



16.11.2023 11:04 CET

Erfolgreiche Omnichannel-Strategie sorgt bei dm im Jubiläumsjahr für Wachstumsschub – Cashflow ist Grundlage für Investitionen in dm-Märkte und IT im Geschäftsjahr 2023/2024

Karlsruhe, 16. November 2023. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2022/2023 ist die Zahl der Menschen, die täglich in einem der 2.108 dm-Märkte in Deutschland einkaufen, auf durchschnittlich rund zwei Millionen angewachsen. Insgesamt hatte dm im Geschäftsjahr, das am 30.9. endete, rund 620 Millionen Kundenkontakte in den stationären dm-Märkten. Da auch

das **Omnichannel-Konzept** hervorragend angenommen wurde, steigerte dm-drogerie markt den Umsatz zweistellig. Der Marktanteil von dm beim Verkauf drogistischer Produkte liegt nun knapp über 25 Prozent.

„Die anhaltende Kundenresonanz und noch dazu höhere Kassensums mit der Folge eines deutlichen Umsatzwachstums haben uns positiv überrascht, offensichtlich konnten wir im Geschäftsjahr 2022/2023 noch mehr Bürgerinnen und Bürger als bisher für unsere Leistungen begeistern“, kommentiert Christoph Werner, Vorsitzender der Geschäftsführung, die für den deutschen Handel ungewöhnlich gute Entwicklung.

Christoph Werner sieht für den wirtschaftlichen Erfolg im Geschäftsjahr zwei wesentliche Gründe: „Einerseits honorieren die Menschen unsere einzigartige Leistung als Händler. Wegen der spürbaren Inflation standen die Preise für viele Menschen beim Einkaufen im Vordergrund. Das kam uns zugute. Wir sind bei der jährlichen **Konsumentenbefragung ‚Kundenmonitor‘** als Anbieter mit dem **besten Preis-Leistungs-Verhältnis für drogistische Produkte** bewertet worden. Nach unseren Erhebungen zu Recht, denn wir konnten sowohl Produktivitäts- wie Effizienzsteigerungen realisieren und diese in günstige Verkaufspreise umsetzen.“

„Genauso bedeutsam ist, dass wir das drogistische Sortiment konsequent kundenorientiert kuratieren. Zudem haben wir alle Absatzkanäle, vom gewohnten stationären dm-Markt bis hin zum Online-Handel, massiv ausgebaut. Insbesondere haben wir ganz im Sinne einer stringenten Umsetzung unserer **Omnichannel-Retailing-Strategie** unsere Abholstationen und die Expressabholung in Deutschland Marktplatz für Marktplatz auf jetzt 1.100 Stationen vervielfältigt und in den großen urbanen Ballungsräumen Deutschlands einen Lieferservice per Fahrradkurier und Elektrotransporter etabliert“, führt Werner weiter aus. Beide Angebote stoßen auf rasch wachsende Nachfrage.

„Der zweite Grund neben der Händlerleistung“, so Christoph Werner, „ist unser Eintreten für eine zukunfts- und freiheitsfähige Bürgergesellschaft, die auf der Grundlage der demokratischen Verfassung eine prosperierende soziale Marktwirtschaft gestaltet. Wir haben das 50. Jahr seit der Gründung von dm im Jahr 1973 zum Anlass genommen, in vielfältiger Weise aufzuzeigen, dass die Menschen in Deutschland **Lust auf Zukunft‘** haben können, wenn wir die Gegenwart nutzen, um die Zukunft im konstruktiven Miteinander zu gestalten. Unsere Ziele: Neben der Förderung ehrenamtlichen

Engagements im Umfeld eines jeden dm-Marktes wollen wir bei unserem Handeln die **Umweltauswirkungen reduzieren** und in Deutschland kompensieren. Dieses Bemühen um eine freiheitliche Gesellschaft und die natürlichen Lebensgrundlagen wird von den Menschen in Deutschland wohlwollend wahrgenommen.“

Als Ergebnis dieser beiden Kernziele des Handelns der Arbeitsgemeinschaft hat dm **in Deutschland einen Gesamtumsatz von 11,387 Mrd. Euro** zum Ende des Geschäftsjahres 2022/2023 erreichen können. Dies entspricht einem Zuwachs von 14,8 Prozent gegenüber 9,919 Mrd. Euro im Vorjahr. Die inflationsbedingte Preisentwicklung habe im Berichtsjahr aufgrund der erfolgreichen Produktivitätsfortschritte beim Umsatzzuwachs eine untergeordnete Rolle gespielt, berichtet Christoph Werner.

Diese sehr positive Entwicklung lässt sich überwiegend auf die Zunahme der Kunden in den bestehenden Märkten zurückführen. „Wir haben in unsere Substanz rund 130 Mio. Euro investiert und mit einem neuen Ladendesign noch mehr Wohlfühlatmosphäre in unseren Märkten geschaffen“, erläutert Werner. Aufgrund der restriktiven Baugenehmigungen in Deutschland hat das Unternehmen 2022/2023 lediglich einen **Zuwachs von 14 dm-Märkten** von 2.094 auf 2.108 realisiert. Werner kündigt Investitionen von 170 Mio. Euro für das laufende Geschäftsjahr und voraussichtlich 40 neue dm-Märkte in Deutschland an.

Um die stark gestiegene Nachfrage versorgen zu können, ist die Arbeitsgemeinschaft erheblich gewachsen. In Deutschland arbeiteten zum Stichtag 30.9.2023 erstmals mehr als 50.000 Menschen bei dm. Die Anzahl der Mitarbeiter wuchs von 46.347 im Vorjahr auf 51.359 im Berichtsjahr. Trotz der sich verschärfenden Situation am Arbeitsmarkt aufgrund der geburtenschwachen Jahrgänge bewerben sich so viele Menschen bei dm, dass das Unternehmen in diesem Jahr eine neue Rekordanzahl an Menschen in Ausbildung registrieren kann. Fast 4.000 Menschen absolvieren zurzeit eine Ausbildung bei dm. „Unser Motto **„Arbeit anders leben“** wollen wir mit einer ganzen Reihe von Maßnahmen realisieren. Wir wollen sowohl für unsere Kolleginnen und Kollegen wie auch für alle Bewerberinnen und Bewerber einen wahrnehmbaren Unterschied machen“, meint Christoph Werner.

„Wir haben am 21. September 2023, also kurz nachdem die Verhandlungen zwischen dem Handelsverband und der Gewerkschaft gescheitert waren, ein Zeichen gesetzt und die **Einkommen rückwirkend zum 1. April um sechs**

Prozent erhöht. Außerdem haben wir **Sonderzahlungen** als Inflationsausgleich und als Zusatzvergütung aufgrund der Erwartung eines guten Jahresabschlusses vorgenommen“, erläutert Christoph Werner. Er weist darauf hin, dass Geschäftsführung und Betriebsrat erfolgreich Einkommenssteigerungen beschlossen haben, während die Verhandlungen zwischen dem HDE und Verdi gescheitert sind. „Die bei dm arbeitenden Menschen sind im Vorteil. Wir sichern jedem Mitarbeiter in jedem Arbeitsvertrag ausnahmslos mindestens die tariflich vereinbarten Einkommen zu und unser dm-**Mindestlohn beträgt 14 Euro.** Der einzelne Mensch ist Ziel und Maßstab unseres Handelns bei dm. Deshalb lehnen wir es ab, in Flächentarifverträgen vereinnahmt zu werden“, macht Werner deutlich.

dm werde im neuen Geschäftsjahr die Verbindung der Menschen zum Unternehmen weiter fördern durch relevante Zusatzleistungen. Dazu zählen sozialversicherungspflichtige Auszeiten, eine nachhaltige Gesundheitsförderung mit einfachen Zugängen zu zahlreichen Gesundheitsangeboten, attraktive Auslandspraktika und die Einrichtung von Talentpools zur Förderung individueller Stärken und Begabungen“, zählt Werner eine Reihe von geplanten Maßnahmen auf.

Ein weiterer Grund für die außergewöhnlich gute Entwicklung des Umsatzes sind die immensen Anstrengungen, Menschen als Stammkunden zu gewinnen und ihnen mittels der **dm-App** auf den persönlichen Bedarf zugeschnittene Angebote anzubieten. „Im Geschäftsjahr hat sich die Zahl der Menschen, die von uns regelmäßig mit Informationen versorgt werden wollen, **auf 11,5 Mio. App-Nutzerinnen und -Nutzer erhöht.** Viele dieser Nutzer haben sich auch für die Beteiligung am **PAYBACK Bonusprogramm** entschieden, um die Vorteile beider Vorteilsprogramme nutzen zu können. Die Anzahl der PAYBACK Konten beträgt nun mehr als 20 Millionen“, erklärt Werner.

Die eigene Community will dm stetig erweitern, um möglichst viele Kunden an jedem sogenannten Touchpoint, ob in den Märkten oder via Smartphone, passgenau ansprechen zu können. „Wir wollen dem wachsenden Bedürfnis der Menschen, nur mit den Informationen versorgt zu werden, die für sie relevant sind, unsere Aufmerksamkeit schenken und unsere IT-Infrastruktur dementsprechend weiterentwickeln“, sagt Christoph Werner. Zum Jahresbeginn 2024 kommen Menschen, die unsere dm-App nutzen, in den Genuss attraktiver Angebote.

Werner erläutert eine weitere Ambition der Karlsruher: „Damit sich auch

unsere Lieferanten- und Herstellpartner ein aktuelles Bild von den Kundenwünschen machen können, haben wir für die Hersteller ein **Partnerportal** geschaffen, das wir im laufenden Geschäftsjahr als zentrale Informations- und Planungsplattform aufbauen.“ Informationen über Kunden werden auf dem Partnerportal nicht übermittelt, sondern aktuelle artikelgenaue und filialspezifische Kennziffern.

Bereits im laufenden Geschäftsjahr, so Werner, seien automatisierte Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen an die Kunden durch die rasante Entwicklung der **KI-Systeme** möglich. Im August 2023 hatte dm informiert, dass das Unternehmen auf der Basis einer Vereinbarung mit Microsoft in dessen Cloud Azure eine eigene **dmGPT-Anwendung** gestartet hat und zunächst für den dm-internen Gebrauch nutzt. Damit sich die Mitarbeiter intensiv mit der Anwendung Künstlicher Intelligenz vertraut machen können, hat dm umfangreiche Lern- und Übungsprogramme für Mitarbeiter entwickelt.

„Die Menschen bei dm nutzen unsere dmGPT-Anwendung intensiv, wir zählen mehrere Tausend Prompts pro Tag. So lernen die Nutzer und das System. Im Geschäftsjahr 2023/2024 werden wir deshalb den ersten **dmChatBot** nicht nur in Deutschland, sondern für die gesamte Unternehmensgruppe realisieren“, sieht Christoph Werner dem Einsatz von KI mit großen Erwartungen entgegen. Eine aktuell oft genutzte Anwendung sei der rasche Transfer in alle Sprachen, die in den 14 Ländern gesprochen werden, in denen dm seit seinem Start in Polen vertreten ist.

Die IT-Spezialisten der **Tochtergesellschaft dmTECH** arbeiten laut Werner zurzeit an einer Vielzahl von Projekten. Als Beispiel nennt Christoph Werner die Echtzeitüberwachung der IT-Systeme gegen Cyberattacken. dm setzt automatisierte Schwachstellenanalysetools ein und implementiert aktive Überwachungsprozesse, um sich gegen Angriffe von außen abzusichern. Ein anderes Beispiel sei die **Produktivitätssteigerung** mithilfe der KI bei der Kundenansprache. Da dm seine Kundinnen und Kunden intensiv mit personalisierten Newslettern auf Angebote aufmerksam macht, könne man mithilfe der KI diese Informationen automatisieren.

Wie vielfältig maschinelles Lernen Einzug auch in die dm-Märkte hält, kann man außerhalb der Öffnungszeiten in derzeit 50 Filialen erleben. Dort bewegen sich **rollende Roboter** durch die Gänge. Sie liefern in einem gemeinsamen Forschungsprojekt mit der Universität Eichstätt-Ingolstadt

Daten, um zielgerichtete Auswertungen des Warenbestandes vorzunehmen und Handlungsempfehlungen an die **dm-Verteilzentren** zu übermitteln.

„Dass wir im zurückliegenden Jahr dank der gewachsenen Nachfrage seitens Kundinnen und Kunden eine solide wirtschaftliche Grundlage für das laufende Geschäftsjahr legen konnten, führe ich auf die für unsere Kunden wahrnehmbaren Wirkungen unserer Unternehmensphilosophie zurück, an der wir unser Handeln ausrichten“, sagt Werner bei seiner Darlegung der Ergebnisse des abgelaufenen Geschäftsjahres und der Vorstellung der Ziele für das laufende Geschäftsjahr. **Repräsentative Umfragen** ergäben, dass dm als ehrlich, authentisch, nachhaltig und zukunftsfähig und als nicht profitorientiert beurteilt werde.

Diese Einschätzung sei neben den Eindrücken beim Einkaufen in den dm-Märkten auch das Resultat von Impulsen in die Bürgergesellschaft. „Im Sommer haben wir das bürgerschaftliche Engagement von **mehr als 3.000 sozialen, kulturellen und ökologischen Initiativen** rund um unsere Märkte mit einem Gesamtbetrag von mehr als zwei Millionen Euro gefördert“, berichtet Werner. „Das Geschäftsjahr unseres Jubiläumsjahres 2023 haben wir dann abgeschlossen mit der ‚**Zukunftswoche**‘ und dem Ziel, den vielen Tausend Menschen vor Ort im Kraftwerk Berlin und denen im **täglichen Livestream ‚Lust auf Zukunft**‘ zu vermitteln. Dies halten wir für dringend geboten in einer Zeit vieler paralleler, weltweiter Krisen, die täglich in unsere Gesellschaft hineinwirken.“

dm habe sich an den Megatrends des Zukunftsinstituts orientiert und fünf Themen ausgewählt, von denen man glaube, dass ihnen die Gesellschaft große Aufmerksamkeit widmen müsse. „Weil wir davon ausgehen, dass wir im Zeitalter des Individualismus darauf aufmerksam machen sollten, dass sich **Individualität und Gemeinschaft** bedingen, haben wir dieses Thema gewählt. Beim **Erhalt der planetaren Gesundheit** haben wir uns vorgenommen, eine Vorreiterrolle zumindest im deutschen Handel einzunehmen. Wir wollen konsequent umweltbewusst handeln, um unseren Planeten enkeltauglich zu erhalten“, berichtet Werner.

Werner weiter: „Wegen der Sorge um die nachfolgenden Generationen haben wir als drittes dm-Thema **‚Perspektiven von Kindern und Jugendlichen‘** definiert. Klaus Hurrelmann, einer unserer prominenten Podiumsgäste in Berlin, hatte in seiner aktuellen Studie festgestellt: Junge Menschen fühlen sich benachteiligt und vernachlässigt. Wir bei dm begleiten nicht nur fast

4.000 Jugendliche bei deren biografischem Übergang vom Schulalltag ins Arbeitsleben, wir organisieren auch die musikalische Bildung von Tausenden Erzieherinnen in Kitas.“ Das Projekt „Singende Kindergärten“ ist im 15. Jahr seit dem Start so erfolgreich, dass dm 2024 seine Förderung des gemeinsamen Singens auf die Grundschulen erweitern will.

Genauso wichtig erscheinen dm die elementaren Veränderungen in der Arbeitswelt, oft auch als „**New Work**“ bezeichnet. Mehr als 45 Millionen Menschen in Deutschland seien von diesen Veränderungen unmittelbar betroffen. Und jede Bürgerin und jeder Bürger sei beteiligt, wenn es um das Thema **Gesundheit** gehe. Christoph Werner sieht in der Gesundheitsvorsorge und -förderung ein Handlungsfeld für dm. „Wir haben unsere Handlungsfähigkeit unter Beweis gestellt, als wir nach nur vier Wochen Vorlauf unser **erstes Corona-Schnelltest-Zentrum** in Tübingen eröffnet haben, weil der dortige Oberbürgermeister Boris Palmer den stationären Einzelhandel für die Bürger offenhalten wollte.“ Nach nur drei Monaten hatte dm mehr als 500 Corona-Schnelltest-Zentren in ganz Deutschland eröffnet. „Immer weniger Ärzte in Deutschland müssen immer mehr Kranke versorgen und heilen. Wenn möglich werden wir unser Angebot an gesundheitsfördernden Produkten um passende Services erweitern, weil bezahlbare Prophylaxe immer wichtiger wird in einer alternden Gesellschaft“, kündigt Christoph Werner an.

Werner, der Vorsitzender der Geschäftsführung von dm Deutschland und Aufsichtsrat der internationalen dm-Gruppe ist, sieht in der Gruppe **viel Potenzial für weitere Entwicklungen**. „Unser Ziel ist es, in allen 14 Ländern günstigster Anbieter von Drogeriewaren zu sein. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2022/2023 haben wir in den europäischen Nachbarländern unsere Umsätze sogar um 23,5 Prozent auf 4,522 Mrd. Euro nach 3,662 Mrd. Euro steigern können und damit insgesamt einen Gruppenumsatz von 15,909 Mrd. Euro nach 13,581 Mrd. Euro erreicht. Das ist ein Zuwachs von 17,1 Prozent.“

Die Leistungen in der dm-Gruppe werden in verschiedenen Bereichen ausgebaut. Durch die Weiterentwicklung des Prozessmanagements schafft dm die Voraussetzung für gruppenweite Prozessharmonisierung. Die Konversion auf SAP S/4 HANA ermögliche signifikante Leistungsbündelungen, kündigt Werner an. „Diese Aufwandsreduzierungen werden wir an die Kundinnen und Kunden weitergeben.“

Neben den günstigen Dauerpreisen hält Werner die **Investitionen in die dm-Märkte** für einen wichtigen Erfolgsfaktor. „Wir haben 150 Mio. Euro außerhalb Deutschlands investiert, davon 120 Mio. Euro in die Modernisierung bestehender Märkte und in 77 neue dm-Märkte. Dazu addieren sich 30 Mio. Euro in IT und Logistik“, sagt Christoph Werner und kündigt an, auch im kommenden Geschäftsjahr kräftig zu investieren und in den verbundenen Ländern etwa 270 bestehende dm-Märkte zu modernisieren. Die dm-Märkte in allen Ländern erhielten so sukzessive ein neues, modernes Ladendesign. „Der entscheidende Grund für den Kundenzuspruch auch im europäischen Ausland sind die Kolleginnen und Kollegen“, konstatiert Werner. „Die Anzahl der Mitarbeiter ist auf 28.386 gestiegen, somit arbeiten **in Europa nun knapp 80.000 Menschen bei dm-drogerie markt**“, schließt Werner seinen Lagebericht.

--- --- ---

Unter den folgenden Links finden Sie weitere Informationen zum Jahresabschluss von dm-drogerie markt, sowie zu den Themen, die dm im vergangenen Geschäftsjahr bewegten und künftig bewegen werden:

["Gesamte Pressemappe 2022/2023"](#) ["Ausgezeichnete Leistungen"](#) ["Fakten zu den Geschäftsjahren 2022/2023 und 2023/2024"](#) ["Ökologische Zukunftsfähigkeit"](#) ["Individualität und Gesellschaft"](#) ["Perspektiven für Kinder und Jugendliche"](#) ["Gesund leben"](#) ["Arbeitswelten und New Work"](#)

Die Informationen und das Bildmaterial stehen Ihnen ebenfalls unter den Links zum Download zur Verfügung.

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.

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