



Informacja prasowa, 16.04.2025

dm świętuje 3 lata obecności w Polsce. Blisko 80 sklepów do końca roku, ekspansja w nowych miastach i rozwój strategii omnichannel

dm podsumowuje trzy lata działalności w Polsce i ogłasza dalszą ekspansję: prawie 80 sklepów do końca 2025 roku oraz podwojenie liczby drogerii w perspektywie najbliższych 3 lat. Sieć umacniania strategię omnichannel w Polsce, rozwija e-commerce i punkty ekspresowego odbioru zakupów, zwiększając dostępność swoich usług w całym kraju. - *Polska to dla nas ważny rynek i chcemy sukcesywnie umacniać jego znaczenie na tle innych państw, w których jesteśmy obecni. Zadomowiliśmy się tutaj, dokładnie tak, jak klienci zadomawiają się w naszych sklepach podczas codziennych zakupów* - mówi Markus Trojansky, dyrektor obszaru ekspansji w Niemczech i dyrektor zarządzający dm-drogerie markt w Polsce.

Dokładnie trzy lata temu, w kwietniu 2022 roku, dm rozpoczęła działalność w Polsce. Dziś drogeria ma **53 sklepy w całym kraju**, o łącznej powierzchni **31.832,68 m²** i konsekwentnie realizuje strategię długofalowego wzrostu. W 2022 roku firma koncentrowała się na Południu Polski, obecnie umacnia się także w Polsce centralnej i zachodniej. Szczególnym rynkiem w strategii ekspansji, pozostaje **Łódź**, gdzie wkrótce pojawią się nowe placówki. Ponadto w najbliższym czasie dm otworzy kolejne punkty - jeden w Świdnicy i Kłodzku, dwa w **Warszawie** oraz zadebiutuje w **Poznaniu**. Będzie też rozwijać swoją sieć we Wrocławiu, gdzie mieści się jej siedziba, i gdzie **do końca roku ma działać aż 9 sklepów**.

- *Polska to dla nas ważny rynek i chcemy sukcesywnie umacniać jego znaczenie na tle innych państw, w których jesteśmy obecni. Zadomowiliśmy się tutaj, dokładnie tak, jak klienci zadomawiają się w naszych sklepach podczas codziennych zakupów. Nieustannie zwiększamy inwestycje w dalszy rozwój. Do końca roku chcemy mieć prawie 80 sklepów, a już teraz mamy podpisanych kilkadziesiąt umów na kolejne 2 lata. i nadal tworzą się nowe. Tylko w ostatnich 12 miesiącach zwiększyliśmy zatrudnienie z 239 do 471 pracowników. Wierzymy, że obraliśmy dobry kierunek* - mówi Markus Trojansky, dyrektor obszaru ekspansji w Niemczech i dyrektor zarządzający dm-drogerie markt w Polsce.

Tylko w minionym roku dm zwiększyła swoje nakłady inwestycyjne o kilkadziesiąt procent w stosunku do roku poprzedniego. - **Koszt inwestycji w jeden sklep to około 3 mln zł, zaś średni czas potrzebny na otwarcie nowej drogerii wynosi 3 miesiące. W każdym nowo otwartym sklepie zatrudnienie znajduje około 7 osób** - dodaje Trojansky.

Silną pozycję w ofercie dm zajmują marki własne. Wśród najczęściej kupowanych produktów znajdują się **żele pod prysznic Balea, wiralowa maseczka do włosów Balea – jedwabista gładkość, napój owsiany dmBio, akcesoria kosmetyczne ebelin, karmy dla zwierząt dein Bestes, czy papier toaletowy Sanft&Sicher**. Klienci szczególnie doceniają je za niemiecką jakość w korzystnej cenie. Szeroki asortyment dm daje kupującym pełną swobodę wyboru i możliwość znalezienia także produktów od innych producentów, w zależności od indywidualnych potrzeb.

Od początku obecności w Polsce dm rozwija model multichannel. Tylko w minionym roku **aż o 50% wzrosła liczba pobrań aplikacji „Mój dm”, która daje użytkownikom dodatkowe korzyści cenowe**. Co więcej, w ramach trwającej właśnie kampanii promocyjnej klienci posiadający aplikację mogą aktywować kupon wielorazowego użytku oferujący 10% na całe zakupy. Nowością w 2024 roku było wprowadzenie **punktów ekspresowego odbioru zamówień internetowych** – zakupy można odebrać



już po 3 godzinach w specjalnych punktach w sklepach stacjonarnych. Ich popularność systematycznie wzrasta, a klienci coraz chętniej korzystają z tej opcji.

Sklepy dm wyróżniają się wysokim standardem i komfortem zakupów. Klienci mogą skorzystać z bezpłatnej wody, miejsc do odpoczynku, nieodpłatnych usług pakowania prezentów, wywoływania zdjęć oraz personalizacji etykiet. Rodzice i dzieci znajdą tu m.in. przewijaki z darmowymi pieluchami marki Babylove, a nawet bujanego kucyka. Istotnym elementem strategii drogerii pozostają ceny. W sklepach dm klienci kupują **sprytniej niż w promocji i zawsze korzystnie**. Drogerie **gwarantują atrakcyjną i trwałą cenę półkową, która nie jest podwyższana przez okres minimum 4 miesięcy** od daty ostatniej podwyżki widocznej przy każdym produkcie. Jednocześnie, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom rynku, dm co tydzień oferuje nowe rabaty dostępne w aplikacji „Mój dm”.

Firma aktywnie angażuje się także w działania lokalne, m.in. poprzez tzw. Akcje Kasjerskie, wspierające inicjatywy społeczne w sąsiedztwie sklepów. Więcej o drogeriach na www.dm.pl

O drogeriach dm:

Drogerie dm posiadają ponad 4 000 punktów sprzedaży, w których zatrudnionych jest **ponad 89 100** osób w całej Europie. W roku obrotowym **2023/2024** dm odnotowały sprzedaż w wysokości 17,74 mld euro wygenerowaną łącznie we wszystkich 14 krajach europejskich. W tym samym okresie w Niemczech ponad 60 300 pracowników wygenerowało sprzedaż na poziomie 12,47 mld euro. dm po raz kolejny została wybrana przez klientów najpopularniejszą drogerią w ankiecie Kundenmonitor 2024.

Drogerie dm oferują szeroki wybór produktów do pielęgnacji twarzy i ciała, artykuły zdrowotne, higieniczne, dla dzieci i niemowląt oraz produkty w kategoriach kosmetyki i perfumy, żywność, gospodarstwo domowe, usługi foto i karma dla zwierząt. Oprócz produktów znanych marek klienci znajdą w dm także wiele marek własnych, takich jak Balea czy najlepiej sprzedająca się marka certyfikowanych kosmetyków naturalnych alverde. dm docenianie jest również za zespół wykwalifikowanych pracowników, chętnie doradzających klientom. Drogeria nieustannie pracuje nad optymalizacją.

Kontakt dla mediów: patrycja.narozna@prart-media.pl