

Ein Jahr des Wachstums für dm Italien, das seine kanalübergreifende Strategie weiter ausbaut: Das Geschäftsjahr 2024–2025 übersteigt mit einem Umsatzplus von 26,4 % die 250 Millionen Euro-Marke.

Mit insgesamt 92 Märkten, mehr als 16 Millionen ausgestellten Kassenbons und einem Wachstum der Online-Bestellungen um 46 % festigt das Unternehmen seine Marktpräsenz in Italien und bestätigt seine Rolle als Hauptakteur in den Bereichen Beauty, Körperpflege und Haushaltsprodukte.

- **252 Millionen Euro** Umsatz mit einem **Zuwachs von 26,4 %** im Vergleich zum Vorjahr
- **Mehr als 16 Millionen** ausgestellte Kassenbons und mehr als **81 Millionen** verkaufte Produkte im vergangenen Geschäftsjahr
- **46 % Zuwachs bei den Online-Bestellungen**
- Mehr als **830.000 Downloads** der App „la mia dm“
- insgesamt **92 Märkte** in Italien
- mehr als **1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**, mit einem **Frauenanteil von 85 %**
- Einführung des „**dm babybonus**“ und neue kanalübergreifende Funktionen wie das **Self Service-Schließfachsystem** für die Abholung von Bestellungen
- **erster Nachhaltigkeitsbericht** für die gesamte dm-Unternehmensgruppe
- **Giving Friday 2024**: Geldspenden zugunsten der Organisation **FARE X BENE** für die Einrichtung der **Spazi Vera** in Mailand
- Initiativen im Bereich Soziales und Umwelt, darunter die Projekte „**Il Petalo Bianco**“, „**Le mestruazioni non sono un lusso**“ und das **Baby Kit** der Stadt Genua.

Für dm Italien geht das Geschäftsjahr **2024–2025** (Oktober 2024–September 2025) mit einem erneuten starken Wachstumsschub zu Ende: Der generierte Gesamtumsatz beträgt **252 Millionen Euro**, was einem Zuwachs von **26,4 %** im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Zudem ist auch die Wertschätzung, welche die Kunden dem Drogerieunternehmen entgegenbringen, beachtlich und wächst kontinuierlich weiter. So stieg die Anzahl der ausgestellten Kassenbons um **24,3 %** auf über **16 Millionen**, während sich bei den verkauften Produkten mit mehr als **81 Millionen** ein Zuwachs von **29,3 %** verzeichnen ließ. Dies ist die Bestätigung für eine immer stärkere Bindung eines treuen Kundenstamms sowie für einen hohen Grad der Kundenzufriedenheit.

Auch der **Online-Vertrieb** kann mit **46 % mehr Bestellungen** auf ein kontinuierliches Wachstum zurückblicken und stellt die Wirksamkeit der **kanalübergreifenden Strategie** der Marke unter Beweis. Bei Abschluss des Geschäftsjahrs verfügt **dm Italien** über **92 Märkte** im ganzen Land, während die Gesamtbelegschaft aus **1.036 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern** mit einem Frauenanteil von 85 % besteht.

„Wir sind stolz darauf, das Jahr mit so positiven Ergebnissen abschließen zu können. Sie zeugen von unserer soliden Strategie und der wachsenden Wertschätzung der italienischen Kunden für unser Drogeriemodell“, erklärt **Benjamin Schneider, CEO von dm Italien**. „Das Umsatzwachstum in den Märkten und der steigende Bekanntheitsgrad der Marke in Italien sind für uns ein konkreter Beweis für den Aufbau einer soliden Beziehung zu unseren Kunden. Der kanalübergreifende Ansatz, der die Vorteile der digitalen Welt mit dem Käuferlebnis im Markt verbindet, stellt heute und in Zukunft einen Grundpfeiler für unsere Entwicklung dar“.

Nicht nur dm Italien kann in diesem Jahr ein bedeutendes Wachstum verzeichnen. Auch in der Gruppe setzt sich der Trend der kontinuierlichen Entwicklung und einer immer stärkeren Marktpräsenz fort. Mit einem Anstieg von 17,749 Milliarden Euro auf **19,197 Milliarden Euro** konnte die Gruppe im Laufe des vergangenen Geschäftsjahres einen Umsatzzuwachs von **8,2 %** erzielen, der mit einer Zunahme der Belegschaft von 89.197



auf **93.426** Mitarbeiter und der Eröffnung 73 neuer Märkte einherging, wodurch die Gesamtzahl der Märkte auf **4.189** wuchs.

Qualität und günstige Preise: das Erfolgsrezept der dm-Marken

Neben den Markenartikeln der Industrie bietet dm seinen Kundinnen und Kunden ein breites und laufend aktualisiertes Sortiment an dm-Marken, die auf dem italienischen Markt rund **30 %** des Gesamtumsatzes ausmachen. Die **28** Eigenmarken, darunter **alverde**, **Balea**, **Denkmit** und **dmBio**, zeichnen sich durch ihre hohe Qualität und die dauerhaft wettbewerbsfähigen Preise aus und sind ein Beleg für das Bestreben des Unternehmens, konkrete Lösungen für den Alltag der Verbraucher zu bieten.

Als Zeichen der Nähe von dm zu den Familien wurde 2025 der **dm babybonus** ins Leben gerufen, ein Projekt für werdende und frisch gebackene Eltern mit Kindern bis zu 3 Jahren. Nach der Registrierung erhalten die Teilnehmer je nach Phase der Schwangerschaft oder Alter des Kindes **individuelle Tipps** und Zugriff auf **Coupons mit exklusiven Rabatten** auf Produkte für Babys und Kleinkinder. Zudem erhalten sie als sofortiges Willkommensgeschenk das Multifunktionstuch von babylove, das in Zusammenarbeit mit der Stiftung Nieder-Ramstädter Diakonie hergestellt wurde, die in einem inklusiven Arbeitsumfeld mit Menschen mit Behinderung zusammenarbeitet.

Kanalübergreifender Ansatz: Innovation und Integration im Dienst des Kunden

Die kanalübergreifende Strategie bleibt weiterhin eine Priorität von dm und das Unternehmen setzt auf Investitionen in Innovation und Digitalisierung. So wurden im September 2025 auch in Italien die neuen **Abholstationen** eingeführt, ein System automatischer Schließfächer, das es den Kunden ermöglicht, ihre Online-Bestellungen schnell, einfach und ohne Anstehen an der Kasse direkt im Markt abzuholen.

Im Zentrum des digitalen Ökosystems stehen weiterhin die **E-Commerce-Plattform** und die App „**la mia dm**“, die allein in diesem Geschäftsjahr mehr als **830.000 Mal heruntergeladen** wurde. Als Bestandteil der App ist die digitale Treue-Card „**dm fedeltà**“ erhältlich, die Kundentreue mit exklusiven Coupons und speziellen Rabatten belohnt.

Synergien und internationale Zusammenarbeit

dm arbeitet auf internationaler Ebene weiter daran, die **Zusammenarbeit zwischen den Ländern der Gruppe** zu stärken, um Prozesse und Ressourcen zu optimieren.

Im Bereich Logistik hat dm Italien sein Lager an einen **neuen, 18.000 m² großen Standort** in Nogarole Rocca (VR) verlegt. Ziel ist eine bessere Lieferversorgung der Märkte.

Des Weiteren hat die Gruppe mit dem Bau eines **neuen automatischen Verteilzentrums** in Kronstorf (Oberösterreich) begonnen, das die betriebliche Zusammenarbeit der Länder Österreich, Italien und Slowenien stärken soll.

Nachhaltigkeit und Verantwortung: der erste Nachhaltigkeitsbericht der Gruppe

Im Juni 2025 hat **dm** seinen ersten **internationalen Nachhaltigkeitsbericht** veröffentlicht, der die Initiativen von 14 Ländern der Gruppe zusammenführt und das gemeinsame Ziel bekräftigt, bis 2045 klimaneutral zu werden. Zu den wichtigsten Punkten des Berichts gehört **die Verfolgung eines „No Waste“-Ansatzes für Verpackungen**: Er zielt darauf ab, den Verbrauch von Materialien auf ein Minimum zu reduzieren und nachhaltige Materialien zu bevorzugen, die Kreislaufwirtschaft zu fördern, die Menge der Abfälle auf ein Mindestmaß zu beschränken und die Mitarbeiter und Kunden für die Bedeutung dieser Themen zu sensibilisieren. Außerdem geht es um die **Steigerung der Energie aus erneuerbaren Quellen**: Derzeit sind in den Ländern der Gruppe insgesamt **64 Photovoltaik-Anlagen installiert**, die mehr als **4,8 Millionen kWh saubere Energie** produzieren, was dem



durchschnittlichen Jahresverbrauch an Energie von 1.400 Familien entspricht. Von diesen Anlagen befinden sich **12 in Italien**. Im Hinblick auf die soziale Verantwortung unterstreicht der Bericht das Engagement des Unternehmens für die Schaffung einer **verantwortungsvollen Wertschöpfungskette**, die auf eine noch stärker kontrollierte und transparente Produktionsstruktur in vollem Respekt der Menschen- und Arbeitsrechte abzielt. Eine der konkreten Maßnahmen der dm-Gruppe zur Reduzierung der Auswirkungen auf die Umwelt ist die **Reduzierung der Länge der Kassenbons im Markt**, die dm Italien eine geschätzte Papierersparnis von mehr als 3.000 km ermöglicht hat.

Im Laufe des Geschäftsjahres 2024–2025 hat dm Italien außerdem auf die Erlangung der **Zertifizierung ISO 50001** hingearbeitet, die zur Bescheinigung eines Energiemanagementsystems dient, das auf die Verbesserung der Effizienz und die Verringerung des Verbrauchs abzielt – ganz im Einklang mit der Absicht der Gruppe, den Nettonull-Emissionsstatus zu erreichen.

Soziale Initiativen und Engagement für die Gemeinschaft

Im Geschäftsjahr 2024–2025 hat dm Italien sein **soziales Engagement** im Rahmen von langfristigen Projekten zur Unterstützung der Menschen und der Gemeinschaft vor Ort bekräftigt.

Eine der wichtigsten Initiativen ist die **Neuaufgabe des Projekts „Il Petalo Bianco“**, einer Anlaufstelle in der Nähe des Markts in via Vittor Pisani 10 in Mailand, die aus der Zusammenarbeit von *Catrice*, *FARE X BENE* und dm entstanden ist. Hier erhalten Opfer von Gewalt und Diskriminierung kostenlos psychologische und rechtliche Unterstützung. Seit dem Tag der Eröffnung bis zum Ende des Geschäftsjahres haben sich **220** Personen an die Anlaufstelle gewandt. Von diesen Personen haben einige das Programm abgeschlossen und werden derzeit **für die Zwecke einer Anzeige von Rechtsanwälten oder Opferschutzeinrichtungen** sowie durch spezielle psychologische Unterstützung betreut. **Viele Fälle** sind hingegen noch **in Bearbeitung** und es kommen fortlaufend neue hinzu.

Diesen November hat **dm Italien** zum **Giving Friday** 5 % seines Tagesumsatzes aus den Märkten und Online-Verkäufen an die Vereinigung *FARE X BENE* für die Einrichtung der **Spazi Vera** gespendet. Hierbei handelt es sich um Räumlichkeiten im Mailänder Stadtbezirk 8, in denen kostenlose Kurse organisiert werden, die der Unterstützung von Menschen aus sozialen Notsituationen dienen.

Außerdem hat dm im Rahmen der Initiative **„Le mestruazioni non sono un lusso“** (Menstruation ist kein Luxus) und in Zusammenarbeit mit *FARE X BENE* **mehr als 100.000 Jessa-Monatsbinden** an Schulen in Mailand und Provinz gespendet und kostenlose Bildungsprogramme für Schülerinnen und Schüler ins Leben gerufen, um eine Kultur des Respekts, des Bewusstseins und der Inklusion zu fördern.

Schließlich wird das Projekt **Baby Kit** der Stadt Genua fortgeführt, bei dem alle Familien mit Neugeborenen Coupons für den kostenlosen Bezug von dm-Markenprodukten für die ersten Lebensmonate erhalten.

Menschen und Dialogkultur

In der Philosophie von dm steht seit jeher der Mensch im Mittelpunkt. Achtsames Zuhören, Wachstum und individuelle Weiterbildung spielen dabei eine zentrale Rolle und sind Werte, die auf einer **Kultur des Dialogs** basieren. Diese ist, wenn es um den Aufbau von vertrauensvollen Beziehungen und authentischer Zusammenarbeit geht, für dm ein wichtiger Grundpfeiler. Durch die **offene und respektvolle Begegnung** fördert dm ein inklusives Umfeld, in dem jede Stimme gehört und wertgeschätzt sowie das persönliche und gemeinsame Wachstum gefördert wird. Um diese Werte wirksam zu vermitteln und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch mehr zu involvieren, wurden im März 2025 einige interne Botschafter der Unternehmensphilosophie benannt. Ihre Aufgabe besteht darin, den **Geist und die Werte des Unternehmens**



unter den Beschäftigten zu verbreiten, die Philosophie zu vertiefen und diese durch konkrete Beispiele, wie etwa die Organisation von Weiterbildungen, die auf den Aufbau eines starken, gemeinschaftlich getragenen kulturellen Netzwerks innerhalb des Unternehmens abzielen, zu fördern.

„Der Erfolg von **dm** in Italien ist das Ergebnis einer gemeinsamen Vision: nachhaltiges Wachstum, in dessen Zentrum der Mensch und seine Bedürfnisse stehen. Wir wollen unsere Präsenz im Land durch die Verbindung aus Innovation, Qualität und sozialer Verantwortung weiter festigen und unseren Kunden ein erschwingliches, modernes und bewusstes Einkaufserlebnis bieten. Unsere Kraft liegt im Dialog und der Zusammenarbeit zwischen Kollegen, mit den Kunden und den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Nur so können wir einen echten und dauerhaften Mehrwert schaffen“, betont **Benjamin Schneider, CEO von dm Italien**.

dm in Kürze

dm drogerie markt, das **1973** in Deutschland gegründete Unternehmen, ist heute eine der größten Drogerie-Handelsketten Europas und in **14 Ländern** vertreten.

Nach Markteintritt in Italien im **November 2017** verfügt das Unternehmen heute, im November 2025, über **94 Märkte** im ganzen Land. Die Markenphilosophie beruht auf der einzigartigen Kombination aus einem speziell zugeschnittenen Sortiment und den günstigen Preisen, auch dank der 28 Eigenmarken, wie Balea, Mivolis und alverde.

www.dm-drogeriemarkt.it