



11.11.2021 11:30 CET

Starker Zuspruch für Omnichannel-Retailing bei dm – Kunden würdigen Leistungen wie Corona-Schnelltest-Zentren und Express-Abholung – Umsatz europaweit über 12 Mrd. Euro

dm-drogerie markt ist weiterhin auf der Erfolgsspur. Europaweit erwirtschaftete dm in 13 europäischen Ländern von Deutschland bis Bulgarien im Geschäftsjahr 2020/2021 rund 12,3 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum steigert dm damit den Umsatz um 6,5 Prozent und untermauert seine Position als führender Händler für Drogeriewaren in

Europa.

Auch in Deutschland konnte dm seine Position als beliebtester Drogeriemarkt festigen und im Urteil der Kunden sogar ausbauen. Beim diesjährigen „Kundenmonitor“ mit insgesamt mehr als 16.000 befragten Bürgerinnen und Bürgern erreichte dm die Bestnote aller Einzelhändler bei der sogenannten Globalzufriedenheit und belegte bei der vom Handelsblatt in Auftrag gegebenen Purpose Readiness Studie in allen fünf Kategorien den 1. Platz.

Auch die Experten waren sich einig bei der Beurteilung der dm-Leistung, durch die rasche Einrichtung von Corona-Schnelltest-Zentren beim Lockdown zur Normalisierung des Alltags beizutragen. Die Jury der deutschen Sektion von GS1 Germany verlieh dm vor Kurzem den Efficient Consumer Response Award für den Aufbau eines Netzes von Hunderten von Testzentren, mit dem die Testinfrastruktur in Deutschland signifikant ausgebaut wurde und das Unternehmen seinen Beitrag zur Pandemiebekämpfung leistete.

Der positive Kundenzuspruch in den 2.069 dm-Märkten und der zügige Ausbau des Angebots als Omnichannel-Händler führte zu einer Steigerung des Umsatzes in Deutschland um 5,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und zum Überschreiten der 9-Milliarden-Euro-Schwelle. Einer der Treiber des Omnichannel-Umsatzes war der Service „Express-Abholung im dm-Markt“, der als Click and Collect-Service dem Kundenwunsch nach einem kontaktarmen Einkauf wegen Corona in den dm-Märkten entgegenkam. Der nächste Schritt zum Omnichannel-Anbieter mit einem Express-Lieferservice wurde im gerade abgelaufenen Geschäftsjahr als Test gestartet und wird demnächst ausgeweitet.

Auch wenn Onlineshopping bedingt durch Pandemie und Lockdown einen kräftigen Schub erfahren hat, bilden die 3.862 dm-Märkte in Europa und die 2.069 Märkte, die es Stand 30.09.2021 in Deutschland gibt, weiterhin das Herzstück unseres Handelsunternehmens. Mehr als die Hälfte aller deutschen Haushalte versorgen sich mittlerweile mit Produkten aus einem der dm-Märkte oder durch eine Online-Bestellung, sodass dm seinen Marktanteil am Handel von Drogeriewaren erneut auf nun 23,6 Prozent in Deutschland steigern konnte.

Das Interesse an dm drückt sich auch in den Downloadcharts des App-Stores aus, wo die „Mein dm-App“ regelmäßig an Toppositionen geführt wird. Zudem besuchen mehr als 18 Millionen Menschen jeden Monat den

Onlineshop dm.de, um sich mit Produkten zu versorgen. Im Onlineshop bietet dm rund 18.000 Artikel an, in den dm-Märkten besteht das drogistisch geprägte Sortiment aus mehr als 12.500 Produkten, davon sind rund 3.000 dm-exklusive Artikel, die sich in 28 Eigenmarken gliedern. Durch das rasante Wachstum ist dm der mit Abstand größte Onlinehändler für Drogeriewaren in Deutschland.

Grundlage der positiven wirtschaftlichen Entwicklung sind die 66.076 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Europa, davon 42.663 in Deutschland (Stand 30.09.21), die aufgrund eines konsequenten Ausbildungs- und Schulungskonzepts mit drogistischer Expertise die Kundinnen und Kunden qualifiziert zu Sortimenten und Services beraten können. Auf dieser Basis ist dm-drogerie markt optimistisch in das neue Geschäftsjahr gestartet und wird seine Investitionen gegenüber dem gerade abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich steigern.

Als Handelsunternehmen, das mehrere Kanäle zur Erfüllung der Nachfrage nutzen will, investiert dm mehr als 110 Mio. Euro in die Modernisierung und Digitalisierung der bestehenden dm-Märkte und plant weitere rund 55 neue Märkte in Deutschland. Maxime bleibt weiterhin: „Stärke durch konsequente Kundenorientierung“. Wachstum betrachten wir als Folge exzellenter händlerischer Leistung und setzen deshalb konsequent auf organisches Wachstum. Dies gilt ebenso für den Onlinehandel, der sich auch in Zukunft auf ein leistungsfähiges drogistisches Angebot konzentriert. Um die stark wachsende Nachfrage bewältigen zu können, investiert dm zusammen mit seinem Logistikpartner in ein neues leistungsfähigeres Online-Verteilzentrum im tschechischen Bor.

Über die ökonomischen Aspekte hinaus engagiert sich dm weiterhin konsequent für soziale, kulturelle und ökologische Anliegen der Bürgergesellschaft. Vor Kurzem hat die Bremer Kammerphilharmonie dargelegt, wie wichtig das kooperative Miteinander war, um mit interaktiven Formaten das „MusicLab“ in der Coronaphase weiterzuführen. Und den deutschen Kinderschutzbund unterstützte dm auch im abgelaufenen Geschäftsjahr bei dessen intensiven haupt- und ehrenamtlichen Aufgaben und auch bei seiner Forderung, eine Kindergrundsicherung in Deutschland einzuführen. Besonders erfreut uns die Vereinbarung mit dem Deutschen Hebammenverband, unsere Kooperation fortzuführen, durch die unter anderem der „Stillmeter“ und die „Stillecke“ in den dm-Märkten entstanden sind.

dm hat insbesondere in sein ökologisches Engagement investiert und im März 2021 den ersten Nachhaltigkeitsbericht mit besonderem Augenmerk auf acht Handlungsfelder herausgegeben. Zugleich wurde auch die erste umweltneutrale Marke mit „Pro Climate“ ins Sortiment aufgenommen, die mit wissenschaftlicher Begleitung der TU Berlin entwickelt wurde. dm-drogerie markt will diese gesellschaftlichen Engagements für eine lebenswerte und enkeltaugliche Zukunft konsequent fortführen und ist überzeugt, dass dies in Deutschland und den europäischen Ländern, in denen wir unsere Händlerleistungen anbieten, in gemeinsamen Anstrengungen von dm mit Bürgern und Bürger-Initiativen, Organisationen und nicht zuletzt mit Politikern und Verwaltungen gelingt.

Zu unserer Händlerleistung und unseren Bemühungen für eine funktionierende Gesellschaft und intakte natürliche Lebensgrundlagen sowie zu unseren Plänen für das laufende Geschäftsjahr finden Sie umfassende Informationen in unserer Pressemappe.

Über dm-drogerie markt

Sich in der Gesellschaft einzubringen und diese positiv mitzugestalten, gehört zum Selbstverständnis von dm und den europaweit mehr als 66.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Dazu zählt auch ein respektvoller Umgang mit der Umwelt und ihren Ressourcen. So ist dm eines der ersten Unternehmen, das bereits seit 2015 in vielen Märkten auf kostenlose Plastiktüten verzichtet. Mit Recyclingboxen für die Kunden sorgt dm-drogerie markt zudem für einen nachhaltigen Verwertungsprozess beispielsweise von Energiesparlampen. In seinen Märkten setzt dm auf eine ressourcenschonende Klimatechnik, die den CO₂-Ausstoß um rund 33 Prozent verringert, sowie auf Ökostrom. Wärmepumpensysteme oder Lüftungsanlagen mit Wärmerückgewinnung sind Beispiele für die innovative Haustechnik. Mittlerweile werden über 1.400 dm-Märkte mit der intelligenten Klimatechnik betrieben. Für dieses Konzept hat dm den Chillventa Award erhalten. Das Engagement von dm überzeugt auch die Kundinnen und Kunden, das bestätigen Studien wie der „Kundenmonitor Deutschland 2021“. Mit der Note 1,77 auf die Frage zur 'Globalzufriedenheit' ist dm zum 21. Mal in Folge der beliebteste überregionale Drogeriemarkt Deutschlands und in diesem Jahr sogar der beste Händler im Lebensmitteleinzelhandel. Auch beim kürzlich erschienenen „Einzelhandel-Index 2021“ der internationalen Unternehmensberatung OC&C Strategy Consultants überzeugt dm und wurde zum beliebtesten Händler Deutschlands gewählt. Weitere Informationen auch unter: [dm.de/Nachhaltigkeitsbericht](https://www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht).

Kontaktpersonen



Herbert Arthen

Pressekontakt

Pressesprecher

herbert.arden@dm.de

+49 721 5592 1195