



Indem wir jeden Einzelnen stärken,
stärken wir das Ganze.

Verbindende Organisationsstruktur



„Am Anfang war dm ein Traum,
genauer gesagt: mein Traum.“

Götz W. Werner,
Gründer von dm-drogerie markt

Wenn aus einer Idee — **Wirklichkeit** wird

Mit der Eröffnung des ersten dm-Markts 1973 in Karlsruhe legte Götz W. Werner den Grundstein für ein Unternehmen, das ganzheitliches unternehmerisches und soziales Denken in den Mittelpunkt stellt.

Respekt vor der Individualität des Menschen und die Bewusstseinsbildung für nachhaltiges Handeln wurden zur Grundlage für den Erfolg von dm-drogerie markt. Heute ist dm Deutschlands umsatzstärkster Drogeremarktfilialist. Mit unserem Angebot richten wir uns an eine bewusst einkaufende Stammkundschaft und sind mit unseren 2.024 dm-Märkten deutschlandweit vertreten – mit der höchsten Marktdichte im Westen und Südwesten (Stand 30.09.2020).

Mehr als 1,7 Millionen Kunden kaufen täglich in unseren dm-Märkten ein. Im Geschäftsjahr 2019/20 besuchten zudem täglich mehr als eine halbe Million Menschen unseren Onlineshop auf dm.de. Unseren Kunden bieten wir exzellente drogistische Kompetenz und ein vielfältiges drogistisches Sortiment,

Täglich kaufen über 1,7 Millionen Kunden in unseren dm-Märkten ein.



1973 eröffnete der erste dm-Markt in Karlsruhe.

das seine Schwerpunkte auf Schönheit, Gesundheit, Pflege und Ernährung legt. In den dm-Märkten umfasst es rund 12.500 Produkte, das Sortiment des Onlineshops bietet mehr als 18.000 Artikel an (siehe „Sortimentsgestaltung“). Daneben

können unsere Kunden zahlreiche dm-Services nutzen, wie beispielsweise kostenfreies Kunden-WLAN in den dm-Märkten, kontaktloses Bezahlen, das dm-Magazin alverde oder unser Familienprogramm glückskind.

Wir sind dm — 40.000 Menschen

In Deutschland arbeiten 40.432 Menschen bei dm, davon sind 3.398 Mitarbeiter in Ausbildung (Stand 30.09.2020). Hinter diesen Zahlen stehen Menschen, Individuen mit ihren persönlichen Bedürfnissen und Anforderungen, die wir innerhalb unserer Arbeitsgemeinschaft bestmöglich berücksichtigen möchten. So haben bei uns alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die arbeitsvertragliche Zusage, dass die jeweils aktuellen, für sie anwendbaren Mantel- und Gehaltstarifverträge des Einzelhandels gelten. Zudem gibt es viele Leistungen, die über den tariflichen Anspruch hinausgehen.

Innerhalb unserer Arbeitsgemeinschaft leben wir eine begegnungsorientierte Unternehmenskultur, in der Inklusion und Diversität als bereichernd empfunden werden. Menschen aus über 100 Nationen arbeiten bei uns. Wichtig ist uns zudem die persönliche Weiterentwicklung unserer Kolleginnen und Kollegen, weshalb wir jeden individuell fördern – im Hinblick auf seine fachlichen Kenntnisse und seine persönliche Entwicklung. Weitere Informationen hierzu sind in den Kapiteln „Arbeitsgemeinschaft“ und „Aus- und Weiterbildung“ zu finden.

Seit 2002 gibt es bei dm einen Betriebsrat, seit 2003 eine Jugend- und Auszubildendenvertretung sowie einen mitbestimmenden Aufsichtsrat. Eine Schwerbehindertenvertretung existiert im Unternehmen seit über 15 Jahren.

Wie wir unsere Zusammenarbeit organisieren

In sieben dm-Regionen betreuen insgesamt 78 Gebietsverantwortliche jeweils 20 bis 30 dm-Märkte, stehen diesen beratend

zur Seite und sind das Bindeglied zwischen den dm-Märkten eines Gebietes und dem Unternehmenssitz. Jeder der 2.024 dm-Märkte in Deutschland wird von einem festen Team aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Voll- und Teilzeit geführt. Sie machen die Unternehmenskultur von dm vor Ort für unsere Kunden erlebbar.

In den Verteilzentren sorgen rund 3.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dafür, die eingehende Ware pass- und zeitgenau

Unsere sieben dm-Regionen



für die einzelnen dm-Märkte zusammenzustellen. Damit gewährleisten sie, dass das breite Sortimentsangebot stets zur richtigen Zeit am richtigen Ort verfügbar ist. Um dem wachsenden Bedarf gerecht zu werden, wurde neben den Verteilzentren im badischen Waghäusel, in Weilerswist bei Köln und dem Textil-Verteilzentrum in Karlsruhe im Mai 2020 ein neues Verteilzentrum in der brandenburgischen Gemeinde Wustermark in Betrieb genommen.

In Karlsruhe befindet sich der Sitz des Unternehmens – das dm-dialogicum, welches im Juli 2019 offiziell eröffnet wurde und in dem mehr als 2.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig sind. Die Mitarbeiter der deutschen dm-Gesellschaften sind innerhalb der sieben dm-Ressorts für die Sortimentsgestaltung, die Entwicklung und den Einkauf unserer dm-Marken, die Finanzen, die Logistik, den Bau und Erhalt der dm-Märkte und die technische Infrastruktur (dmTECH) zuständig sowie mit dem Mitarbeitermanagement betraut. Da unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im dialogicum und in den Verteilzentren die Arbeit der Teams in den dm-Märkten unterstützen, sprechen wir hierbei nicht von der Unternehmenszentrale, sondern von den filialunterstützenden Diensten.

Jeder ressortverantwortliche Geschäftsführer ist auch für eine Region zuständig.

Führung mit Herz und Weitblick

Die Geschäftsführung entscheidet über strategische Fragen – beispielsweise auch in Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit. Seit dem 19. September 2019 ist Christoph Werner, Sohn des Unternehmensgründers Götz W. Werner, Vorsitzender der dm-Geschäftsführung. Sieben weitere Geschäftsführer sind jeweils für eine dm-Region sowie für einen Unternehmensbereich, bei uns Ressort genannt, verantwortlich. Ziel dieser Organisationsstruktur, die bei dm seit Beginn der 1990er-Jahre gilt, ist es, die Aktivitäten in den Ressorts und in den dm-Märkten enger zu verknüpfen. Diese Verbindung schafft in der Geschäftsführung ein besseres Bewusstsein dafür, wie die Filialunterstützenden Dienste unsere Mitarbeiter in den dm-Märkten bestmöglich unterstützen können. Der Betriebsrat begleitet als Organ der Mitbestimmung die Weiterentwicklung des Unternehmens.

Um mit Weitblick handeln zu können, tauschen sich die Geschäftsführer regelmäßig in der Geschäftsleitungskonferenz (GLK) zu übergeordneten Fragestellungen aus. Jährlich entwickeln sie im Rahmen der Unternehmens-Perspektivplanung gemeinsam konkrete Profilierungsziele, an deren Umsetzung anschließend innerhalb der Ressorts, in den Regionen sowie ressort- und regionsübergreifend konkret gearbeitet wird. Für die Umsetzung der ressort- und regionsspezifischen Aufgaben ist jedes Ressort beziehungsweise jede Region selbst verantwortlich. Denn gute Führung bedeutet für uns auch, Verantwortung zu teilen und Zutrauen in unsere Mitarbeitenden zu haben. Und sie bedarf einer positiven Kultur, die Experimente zulässt und einen offenen, konstruktiven Umgang mit ihnen ermöglicht.

Ressort- und regionsübergreifende Themen behandeln wir in Arbeitskreisen, Vorhaben und Projekten. Je nach Thema arbei-



Die dm-Geschäftsführung: Markus Trojansky, Christoph Werner, Christian Harms (1. Reihe v.l.n.r.), Christian Bodl, Kerstin Erbe, Martin Dallmeier (2. Reihe v.l.n.r.), Roman Melcher und Sebastian Bayer (3. Reihe v.l.n.r.)

ten hier Mitarbeiter aus verschiedenen Ressorts, den Verteilzentren, den dm-Regionen und dm-Märkten zusammen, um möglichst viele Blickwinkel zu berücksichtigen. Jeder Mitarbeiter hat die Möglichkeit, sich in den Arbeitskreisen, Vorhaben und Projekten aktiv einzubringen, was wir für unsere Zukunftsfähigkeit als besonders relevant betrachten.

Um zielgerichtete und schnelle Entscheidungen treffen und flexibel auf aktuelle Ereignisse reagieren zu können, ist bei

jedem Vorhaben, Projekt oder Arbeitskreis in der Regel auch mindestens ein Geschäftsführer eingebunden. Dieses Vorgehen hat uns auch 2020 dabei geholfen, mit den sich wechselnden Anforderungen im Rahmen der Coronapandemie umzugehen. Wir haben die Arbeitsgruppe „Corona Taskforce“ gebildet, die unter anderem die Verordnungen im Blick behält, unsere Mitarbeiter regelmäßig informiert und Handlungsempfehlungen ausspricht.

Der Arbeitskreis

Nachhaltigkeit

Bereits im Jahr 2009 haben wir den Arbeitskreis Nachhaltigkeit gegründet, den seit Oktober 2019 Geschäftsführerin Kerstin Erbe verantwortet und Inga Haubold als Bereichsverantwortliche leitet. Zudem sind aktuell Geschäftsführer Martin Dallmeier, jeweils zwei Mitarbeiter aus jedem Ressort, zwei Mitarbeiter aus den dm-Märkten, zwei Gebietsverantwortliche, ein Mitarbeiter aus den Verteilzentren sowie ein Berater Aus- und Weiterbildung ständige Teilnehmer des Arbeitskreises. Zusätzlich begleiten uns zwei externe Nachhaltigkeitsberater, die dem Arbeitskreis als ständige Vertreter beiwohnen. Seit September 2020 nehmen zudem zwei Kollegen von dm Österreich regelmäßig an den Meetings teil, um die internationale Zusammenarbeit und die Weiterentwicklung nachhaltiger Themen zu befördern. Von dm in Österreich werden die anderen zwölf Länder betreut, in denen dm vertreten ist.

Aufgabe des Arbeitskreises Nachhaltigkeit ist es, nachhaltige Themen zu forcieren, Themenschwerpunkte zu setzen, gemeinsam Projekte zu initiieren und die weitere Bearbeitung im Unternehmen zu koordinieren. Die Teilnehmer entwickeln neue Impulse zum Thema Nachhaltigkeit und tragen diese anschließend in alle Bereiche unseres Unternehmens hinein. Im zurückliegenden Geschäftsjahr war der Arbeitskreis Nachhaltigkeit zudem maßgeblich an der Weiterentwicklung unseres Verständnisses der Zukunftsfähigkeit beteiligt und formulierte strategische Zielsetzungen, um diese in die Geschäftsleitungskonferenz einzubringen und den zukunftsrelevanten Themen noch mehr Dynamik zu verleihen.



Inga Haubold leitet seit Ende 2019 den Arbeitskreis Nachhaltigkeit.



Felix M. Diez, Berater Aus- und Weiterbildung, Mitglied des Arbeitskreis Nachhaltigkeit

Gibt es ein Thema, das Ihnen am Herzen liegt und das Sie gemeinsam mit dem Arbeitskreis bei dm bewegen möchten?

Gemeinsam mit dem Arbeitskreis möchte ich in unserer Arbeitsgemeinschaft weiterhin das Bewusstsein dafür stärken, dass jeder Einzelne bei seinem täglichen Tun bedenkt, welche Auswirkungen sein Handeln heute auf die Natur und auf das Klima von morgen hat. Wir können es nur als Gesellschaft insgesamt schaffen, unser Lebensumfeld für die zukünftigen Generationen lebenswert zu erhalten. Und das ist es, was letztendlich zählt. Bei dm setze ich mich deshalb insbesondere dafür ein, dass wir als Unternehmen klimaneutral werden und dabei auch unsere vor- und nachgelagerten Prozesse im Blick behalten.

Nachhaltigkeit ist bei dm sehr dezentral organisiert. Wie können wichtige, ressortübergreifende Themen dennoch schnell und umfassend umgesetzt werden?

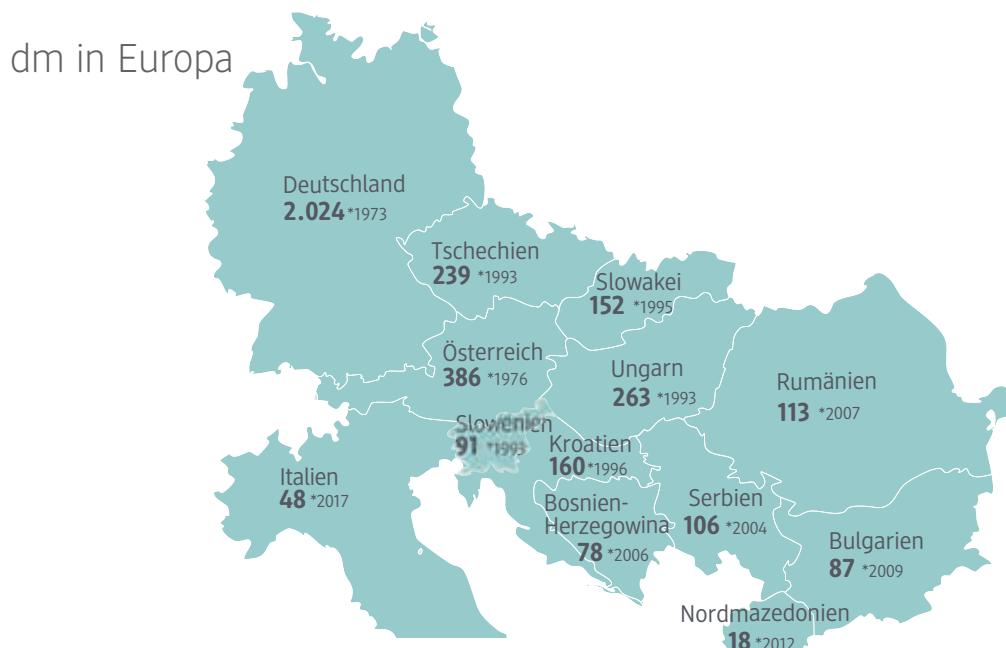
Wenn wir große Themen bewegen möchten, hilft es uns ungemein, dass wir nicht erst Überzeugungsarbeit leisten und Bewusstsein bei unseren Kolleginnen und Kollegen schaffen müssen. Das ist bereits vorhanden. Daneben können wir durch die Art unserer Zusammenarbeit jederzeit themenspezifische und ressortübergreifende Projekte ins Leben rufen und so auf aktuelle Ereignisse und Anforderungen reagieren. So bewegen wir beispielsweise aus dem Arbeitskreis heraus auch das Thema Klimabilanzierung.

Felix Diez im Gespräch mit Inga Haubold: Was hat Sie dazu bewogen, die Leitung für den Arbeitskreis zu übernehmen?

Inga Haubold: Insbesondere die vielen engagierten Kolleginnen und Kollegen, die täglich ihren Beitrag dazu leisten, dass wir als Unternehmen nachhaltig handeln. Denn auf sie kommt es an. Unser vielfältiges Engagement bedarf zugleich einer zielgerichteten Struktur, damit das Wirken des Einzelnen auf die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens insgesamt einzhält. Dazu möchte ich einen Beitrag leisten und habe daher gerne die Leitung des Arbeitskreises übernommen.

Solide — Unternehmensbasis

Die dm-drogerie markt GmbH + Co. KG hat als Komplementärin die dm-drogerie markt Verwaltungs-GmbH und zwei zu 50 Prozent beteiligte Kommanditisten. Die dm-drogerie markt GmbH + Co. KG verfügt über drei hundertprozentige Tochtergesellschaften in Deutschland, dmTECH GmbH, die dm-Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH und die Futura GmbH, die das operative Geschäft unterstützen, sowie Mehrheitsbeteiligungen an dm-Gesellschaften im europäischen Ausland. Dort ist dm in Österreich, in zehn südosteuropäischen Ländern und seit 2017 in Italien vertreten. Die Angaben im vorliegenden Bericht beziehen sich auf die dm-drogerie markt GmbH + Co. KG und die Tochtergesellschaften in Deutschland.



Überblick der dm-Märkte in Europa (Stand 30.09.2020).

Unsere Geschäftsentwicklung

Im Geschäftsjahr 2019/20 (Stichtag 30.09.2020) erwirtschaftete dm-Deutschland einen Umsatz von rund 8,5 Milliarden Euro (brutto). Das entspricht einer Steigerung von 2,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Damit fällt die Steigerung etwas geringer aus als in den Jahren zuvor, unter anderem aufgrund der Mehrwertsteuersenkung im Zeitraum der Coronapandemie, die wir volumnfänglich an unsere Kunden weitergegeben haben.

Unsere Geschäftsentwicklung betrachten wir kontinuierlich. Hierzu gibt es ein vielschichtiges Berichtswesen. Ein wichtiger Teil unseres Compliance-Management-Systems ist unser Risikomanagement-System. Hier werden insbesondere Unternehmensrisiken identifiziert, analysiert und Maßnahmen zur Vermeidung beziehungsweise Verringerung getroffen.

Analysen, Umfragen und Auszeichnungen unabhängiger Institute und Organisationen wie GREEN BRANDS oder Kundenmonitor sind ein wichtiger Indikator für die Bewertung unserer Arbeit. Wir freuen uns über jede Auszeichnung, denn sie zeigen uns, dass wir unsere Kunden mit unseren Produkten und Services begeistern können. Und sie motivieren uns, unsere Leistungen und Angebote stetig weiterzuentwickeln.

Wesentliche Themen und Zahlen zu unserer Geschäftsentwicklung sowie aktuelle Auszeichnungen veröffentlichen wir regelmäßig im Rahmen unserer Pressekonferenzen auf unserer dm-Website.

Unsere Umsatzentwicklung in Deutschland



*Umsatzerlöse (brutto) für dm-drogerie markt Verwaltungs-GmbH Deutschland lt. Bundesanzeiger, für das Geschäftsjahr 2019/20 vorläufig lt. Pressekonferenz Oktober 2020.

Ausgewählte Auszeichnungen in den Jahren 2019 und 2020



Mai 2019 —

Im GemeinwohlAtlas 2019 wurden 137 Unternehmen und Organisationen hinsichtlich ihres Nutzens zum Gemeinwohl in Deutschland betrachtet. dm belegt den ersten Platz im Handel.

gemeinwohlatlas.de/de

— Juni 2019

Das von dm-drogerie markt initiierte #ForumRezyklat wird vom Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) und dem RENN Netzwerk (Regionale Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien) als „Projekt-Nachhaltigkeit 2019“ ausgezeichnet. Das Forum wurde 2018 von dm-Geschäftsführer Sebastian Bayer gegründet.

renn-netzwerk.de



Juli 2019 —

Zum vierten Mal werden ALANA und alverde NATURKOSMETIK als „GREEN BRAND Germany“ ausgezeichnet. Die Bio-Lebensmittelmarke dmBio erhält die Auszeichnung zum zweiten Mal.

green-brands.org



— Oktober 2019

Das Unternehmen dm-drogerie markt wird erstmals als „GREEN BRAND Germany“ ausgezeichnet. Mit der Verleihung des Gütesiegels für das Jahr 2019/2020 würdigt die Jury der internationalen, unabhängigen Markenbewertungs-Organisation GREEN BRANDS das Engagement von dm für ökologische Nachhaltigkeit.

green-brands.org



März 2020 —

Service Value und Deutschland Test zeichnen Marken und Unternehmen für ihr nachhaltiges Engagement aus. Dabei ist die dm-Marke alverde NATURKOSMETIK Testsieger und dm erhält die Bewertung „sehr stark“.

mynewsdesk.com/de/servicevalue

— Juli 2020

YouGov und der Stern zeichnen die „Grünen Marken des Jahres“ aus. dm wird in der Branche Einzelhandel mit dem 1. Platz prämiert und erhält die „Höchstnote Wichtigkeit, Engagement, Klimaschutz und Nachhaltigkeit“ in der Branche Einzelhandel.

presseportal.de/pm/6329/4646441



September 2020 —

Kundenmonitor: dm begeistert Kunden und ist beliebtester überregionaler Drogeriemarkt Deutschlands.

kundenmonitor.de



— Oktober 2020

dm erhält den Deutschen Logistik-Preis 2020. Mit Automatisierungstechnik wurden im Verteilzentrum Wustermark nachhaltige Logistikprozesse geschaffen, die bis zur Anlieferung in die dm-Märkte wirken.

bvl.de/dlp/dlp-preistraeger-2020