bewahrt und gleichzeitig eine hohe Lebensqualität gewährleistet. Umfragen und Rankings zeigen, dass wir mit unserem Angebot an nachhaltigen Produkten im Drogerieumfeld sehr positiv wahrgenommen werden“, so Christoph Werner. Ein Beleg dafür ist die Auszeichnung der umweltneutralen** Produktreihe Pro Climate mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis Design 2022.

„Als Handelsunternehmen sind wir Ermöglicher, wenn es darum geht, die Kundinnen und Kunden dabei zu unterstützen, durch ihre individuelle Konsumentenscheidung einen Beitrag für eine gesündere Erde und eine lebenswerte Gesellschaft zu leisten“, ergänzt Christoph Werner.

Das vorbildliche Wirken im gesellschaftlichen Umfeld ist ein fester Bestandteil, um die Werte der Arbeitsgemeinschaft dm erlebbar zu machen. Im zurückliegenden Geschäftsjahr gehörte dazu neben zahlreichen lokalen Initiativen in Deutschland unter anderem die Kooperation mit der Initiative

#WeAreAllUkrainians, bei der Mütter und Neugeborene in der Ukraine mit Produkten im Wert von mehr als einer Million Euro unterstützt wurden.

„In unserem Jubiläumsjahr 2023 werden wir viele besondere Vorhaben umsetzen, mit denen wir einen sinnvollen Beitrag leisten wollen. Unter anderem wird es eine breite Initiative zu sozialen Themen in Zusammenarbeit mit verschiedenen Kooperationspartnern geben“, kündigt Christoph Werner an.

Detaillierte Informationen zu den Entwicklungen im vergangenen und den Planungen für das gerade begonnene Geschäftsjahr finden Sie in der Pressemappe.

**Bei unseren dm-Märkten reduzieren wir bereits Umweltauswirkungen, bspw. durch den Einsatz von Ökostrom, und wollen Schritt für Schritt dies noch weiter tun. Die darüber hinaus noch verbleibenden Umweltauswirkungen der laufenden Energieverbräuche unserer dm-Märkte kompensieren wir in den Kategorien CO₂-Emissionen, Eutrophierung, Versauerung, Sommersmog und Ozonabbau durch Renaturierung von Flächen in Deutschland durch unseren Partner HeimatERBE.*

***Nachträgliche Kompensation von CO₂-Emissionen, Eutrophierung, Versauerung der Böden, Sommersmog und Ozonabbau durch Renaturierung von Flächen in Deutschland durch unseren Partner HeimatERBE.*

dm-drogerie markt wurde 1973 von Prof. Götz W. Werner in Karlsruhe gegründet. Der Einzelhändler ist heute Deutschlands umsatzstärkster Drogeriemarkt mit mehr als 46.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

In der umfangreichen Verbraucherumfrage „Kundenmonitor Deutschland“ liegt dm-drogerie markt seit mehr als 20 Jahren an der Spitze der überregionalen Drogeriemärkte. 2022 wählten Kundinnen und Kunden dm erneut zum besten Drogeriemarkt Deutschlands sowie zum beliebtesten der untersuchten Einzelhändler.

Nachhaltiges Handeln ist bei dm tief verwurzelt. Es ist ein wesentlicher Teil des Selbstverständnisses des Unternehmens, denn Nachhaltigkeit sichert

Zukunftsfähigkeit. Und Zukunftsfähigkeit berücksichtigt dm nicht nur in der ökonomischen Dimension, sondern auch im Ökologischen, im Sozialen und im Kulturellen. Jeder Mitarbeiter in den dm-Märkten und den filialunterstützenden Diensten trägt mit seinem Engagement und seiner Individualität zu einer einzigartigen Unternehmenskultur bei und gestaltet sie aktiv mit.

Kontaktpersonen



So erreichen Sie das dm-Presseteam

Pressekontakt

dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de

+49 721 5592 1195

Herbert Arthen

Pressekontakt

Pressesprecher

herbert.arthen@dm.de

+49 721 5592 1195