

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Održana godišnja dm konferencija za medije

Uspješna poslovna godina za dm BiH: Ostvaren promet od 489,3 miliona KM

Nastavljen rast, ulaganja i snažan fokus na zajednicu

- Ostvaren rast prometa od 16,17%
- Kroz uvijekpovoljno i program lojalnosti u cijenu uložena 24 miliona KM
- Podržana realizacija 10 ekoloških projekata širom BiH
- Briga o zdravlju žena kontinuirani fokus
- Za razvoj zaposlenika izdvojeno više od 1,8 miliona KM

Sarajevo, 13.11.2025. – Kompanija dm drogerie markt, vodeći lanac drogerija u Bosni i Hercegovini, i ove godine potvrdila je leadersku poziciju na tržištu ostvarivši snažne poslovne rezultate i značajan rast u svim segmentima poslovanja. Rezultati i ključna postignuća predstavljeni su na godišnjoj konferenciji za medije, na kojoj je dm još jednom istaknuo svoju posvećenost kupcima, zaposlenicima i zajednici. Konferencija je održana pod krovom teme #sasvimja – kampanje s važnom porukom koja je pratila sve aktivnosti kompanije u ovoj godini.

Ostvaren rast prometa od 16,17%

Poslovnu godinu 2024/25. dm je zaključio sa ostvarenim prometom od 489,3 miliona KM, što predstavlja rast od 16,17% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu. Uz to, kupci su još jednom potvrdili i svoju lojalnost povećavši broj kupovina za 7,17%. Tokom godine kompanija je nastavila ulagati i u razvoj poslovne mreže te je preuređeno osam dm trgovina, a otvorene su i dvije nove, čime je dm s ukupno 94 trgovine dodatno učvrstio poziciju najvećeg drogerijskog lanca u BiH.

„Ove godine bilježimo snažan rast i stabilnost poslovanja. Ponosni smo što nastavljamo ulagati u naše zaposlenike, kupce i zajednicu, jer upravo oni predstavljaju temelj našeg uspjeha. S ponosom mogu reći da je broj naših zaposlenika dostigao 1.255, a u prošloj godini smo zaposlili 24 nova zaposlenika“, izjavio je Damir Šlosel, direktor dm-a u BiH, i dodao: **„Naš fokus u narednom periodu ostaje na održivom razvoju, kvalitetnim uslugama i projektima koji čine razliku, za naše kupce i zajednicu u cjelosti.“**

Tri puta više razloga za kupovinu

U protekloj poslovnoj godini dm je nastavio ulagati u ono što je kupcima jako važno, kvalitet po povoljnim cijenama i pogodnosti koje olakšavaju svakodnevnu kupovinu. Samo u sniženje cijena proizvoda kroz koncept „uvijekpovoljno“ uloženo je gotovo 11 miliona KM, dok su kupci kroz dm active beauty program lojalnosti ostvarili značajne dodatne uštede.

„Naša posvećenost kupcima ogleda se u konkretnim pogodnostima, od ulaganja u sniženje cijena proizvoda do programa lojalnosti koji danas broji gotovo 520.000 članova. Kroz dm active beauty program lojalnosti iskorišteni su bodovi u vrijednosti višoj od 12 miliona KM, a sakupljeno ih je gotovo 14 miliona KM. Ukupno, 24 miliona KM dm je usmjerio na to da kupovina bude povoljnija, jednostavnija i isplativija za sve kupce“, istakla je Admirisa Isaković, članica Posloводства dm-a u BiH. **„Kada je riječ o asortimanu, dm se s ponosom oslanja na 32 vlastite robne marke, koje zauzimaju 48,33% udjela u prodatim količinama i 34,88% u ukupnom prometu. Najprodavaniji proizvodi dm marke potvrđuju dugogodišnje povjerenje kupaca, koji prepoznaju spoj kvaliteta i pristupačne cijene.“**

Digitalni kanali sve više postaju dio svakodnevne kupovine. Tako je Moj dm aplikaciju u prošloj poslovnoj godini u prosjeku mjesečno koristilo više od 231.000 aktivnih korisnika, a čak 84% online narudžbi realizuje se upravo putem aplikacije. U okviru Moj dm aplikacije kreirana je i nova pogodnost osmišljena s posebnom pažnjom za najmlađe, dm babybonus koji pruža personalizovanu podršku trudnicama i roditeljima djece uzrasta do 3 godine, kroz sadržaje i kupone prilagođene upravo njihovim potrebama i fazama života.

Posebno zanimanje kupaca izazvao je i projekt dmLIVE, koji je u 24 emitovane epizode prosječno privukao više od 8.000 gledalaca po emisiji, donoseći korisne savjete i zanimljive najave novih dm proizvoda.

Zdravlje, zajednica i održivost vrijednosti su koje dm dosljedno živi, a ne samo komunicira.

I ove godine, društvena odgovornost bila je snažno utkana u sve segmente poslovanja kompanije, a po prvi put dm je izradio detaljan Izvještaj o održivijem djelovanju za poslovnu 2023/24. godinu.

U navedenom Izvještaju istaknuto je da dm Bosna i Hercegovina kontinuirano unapređuje svoje poslovanje kroz konkretne mjere usmjerene na zaštitu okoliša i održiviji razvoj. Bilježi se stalni pad potrošnje energije po kvadratnom metru, a solarni paneli već

proizvode energiju na objektima u Ilidži i Mostaru, uz planirana proširenja sistema. Već deset godina dm dosljedno smanjuje ili u potpunosti izbacuje mikroplastiku i sintetičke polimere iz svojih proizvoda, dok je cilj da u narednim godinama najmanje 90% ambalaže bude reciklabilno. Kroz pažljiv odabir sirovina, podršku bioraznolikosti i razvoj proizvoda s manjim ekološkim otiskom, dm potvrđuje svoju dugoročnu posvećenost zaštiti okoliša, dobrobiti zajednice i održivom ekonomskom razvoju.

Veliki broj aktivnosti je bio usmjeren i na brigu o zdravlju žena, o kojem dm govori otvoreno, kontinuirano i s iskrenom željom da napravi promjenu.

„Kampanja posvećena zdravlju žena dosegla je gotovo 250.000 žena širom BiH. Kroz dvije stručne konferencije u Banjoj Luci i Sarajevu, na kojima je učestvovalo 500 gošći i 12 stručnjaka, te kroz tri epizode dm Podcasta o zdravlju žena koje su ostvarile više od 80.000 pregleda, potaknuli smo otvoren razgovor o važnim temama. Ponosni smo i što je osma dm ženska utrka okupila 3.000 učesnica, zahvaljujući čemu je dm donirao 3.000 pakovanja Jessa higijenskih uložaka sigurnim kućama u BiH“, istakla je Emina Mušinović, članica Posloводства dm-a u BiH.

Briga o zajednici i planeti ostala je jednako važan dio dm priče. Kroz kampanju „{ZAJEDNO} za bolje sutra – ECO EDITION“, dm je podržao deset ekoloških projekata širom zemlje, s ukupno 60.000 KM. Dok je tradicionalni Giving Friday ponovo pokazao snagu zajedništva kupaca i dm-a te je prikupljeno 67.000 KM, čime je osigurano više od 11.000 obroka za korisnike 25 narodnih kuhinja. U akciji je učestvovalo i 40 dm zaposlenika koji su volonterskim angažmanom pomogli u pripremi dijela obroka. Od početka kampanje do danas, vrijednost doniranih obroka premašila je 285.000 KM.

Briga o zaposlenicima i njihovom razvoju ostaje jedno od ključnih opredjeljenja kompanije dm. Samo u protekloj poslovnoj godini uloženo je više od 1,8 miliona KM u razvoj i edukaciju zaposlenika, uz kontinuirani rast plata i unapređenje radnih uslova. Ovakav pristup potvrđuje dugoročni cilj kompanije, a to je stvaranje sigurnog i poticajnog radnog okruženja u kojem se cijeni balans između poslovnog i privatnog života.

Posvećenost zaposlenicima prepoznata je i van kompanije, dm je jedanaesti put proglašen najpoželjnijim poslodavcem u Bosni i Hercegovini. To dodatno potvrđuje filozofiju „Živjeti posao drugačije“, koju dm svakodnevno primjenjuje kroz raznovrsne benefite poput 13. plate, regresa u visini plate, poklon kartica, redovnih sistematskih i stomatoloških pregleda, dodatnih edukacija, te aktivnosti kao što su Obiteljski dan ili plaćeni slobodan dan na prvi dan škole. Dodatno, činjenica da svake godine više desetina zaposlenica koristi plaćeno porodiljsko odsustvo potvrđuje da dm gradi radnu kulturu zasnovanu na podršci i razvoju.



Jubilej i novi planovi

Kompanija dm u 2026. godini proslavlja 20 godina poslovanja u Bosni i Hercegovini, a jubilej će biti obilježen aktivnostima posvećenim zaposlenicima, kupcima i zajednici. U novoj poslovnoj godini dm BiH planira ulaganja od 14,5 miliona KM, s fokusom na razvoj zaposlenika i daljnje ulaganje u održivi razvoj.



Više informacija o dm drogerie markt d.o.o.

dm je na bosanskohercegovačkom tržištu prisutan od juna 2006. kada je otvorena prva dm trgovina u sarajevskom naselju Dobrinja. Za 19 godina dm se sa više od 1.200 zaposlenika i 94 trgovine u 48 gradova te distribucijskim centrom u Sarajevu pozicionirao kao vodeća kompanija u kategoriji drogerija. U poslovnoj godini 2024/25. dm je u Bosni i Hercegovini ostvario promet od 489,3 miliona KM. Asortiman dm-a obuhvata gotovo 14.000 proizvoda etabliranih svjetskih i domaćih proizvođača, među kojima su 32 dm robne marke kao što su Balea, alverde, Mivolis, trend !t up, Denkmit, babylove, dmBio i druge. U cjelokupnom asortimanu posebno mjesto zauzimaju organska hrana, prirodna kozmetika i ekološki prihvatljivi proizvodi.

dm u BiH imidž Najpoželjnijeg poslodavca, priznanja koje mu je dodijeljeno jedanaest puta, od toga devet puta zaredom, gradi kontinuiranom brigom o zaposlenicima te im, uz brojne pogodnosti kao što su redovni sistematski i stomatološki pregledi, školovanja i edukacije, svake godine isplaćuje regres i 13. platu.

Saopštenja za javnost na raspolaganju su Vam na <https://www.dm-drogeriemarkt.ba/pr-imeriji/saopstenja-za-medije>, a arhiva fotografija na <https://www.dm-drogeriemarkt.ba/pr-imeriji/fotografije-za-medije>.

Za više informacija molimo Vas kontaktirajte:

Ajla Hadžić, menadžer Marketinga, dm drogerie markt d.o.o.

Tel: 033/778-300, e-mail: ajla.hadzic@dm-drogeriemarkt.ba

Alena Kulenović - Delić, PR Director, agencija McCann

Tel: 033/267-121, e-mail: alena.kulenovic@mccann.ba