

TISKOVÁ ZPRÁVA

Termín zveřejnění: 24. října 2019, 12:00 hod.

Výrazný růst obratu o 11 % a stoupající obliba u zákazníků

Bilanční tisková zpráva 2018/19: dm upevňuje svou pozici na trhu

ČESKÁ REPUBLIKA:

- *Obrat 10,584 mld. CZK (plus 11,15 %) při mírně zvýšeném počtu prodejen*
- *dm opakovaně vítězí ve spotřebitelských i odborných průzkumech*
- *Rozsáhlé investice do modernizace prodejen, logistiky i digitalizace*
- *Trvalá udržitelnost napříč sortimentem i interními procesy*

dm koncern:

- *62.061 spolupracovníků ve 3.668 prodejnách dosáhlo obratu 11,195 mld. EUR*

České Budějovice, 24. října 2019. Navýšením obratu o 11,15 % na 10,58 miliard CZK se společnost dm drogerie markt Česká republika spokojeně ohlíží za velmi úspěšným uplynulým obchodním rokem 2018/19 (1. října 2018 – 30. září 2019). Stejně jako v předchozích letech představuje tento nárůst důležitý krok v posílení postavení společnosti dm na českém drogistickém trhu. Dynamického navýšení obratu bylo dosaženo při mírně zvýšeném počtu prodejen (+ 4 prodejny na 232 prodejen). Tím bylo v České republice za uplynulý obchodní rok vytvořeno 52 nových pracovních míst (z původních 3.341 na aktuálních 3.393 spolupracovníků). Do rozšíření a modernizace prodejní sítě investovala společnost dm 227 mil. CZK, díky kterým prošlo regenerací či refreshingem 32 českých prodejen dm a 4 prodejny byly nově otevřeny. Pokračovaly i investice do digitalizace a do logistiky. Začátkem roku 2019 byl zahájen projekt na rozšíření skladovacích prostor a aktuálně zahajuje společnost dm provoz nového skladu v Divišově určeného pro velkoobjemové zboží. V oblasti digitalizace investovala společnost dm v uplynulém období do internetového připojení prodejen nové generace.

„Tento nanejvýš potěšitelný výsledek je důsledkem permanentního procesu obnovy ve všech oblastech našeho ekonomického společenství, kdy je cílem každého spolupracovníka dm potřeby zákazníků nejen

naplnit, ale dokázat zákazníky nadchnout pro nové myšlenky a zaujmout je novými nabídkami nebo službami," uvádí Gerhard Fischer, předsedající jednatel společnosti dm Česká republika, který je pyšný na společný výkon svého více než třítisícového týmu spolupracovníků.

Na stupních vítězů pro nejoblíbenější značky českých spotřebitelů

Že se společnosti dm na českém trhu daří, ukazuje nejen pozitivní hospodářský vývoj, ale také výsledky mnoha nezávislých studií. Společnosti dm se podařilo obhájit loňské vítězství v soutěži Mastercard Obchodník roku 2018, kde zvítězila v oborové kategorii „Obchodník s drogerií a parfumerií“. Poprvé se v uplynulém roce vybrané prodejny dm zapojily do soutěže Diamantová liga kvality, kterou pořádá Svaz obchodu a cestovního ruchu. Všech osm přihlášených prodejen si odneslo vysoká hodnocení, nejúspěšnější prodejnou se stala prodejna dm Velký Týnec v obchodním centru Olympia Olomouc, která si odnesla ocenění „Za vynikající kvalitu“ České společnosti pro jakost a téměř maximální možné bodové hodnocení. Svou pozici obhájila společnost dm i coby „Nejdůvěryhodnější značka“ v kategorii „Drogerie“, když počtvrté v řadě získala toto ocenění, které uděluje společnost ATOZ marketing. Již po sedmé v řadě se společnost dm hrdě hlásí k vítězství v Czech Superbrands. Toto ocenění uděluje odborná komise Brand Council a je uznáním vynikajícího postavení značky na lokálním trhu. Výčet získaných ocenění pro dm v uplynulém období doplňuje také renomovaná studie Store Equity Index (SEI) výzkumné agentury Nielsen (Shopper Trends Report 2018-2019): Podle výsledků této studie potvrdila dm drogerie markt svou vedoucí pozici na českém trhu maloobchodních drogistických řetězců ziskem vysokého indexu 3,8. Hodnotami indexu vyššími než 3 se vyznačují „velmi silné značky“ na trhu. Svaz obchodu a cestovního ruchu aktuálně na konferenci Obchodník a platba ocenil společnost dm v oblasti digitalizace udělením 3. místa v kategorii Obchodní řetězce za inspirativní a novátorské řešení, kdy všichni spolupracovníci prodejen byli vybaveni smartphony, které nahradily dosud používané specializované mobilní terminály. Smartphony nabízí podporu při mnoha procesech zbožího hospodářství prodejen, zároveň vytváří základy pro nové možnosti komunikace a mohou dobře sloužit také jako podpora při kontaktu se zákazníkem.

Dynamický růst všech zemí dm koncernu

Také mateřská společnost dm Rakousko se všemi svými dceřinými společnostmi se může za uplynulý obchodní rok pyšnit úspěchem. Navýšením o 9 % se vyšplhal její obrat na 2.828 mil. EUR (kurzově neočištěno; kurzově očištěno 2.814 mil. EUR, +9,4 %). Tento silný růst byl provázen také vytvořením 1.006 nových pracovních míst. Aktuálně pracuje v 1.673 prodejnách (+ 63) v České republice, Rakousku, Slovensku, Maďarsku, Slovinsku, Chorvatsku, Srbsku, Bosně a Hercegovině, Rumunsku, Bulharsku, Severní Makedonii a Itálii 21.407 spolupracovníků. Do obnovy a rozšíření prodejní sítě investovala společnost dm 83,9 mil. EUR.

Celá skupina dm včetně dm Německo dosáhla obratu 11.195 mil. EUR (+ 4,6 %) a zaměstnává v současné chvíli 62.061 spolupracovníků. Ve 13 zemích Evropy reprezentuje dm 3.668 prodejen (+ 102 prodejních míst, + 2,9 %).

Důraz na zásady trvalé udržitelnosti

Působit ve svém okolí vždy příkladně a jednat zodpovědně patří k základním pilířům filozofie společnosti dm drogerie markt. S těmito principy se ztotožňuje také celá řada jejích zákazníků. V sortimentu čítajícím více než 13.500 položek zaměřila dm v uplynulém obchodním roce pozornost na komunikaci širokého portfolia produktů šetrných k přírodě. V červnu představila dm rozsáhlou tříměsíční kampaň nazvanou „Vědomá volba“, jejímž prostřednictvím poukazovala na skutečnost, že změna v chování směrem k udržitelnějšímu způsobu života je snadnější, než se možná zdá a že zákazníci mají při svém nákupu možnost volby. Komunikační kampaň postupně představila šetrné alternativy konvenčních produktů zejména ze sortimentu čistících prostředků, přírodní kosmetiky a v poslední fázi zaměřila svou pozornost na výhody biopotravin. Produkty, které svým složením přispívají k trvalé udržitelnosti, zákazníci v dm snadno poznají díky zeleným cenovkám, jimiž jsou produkty v prodejnách opatřeny. Smysl tohoto značení dm komunikuje také prostřednictvím krátkých online videí, která jsou ke zhlédnutí na YouTube kanálu dm nebo na sociálních sítích. S ohledem k trvale udržitelnému přístupu k přírodě dm učinila opatření ke snížení spotřeby plastu. Proto byly postupně ve všech prodejnách dm, které disponují aquamaty, nahrazeny plastové kelímky na vodu ekologicky šetrnější variantou z povoskovaného papíru. Společnost dm v rámci kampaně Vědomá volba přistoupila také k opatření, jehož cílem bylo ze sortimentu postupně odstranit všechny jednorázové plastové a nylonové tašky. Jejich odstraněním společnost dm ročně uchrání přírodu před 63 tunami plastového odpadu. V současné době tak zákazníci již v prodejnách dm jednorázové plastové tašky nenajdou, vybírat však mohou z bohaté nabídky opakovaně použitelných bavlněných tašek či permanentních pevných tašek z recyklátu.

„Zelené inovace“ v sortimentu dm značek

Paralelně k uvádění značkových produktů dodavatelských značek posiluje dm v aspektech trvalé udržitelnosti také sortiment vlastních značek: Vlhčený toaletní papír Sanft&Sicher je vyráběn z přírodních vláken zcela bez přídavků chemických složek a umělých částic. Z toho důvodu je 100% biologicky odbouratelný. Dalším produktem přispívajícím k trvalé udržitelnosti je např. alverde dřevěný zubní kartáček, který je vyroben ze 100 % z obnovitelných přírodních zdrojů, nebo třeba pevné šampony přírodní kosmetiky alverde v papírových obalech. To všechno a mnohé další jsou příklady přibývajících „zelených inovací“ v sortimentu dm značek. Také sortiment dm značky dmBio se rozšířil o bezlepkovou řadu produktů, aby tak umožnil zdravé



stravování v biokvalitě i lidem trpícím intolerancí lepku. Část sortimentu dmBio nabízí navíc biopotraviny splňují certifikaci Demeter. Produkty označené touto pečetí musí splňovat ještě vyšší nároky na kvalitu a jsou vyráběny v souladu s tzv. biodynamickým zemědělstvím.

Pro mužskou cílovou skupinu vyvinula společnost dm v první polovině roku zcela nový koncept: SEINZ. Prémiová značka produktů péče o pleť, holení a stylingu boduje vedle vizuální stránky produktů také v oblasti trvalé udržitelnosti. Mnohé obaly produktů jsou totiž vyrobeny z recyklovaných materiálů, např. černé obaly šamponů a sprchových gelů až z 97 % z recyklátu. Část obrátu z prodejů kosmetiky SEINZ. navíc putuje projektu „Plastic Bank“, organizaci, která bojuje proti chudobě a znečišťování planety v rozvojových zemích, kde mohou lidé nasbíraný plastový odpad vyměnit za peníze, potraviny, poukazy na vzdělávání nebo bezplatný přístup na internet.

Velký posun směrem k redukci plastů přinesla dm na jaře letošního roku, kdy na prvních dvou prodejnách v Praze odstartovala pilotní provoz plnicích stanic na ekologické prací a čisticí prostředky. Díky velkému ohlasu ze strany zákazníků byl počet prodejen disponujících plnicími stanicemi po čtvrtletním zkušebním provozu zdvojnásoben. I pro následující obchodní rok plánuje společnost dm rozšířit počet prodejen s plnicími stanicemi, aby byly dostupné pro větší spektrum zákazníků. Koncept plnicích stanic funguje kromě České republiky v dalších 3 zemích koncernu: v Rumunsku, na Slovensku a v Rakousku, odkud byl úspěšný projekt převzat.

Pod heslem „Velcí pomáhají malým“ představila dm na konci září novou iniciativu s názvem dmSTART. Jejím prostřednictvím chce dát společnost šanci odstartovat podnikatelský úspěch malým producentům a těm nejúspěšnějším z nich nabídnout prostor pro prezentaci v prodejnách dm. Zájemci se mohou hlásit až do konce ledna 2020. Z nich následně vybere společnost dm prostřednictvím odborné poroty ty nejlepší, kterým nabídne zařazení produktu do sortimentu a marketingovou podporu.

Trvalá udržitelnost ruku v ruce s modernizací prodejen

Často jsou to malé věci, které společně dokáží vytvářet velké změny. Ty malé věci v tomto případě představuje nové LED osvětlení v prodejnách dm. Společně se Strabag Property & Facility Services GmbH vyvinula společnost dm „LED-Retrofit“ Modul, který šetří nejen o 45 % energie víc než tradiční zářiče, ale oslňuje i jinými schopnostmi. Při potřebě výměny svítidel je totiž velká část z nich recyklovatelná. Novým úsporným LED osvětlením disponuje již více než 30 prodejen dm v České republice, využívají je ale také ostatní země koncernu. Tato inovace získala v Rakousku v prosinci 2018 prestižní ocenění Green & Blue Building Award.

Další milník byl zasazen na začátku roku, kdy byla na střeše centrálního skladu Jihlavě instalována fotovoltaická elektrárna. Ta při plném provozu vyrobí až 232 kW/h, což je množství energie potřebné pro osvětlení přibližně 36 prodejen dm. Ročně pokryje zelená energie asi 20 % celkové spotřeby logistického centra. Na výstavbu nové FVE byly využity dotační prostředky z Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost, programu Úspory energie, III. Výzvy na FVE – Instalace FVE dm drogerie markt s.r.o., Logistické centrum Jihlava – jedná se o dodávku financovanou z Operačního programu podnikání a inovace pro konkurenceschopnost s registračním číslem projektu: CZ.01.3.10/0.0/0.0/17_138/0011671.

{SPOLEČNĚ} neseme společenskou odpovědnost

V uplynulém obchodním roce představila dm další z řady společensky odpovědných aktivit: Giving Friday. Ten pozměnila z tradičního slevového šílenství na den, kdy se pomáhá. Společnost dm věnovala 5 % z obratu uskutečněného dne 23. 11. 2018 v kamenných prodejnách i v rámci online shopu 20 vybraným organizacím, které podporují děti a mládež ve smysluplném využití volného času a osobnostním rozvoji. Celkem tak dm mezi organizace z celé České republiky rovnoměrně rozdělila 1,7 milionu CZK. V letošním roce se uskutečnil již devátý ročník preventivního programu Veselé zoubky, který se zaměřuje především na osvětu v oblasti zubní péče u prvňáčků základních škol. V letošním roce bylo proškoleno dalších 50.000 dětí. Více než 390 spolupracovníků využilo v letošním obchodním roce příležitost, aby věnovali jeden svůj pracovní den dobrovolnické činnosti a podpořili tak nejrozličnější spolky a organizace ve svém okolí.

dm je oblíbený zaměstnavatel

Udržitelnost a s ní spojené vědomí vzájemné zodpovědnosti v rámci dm společenství jsou viditelné také díky opatřením, která společnost dm vyvíjí a nabízí svým spolupracovníkům. Ať už jsou to zkrácené pracovní úvazky, jež oceňují zejména rodiče malých dětí, nebo rozmanité možnosti osobnostního i odborného vzdělávání: Pro své spolupracovníky vytváří dm rámcové podmínky, ve kterých může každý jednotlivec jednat odpovědně vůči sobě i společnosti a vnášet do pracovního týmu vlastní iniciativu.

Na základě podnětů spolupracovníků zavedla dm v oblasti work-life-balance také tzv. teleworking, tedy práci na dálku, pro spolupracovníky jejichž obsah pracovní činnosti toto umožňuje. Společnost dm investovala v této souvislosti do nutného software a hardware 7 mil. CZK. Jedná se o vítanou možnost, díky které je možné snadněji skloubit pracovní a osobní život.

Optimální rámcové podmínky pro další vzdělávání a rozvoj

Zásadní vliv na spokojenost spolupracovníků má bohatá nabídka odborného a osobnostního vzdělávání v rámci dalšího vzdělávání. Od klasického semináře „Projektový management“ přes moduly „dm poradce“ až po semináře „Komunikace se zákazníkem“. Roční nabídka zahrnuje na 59 workshopů a bude postupně doplňována o moderní digitální výukové programy, které budou spolupracovníkům k dispozici v aplikaci „dm Lernwelt“. Tu bude mít každý spolupracovník k dispozici ve svém počítači nebo smartphonu a bude si tak moci sám řídit své vzdělávání a vyhledávat informace kdykoliv a odkudkoliv.

dm neustále zvyšuje kvalitu vzdělávání

Nejen v České republice, ale i mezinárodně se dm zasazuje o cíl zvyšovat kvalitu vzdělávání v profesní kvalifikaci Drogista. Již v roce 2016 vzkřísila dm mezinárodní vzdělávání v tomto oboru. Díky pilotnímu projektu, který vznikl ve spolupráci s Hospodářskou komorou Rakouska, má v zemích střední a jihovýchodní Evropy, kde dm působí, zavést a posílit profesní obraz kvalifikovaných drogistů. V České republice absolvovalo v loňském roce tzv. dm akademii prvních 20 spolupracovníků z řad dm a první ročník úspěšně absolvovalo 18 z nich. Spolupracovníci si prostřednictvím dm akademie zvyšují svou kvalifikaci, a i díky tomu se stávají kompetentnějšími poradci zákazníkům.

Foto 1: Do modernizace prodejní sítě investovala společnost dm v uplynulém obchodním roce 227 mil. CZK

Foto 2: Šetrné alternativy produktů zákazníci snadno poznají díky zeleným regálovým cenovkám

Foto 3: „Zelené inovace“ v sortimentu dm značek

O společnosti dm drogerie markt Česká republika

dm drogerie markt s.r.o. v České republice zahájila činnost v roce 1992 jako 100% dceřiná společnost dm drogerie markt GmbH Rakousko. V roce 1993 otevřela svou první prodejnu v Českých Budějovicích. Společnost sídlí v Českých Budějovicích. Svých 232 prodejen zásobuje po celé České republice ze svého logistického centra v Jihlavě. Jednateli společnosti jsou Gerhard Fischer, Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3.393 spolupracovníků. V obchodním roce 2018/2019 vykazala dm v České republice obrát ve výši 10,584 mld. CZK a upevnila tak své postavení jedničky na trhu specializovaných drogerií. Na trh uvádí mimo jiné dm značky Balea, alverde přírodní kosmetika, babylove, Mivolis, Denkmit, SUNDANCE, Visiomas, dmBio, trend IT UP či nejnovější SEINZ.

Tiskové zprávy a fotografie v tiskové kvalitě společnosti dm naleznete v [dm presscentru](https://www.dm.cz/presscentrum).

V případě zájmu o další informace kontaktujte:

Ing. Jiří Peroutka
Manažer komunikace
T +420 387 748-220
M +420 739 531-696
jiri.peroutka@dm.cz
www.dm.cz
www.facebook.com/dm.cesko

Krátký portrét dm drogerie markt s.r.o.

Stav k 30. 9. 2019

Obrat

	OR 2016/17	OR 2017/18	OR 2018/19
dm Česká republika	8 527 mil. CZK 328 mil. EUR*	9 522 mil. CZK 368 mil. EUR*	10 584 mil. CZK 410 mil. EUR*
dm Rakousko, vč. dceřiných společností	2 402 mil. EUR*	2 595 mil. EUR*	2 828 mil. EUR*
Dceřiné společnosti dm Rakousko	1 498 mil. EUR*	1 673 mil. EUR*	1 863 mil. EUR*
Skupina dm, vč. dm Německo	10 259 mil. EUR*	10 701 mil. EUR*	11 195 mil. EUR*

*obrat uveden podle kurzu k 30. 9. 2019

Počet prodejen

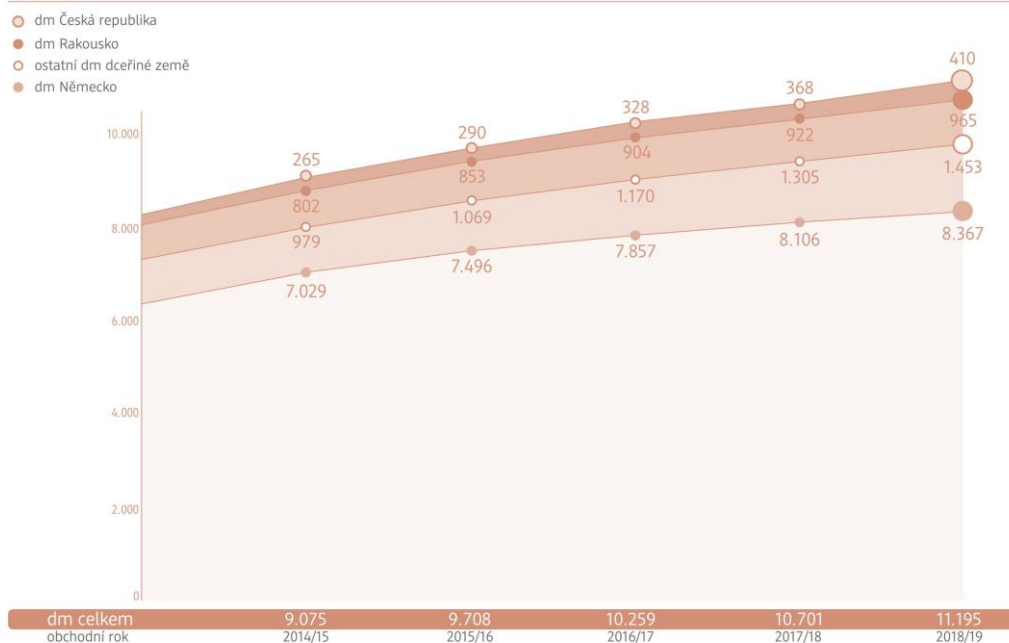
	OR 2016/17	OR 2017/18	OR 2018/19
dm Česká republika	224	228	232
dm Rakousko, vč. dceřiných společností	1 572	1 610	1 671
Dceřiné společnosti dm Rakousko	1 181	1 221	1 283
Skupina dm, vč. dm Německo	3 464	3 566	3 668

Počet spolupracovníků

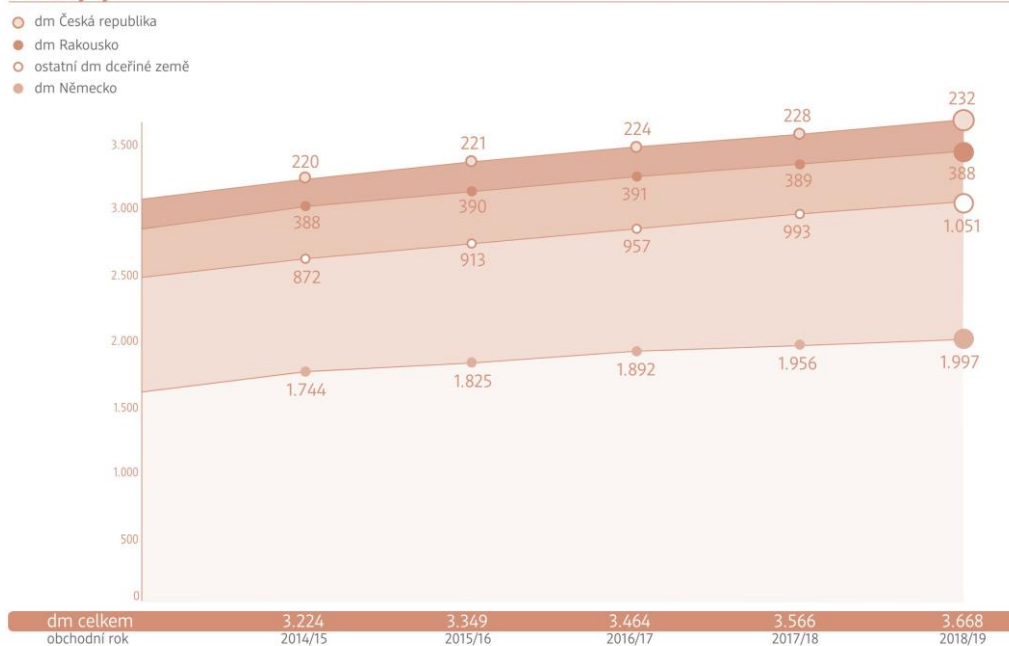
	OR 2016/17	OR 2017/18	OR 2018/19
dm Česká republika	2 830	3 341	3 393
dm Rakousko, vč. dceřiných společností	19 140	20 401	21 407
Dceřiné společnosti dm Rakousko	12 377	13 573	14 419
Skupina dm, vč. dm Německo	59 046	61 721	62 061

Krátký portrét dm drogerie markt s.r.o. Stav k 30. 9. 2019

Obrat

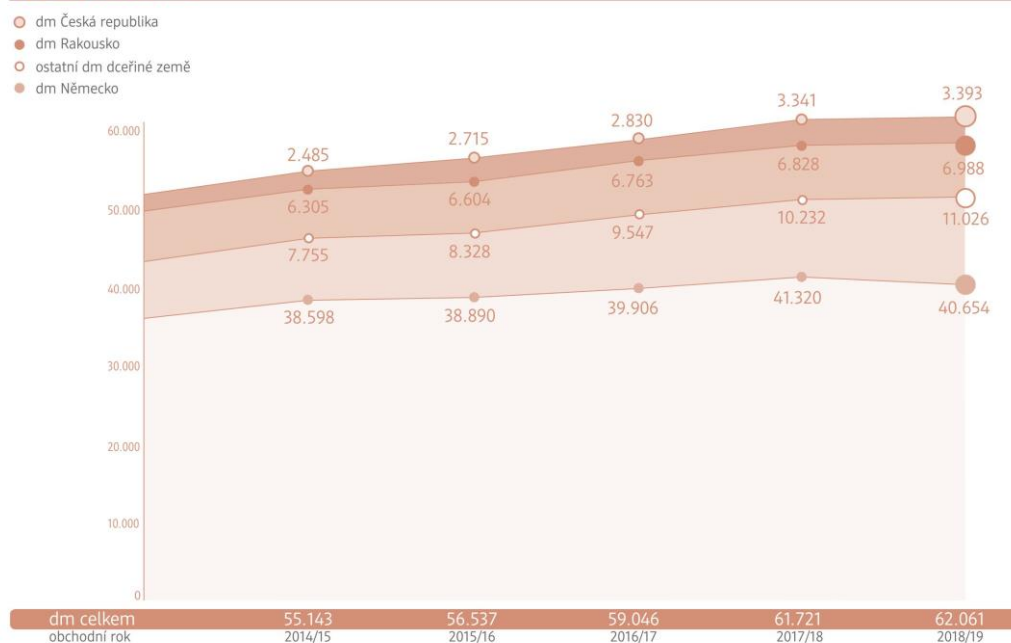


Prodejny



Krátký portrét dm drogerie markt s.r.o. Stav k 30. 9. 2019

Spolupracovníci



dm Česká republika

Vedení společnosti:

Gerhard Fischer

předsedající jednatel společnosti

Martina Horká

jednatelka společnosti, vedoucí resortu marketingu a nákupu,
regionálně zodpovědná

Markéta Kajabová

jednatelka společnosti, vedoucí resortu expanze,
regionálně zodpovědná

Veronika Skusilová

prokuristka společnosti, vedoucí resortu financí a controllingu a ISM
regionálně zodpovědná

Alena Střížová

prokuristka společnosti, vedoucí resortu lidských zdrojů,
regionálně zodpovědná

Petr Vaněček

prokurista, vedoucí resortu logistiky, regionálně zodpovědný

Struktura

Prodejny jsou v dm Česká republika rozděleny do 5 regionů. Pět členů vedení zodpovídá kromě svěřeného resortu také za konkrétní region:

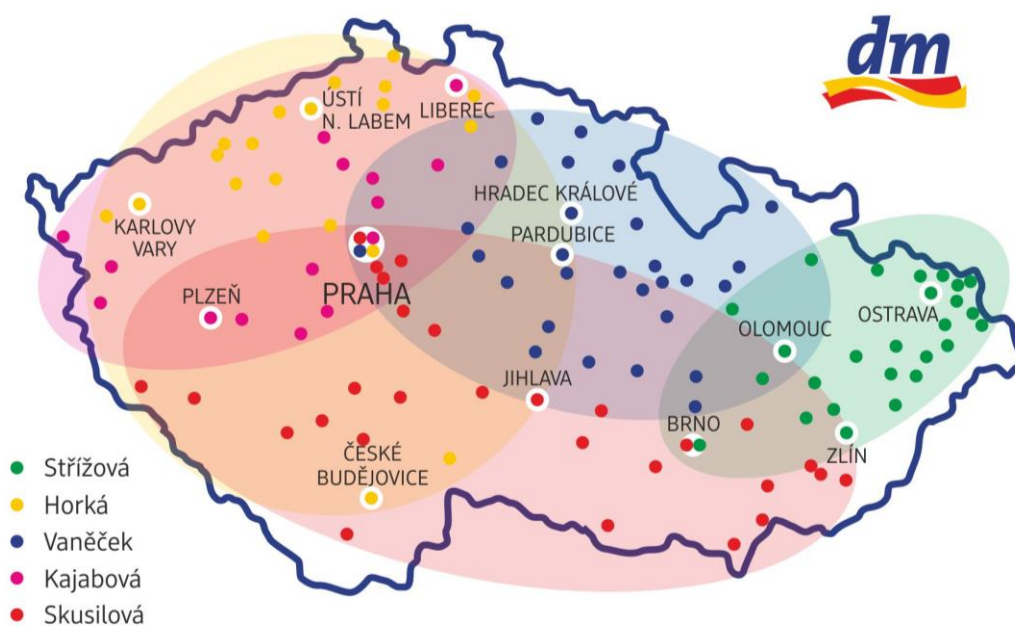
Region Kajabová

Region Horká

Region Skusilová

Region Střížová

Region Vaněček



dm v Evropě Stav k 30. 9. 2019



Dceřiné společnosti dm Rakousko

	Počet prodejen	Počet spolupracovníků
Česká republika	232	3 393
Maďarsko	260	2 989
Slovensko	146	1 538
Slovinsko	84	740
Chorvatsko	161	1 985
Srbsko	97	1 022
Bosna a Hercegovina	74	709
Rumunsko	105	867
Bulharsko	80	747
Severní Makedonie	16	138
Itálie	28	291
Celkem	1 283	14 419

dm značky

	Přírodní kosmetika pro péči o obličej, tělo a vlasy; dekorativní kosmetika; péče o dítě; pánská kosmetika.		Ústní hygiena.		Pánská kosmetika, styling, holení.
	Péče o dítě; plenky, dětská výživa.		Vata a ubrousky; hřebeny a kartáče; vlasové doplňky; wellness výrobky.		Dekoratивní kosmetika a příslušenství.
	Péče o obličej, tělo, nohy a vlasy; profesionální vlasová péče.		Dámská hygiena.		Proteinové produkty pro sportovce.
	Péče o obličej a tělo muže; vše pro holení.		Fotofilmy, zpracování fotografií, fotopříslušenství		Opalovací prostředky, péče po opalování; sluneční brýle.
	Barvy na vlasy.		Ubrousky, svíčky, dárkový papír a další vybavení domácnosti.		Ochrana proti bodavému hmyzu.
	Potravinové doplňky.		Toaletní papír.		Brýle na čtení; péče o kontaktní čočky.
	Krmivo a doplňkový sortiment pro zvířata.		Papírové kapesníčky.		Barvy na vlasy.
	Prací a čistící prostředky.		Kuchyňské role.		Dekoratивní kosmetika a příslušenství.
	Biopotraviny.		Vlasová a tělová péče pro děti.		Dekoratивní kosmetika a příslušenství.

Exkluzivní značky



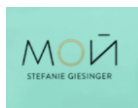
Vlasová
péče
a styling.

LVLY

Pleťová
péče.

**STRASSEN^{LP}
KICKER.**

Pánská
tělová
hygiena.



Péče o pleť.