



dm Italien schließt das Geschäftsjahr 2022-2023 mit einem Umsatz von ca. 140 Millionen Euro und einem Wachstum von mehr als 30% ab.

Mit dem im Oktober 2022 eröffneten Online-Shop und der App „la mia dm“ setzt das Unternehmen immer mehr auf digitale Verkaufskanäle: Die Zahl der jeden Monat aktiven Nutzer liegt bei 50.000

- mit 140 Millionen Euro steigert dm Italien seinen Umsatz um mehr als 30% im Vergleich zum Vorjahr
- 10 Filialneueröffnungen im gerade beendeten Geschäftsjahr und die geplante Eröffnung von weiteren 10 Stores in den nächsten Monaten
- bis zu 900.000 Kunden pro Monat in 81 Filialen
- mit dem Online-Shop und der App „la mia dm“ wird dm Italien immer digitaler
- Preissenkung von mehr als 1000 Produkten auf Dauer als Ausgleich zu den wachsenden Lebenshaltungskosten, garantiert für mindestens 4 Monate
- neues Designkonzept für die Filialen
- Nachhaltigkeit beim Produktsortiment und Energiesparen weiter im Mittelpunkt

Steigende Kundenzahlen, geplante Filialneueröffnungen, der Ausbau des Online-Shops, der Fokus auf Nachhaltigkeit: dies sind nur einige der Schlüsselaspekte der **dm-Gruppe**, einer deutschen Drogeriekette, die heute in 14 Ländern Europas präsent ist. Für Italien ist das Geschäftsjahr (Okt. 2022-Sept.2023) mit einem deutlichen Wachstum zu Ende gegangen, **mit einem Plus von mehr als 30%, einem Umsatz von 140 Millionen Euro und einer durchschnittlichen Kundenanzahl von bis zu 900.000 Kunden pro Monat**. Heute gibt es insgesamt **81 Filialen im Land**, von denen **10 in diesem Geschäftsjahr eröffnet wurden**. In den nächsten Monaten **sind weitere 10 Filialneueröffnungen geplant**.

Die Neueröffnungen bedeuteten nicht nur eine noch größere, spürbare Nähe zum Kunden, sondern auch Zuwachs im Bereich der Beschäftigung: **so ist die Mitarbeiteranzahl um ca. 100 Personen gestiegen und besteht heute aus einem Team von mehr als 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, bei einem Frauenanteil von mehr als 80%.**

dm Italien behauptet sich von Jahr zu Jahr mehr in der Unternehmenslandschaft Italiens. Dies äußert sich auch im Beitritt zu Federdistribuzione im April, einem Unternehmensverband, der seit mehr als sechzig Jahren Betriebe des modernen Lebensmittel- und Non-Food-Einzelhandels des Landes vereint und für sie einsteht. Der Verband vertritt die Bedürfnisse der Unternehmen, die den modernen organisierten Einzelhandel verkörpern und fördert deren Wachstum, um zur Entwicklung des Landes beizutragen.

Vom Online-Shop zur neuen App: dm Italien wird immer digitaler.

Dank des Online-Shops erreicht dm Italien seine Kunden seit Oktober 2022 in ganz Italien, auch auf den Inseln. Auf der Website sind mehr als 12.000 Produkte erhältlich (Markenprodukte und Produkte der Eigenmarken wie Balea, alverde, Mivolis und dmBio), die sich die Kunden nach Hause liefern

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750

331.5758864 - 339.4968368



lassen oder in der Filiale abholen können. Als Alternative bietet dm die **Express-Abholung** an: Diese Lösung, bei der Verpackung und Lieferwege eingespart werden, ermöglicht den Kauf der in der Filiale verfügbaren Produkte direkt auf der Website. Die Bestellung wird in der Filiale vorbereitet und steht in nur 2 Stunden bereit.

Der Online-Shop bietet ein kanalübergreifendes Einkaufserlebnis und setzt dabei auf eine hochmoderne Plattform mit einer Bedienungsoberfläche, die intuitiv, einfach und reich an Inhalten ist.

Die App für Smartphones, die sowohl für Apple als auch für Android-Systeme erhältlich ist, wurde von den Kunden mit Begeisterung aufgenommen: Seit Einführung der App „**la mia dm**“ im Dezember 2022 wurde sie mehr als **260.000 Mal heruntergeladen**.

Die **dm-Website** und die App „**la mia dm**“ sind zu einem neuen Treffpunkt geworden, an dem Markentreue großgeschrieben wird. Dafür sprechen die **50.000 Online-Nutzer, die jeden Monat aktiv sind und die 160.000 Kundenkonten**.

„Der Anteil der über die App eingehenden Bestellungen steigt stetig an“, so Hubert Krabichler, CEO von dm Italien. „Für uns bedeutet das Effizienz und Funktionalität und zeigt, wie einfach und unmittelbar das Einkaufserlebnis für den Kunden ist.“

Der Wunsch von dm nach digitaler Innovation wird auch durch den Einsatz einer neuen, von dm selbst entwickelten Software realisiert, die die neuen Technologien der künstlichen Intelligenz nutzt. Dieses System macht die Synergie und die Zusammenarbeit zwischen allen Ländern der Gruppe noch einfacher und effizienter, überwindet Sprachbarrieren und optimiert die Kommunikation.

Kundennähe von dm – über 1.000 Produkte preisgesenkt

„Unser Engagement gilt der Gewährleistung der Qualität der Produkte, der Innovation und der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit in einer Lieferkette, die auf eine hohe Effizienz, Wertschöpfung der Produktion und Wettbewerbsfähigkeit des Angebots abzielt“, erklärt Hubert Krabichler. „Gerade in Zeiten starker Inflation ist es außerordentlich wichtig, allen die Sicherheit zu geben, günstig einkaufen und aus einem umfassenden Angebot wählen zu können.“

Um in dieser Richtung weiter aktiv zu werden hat **dm** beschlossen, **den Preis von mehr als 1000 Produkten zu senken**. Damit gibt das Unternehmen allen Kunden eine wichtige Garantie: sie können zu noch günstigeren Preisen einkaufen. Die gesenkten Preise gelten für mindestens 4 Monate.

Dieses Projekt, das von dm Italien bereits im September gestartet wurde, wird auch durch den **Beitritt zur Initiative „Trimestre anti-inflazione“** (Anti-Inflationsquartal) fortgesetzt, die vom italienischen Wirtschaftsministerium gefördert wird und die eine Stabilisierung der Preise für Grundnahrungsmittel und andere wichtige Waren vom 1. Oktober bis 31. Dezember 2023 vorsieht.

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750

331.5758864 - 339.4968368



Das stets breite, vielseitige Sortiment, das ständig um neue Produkte erweitert wird, ermöglicht den Kunden, Tag für Tag zu günstigen Preisen einzukaufen, aus einem vollständigen Angebot auszuwählen und ihr Haushaltsbudget zu maximieren.

Intuitives Design für die Filialen

Für die jüngsten und die demnächst anstehenden Filialneueröffnungen hat das Unternehmen ein **neues Ladenbild der Filialen entworfen**, das in der Filiale verschiedene, nach Produktgruppen gegliederte „Inseln“ vorsieht, die konzipiert wurden, um die **Customer Journey zu unterstützen**. Der neue Grundriss, der sich durch ein **einzigartiges und intuitives Design und eine optimale Übersicht** auszeichnet, die auch durch die Veränderung der Positionierung und die Verwendung niedriger Regale gewährleistet wird, unterstützt den Kunden bei seinem Einkaufserlebnis. Dadurch wurde auch die Schaffung eines speziellen Beautybereichs möglich, in den der Kunde während seines Aufenthalts in der Filiale eintauchen kann, um sich inspirieren zu lassen.

Um die Nachhaltigkeit zu fördern, umfasst das Projekt auch die Reduktion des CO₂-Fußabdrucks und des Energiebedarfs der Filialen sowie die Verwendung von recycelten und wiederverwertbaren Materialien.

Die erste Filiale mit diesem neuen Layout wurde im Mai 2023 eröffnet und befindet sich in der Nähe der dm-Zentrale im Einkaufszentrum „Adigeo“ in Verona. Die Kunden des „Megastores“ finden auf einer einzigen Etage von über 500 m² das komplette dm-Angebot, das durch die neue Aufteilung noch stärker aufgewertet wird: mehr als 14.000 Produkte und über 600 Marken, von denen 26 Eigenentwicklungen sind (wie z.B. **Balea, dmBio, alverde, babylove, Mivolis**), in den Bereichen Körperpflege und Schönheit, Bio-Lebensmittel, Baby & Kind, Haushalt und Haustiere.

dm unterstützt die Umwelt - Effizienz und Energieersparnis

Der Wunsch, die Natur zu schützen ist einer der Meilensteine von dm: Jede Kaufentscheidung hat eine Auswirkung auf die Umwelt. Dessen ist sich das Unternehmen bewusst. Aus diesem Grund liefert dm allen, denen Nachhaltigkeit ebenso am Herzen liegt, alternative und nachhaltige Angebote. So beinhaltet das Sortiment verschiedene ökologische Produkte, von natürlicher zertifizierter Kosmetik, über feste Shampoos und Deos und Körperpflegeprodukte ohne Mikroplastik bis hin zu Produkten für eine biologische Ernährung. Im gleichen Zuge arbeitet dm ebenfalls daran, die Verpackungen stufenweise durch ein Packaging zu ersetzen, das zu 100% aus recycelten Materialien besteht. In einigen Testfilialen stehen außerdem Nachfüllstationen für bio-zertifizierte Wasch- und Spülmittel zur Verfügung, eine nachhaltige und preisgünstige Alternative für Haushaltsreiniger und Waschmittel.

dm hat auch im Bereich der **Energieeinsparung** investiert und führt sein diesbezügliches Engagement weiter fort: In diesem Jahr wurde ein **Energy Manager** ernannt, der das Unternehmen bei der Analyse des Energieverbrauchs in den Filialen und der Zentrale unterstützt, um den Verbrauch so weit wie möglich zu reduzieren und die Energieersparnis zu optimieren.

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750

331.5758864 - 339.4968368



In zehn Filialen werden bereits Photovoltaik-Anlagen verwendet und weitere Anlagen sind in Kürze geplant. **Des Weiteren werden fast alle Filialen und die Zentrale mit Strom aus erneuerbaren Energien versorgt.**

Um einen noch bewussteren Umgang mit Energie zu fördern, wurden für alle Mitarbeiter neue Schulungen angeboten, die für einen bewussten Umgang mit den Ressourcen sensibilisieren sollen.

Die Mitarbeiter: ständige Weiterbildung und proaktive Kreativität

Beziehungen sind ein wichtiger Baustein der DNA von **dm**. Die Beziehung zu den Mitarbeitern ist symbiotisch und wird täglich gepflegt. **dm** unterstützt Kreativität und persönliches Wachstum und investiert über ständige Schulungen in seine Mitarbeiter. Die zahlreichen **Aus- und Weiterbildungen** ermöglichen Wachstum auf persönlicher und organisatorischer Ebene. Durch die verschiedenen Persönlichkeiten, Standpunkte und Ideen, die in der Gruppe aufeinandertreffen, werden Lösungen und Projekte entwickelt und Begegnungen von Mitarbeitern geschaffen. Diese beziehen sich nicht nur auf die Arbeit, sondern werden zu echten **Synergien**, die mehr sind als nur die Summe der **Gruppenmitglieder**. **Für dm bedeutet Vielfalt der Arbeit die Miteinbeziehung**, den ständigen Austausch von Ideen, Kulturen und Sichtweisen.

dm stellt seit jeher den Mensch in den Mittelpunkt seiner Philosophie und fördert nach dem Motto „Arbeit anders leben“ ein professionelles Arbeitsklima, das durch die Prinzipien der Gleichheit, Transparenz und Integrität gekennzeichnet ist. In diesem fruchtbaren Umfeld können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihr persönliches Potential entwickeln und jeden Tag über sich selbst hinauswachsen. Dieser Gesinnung folgt die Initiative „**mehr vom leben tag**“, die allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit gibt, jedes Jahr einen zusätzlichen freien Tag für Anliegen und Projekte zur Förderung der Nachhaltigkeit, im sozialen Bereich oder für die Gemeinschaft aufzuwenden, um so die soziale Verantwortung, die persönliche Entwicklung und den Erwerb neuer Fähigkeiten zu unterstützen.

dm legt großen Wert auf gesunde Arbeits- und Lebensbedingungen: Aus diesem Grund hat das Unternehmen die Initiative „**Settimane internazionali del benessere**“ („Internationale Gesundheitswochen“) gefördert, die vom 09.10. bis 11.11.2023 stattfinden werden. Zu diesem Anlass werden zahlreiche Aktivitäten, gemeinsame Momente und Seminare veranstaltet, um die körperliche, mentale und soziale Gesundheit der Mitarbeiter zu stärken.

dm in Zukunft

Für das laufende Geschäftsjahr ist eine große **Investition im Bereich Medien** geplant, die dm Italien mit einem TV-Werbespot auf die Fernsehbildschirme bringt, der auf den wichtigsten TV-Sendern des Landes ausgestrahlt wird.

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750

331.5758864 - 339.4968368



„Um alle Ziele zu erreichen, die wir uns gesetzt haben, stehen uns anspruchsvolle Monate voller Herausforderungen bevor“, erklärt Hubert Krabichler. „Unseren Entwicklungsplan setzen wir konsequent um, in der immer weiterwachsenden Überzeugung, dass Investitionen in das Wohl der Menschen für die Zukunft wegweisend sind.“

dm in Kürze

dm drogeriemarkt, das 1973 gegründete Unternehmen

ist heute die größte europäische Drogerie-Handelskette, in 14 Ländern präsent.

Das Unternehmen ist seit November 2017 auf dem italienischen Markt vertreten und hat bis heute, Oktober 2023, 81 Filialen. Die Markenphilosophie beruht auf der einzigartigen Kombination aus einem speziell zugeschnittenen Sortiment und den günstigen Preisen, auch dank der 26 Eigenmarken wie Balea, alverde, Mivolis und dmBio.

www.dm-drogeriemarkt.it

**STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION**

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750

331.5758864 - 339.4968368