

beklagen, verzeichnete dm im vergangenen Jahr ein Plus von +1,6% und Marktanteilszugewinne von +0,6 Prozentpunkten auf 46,6% am Drogeriefachhandel. Wie ist es dm gelungen, stabil durch die Krise zu kommen?

Engelmann: Schon über viele Jahre sehen wir aus den Ergebnissen der Marktforschung, dass dm im Branchenvergleich besonders begeisterte und damit auch treue Stammkunden hat. In einer Phase des vermehrten One-Stop-Shoppings, in der viele Verbraucher bei ihren Drogerieprodukten Abstriche gemacht haben, um neben dem Lebensmittelhandel mit der Drogerie nicht noch eine weitere Einkaufsstätte aufsuchen zu müssen, da wurde diese Treue und Verbundenheit ganz besonders auch in Zahlen sichtbar.

medianet: Während der stationäre Handel von den Lockdowns schwer getroffen wurde, boomt der Onlinehandel. Wie hat sich der Onlinehandel bei dm umsatzmäßig im vergangenen Jahr entwickelt? Welche Erwartungen haben Sie an 2021?

Engelmann: Wir hatten im Webshop insbesondere im ersten Lockdown sehr starke Umsatzzuwächse. Wir gehen davon aus, dass die Online-Umsätze sich von diesem erhöhten Niveau von 2020 aus weiter nach oben entwickeln werden, dass also die



© dm/Riebler

10%

Tampon-Steuer

Die Mehrwertsteuer auf Menstruationsprodukte wie Tampons und Binden wurde Anfang Jänner halbiert und damit von 20% auf 10% reduziert.

Kunden mit guten Erfahrungen beim digitalen Einkauf diesen Kanal weiterhin nutzen werden. Abhängig von den Beschränkungen im stationären Handel, werden diese Zuwächse größer oder kleiner ausfallen.

medianet: Welche Produkte werden seit der Coronakrise vermehrt online gekauft?

Engelmann: In den Anteiligkeiten der Zuwächse konnten wir keinen Unterschied zwischen unserem Webshop und dem stationären Handel feststellen. Ganz generell haben im letzten Jahr Corona-bedingt insbesondere Hygiene-Produkte und Lebensmittel, aber auch Haushaltsreiniger geboomt.

medianet: Im Jänner wurde die Mehrwertsteuer auf Menstruationsprodukte wie Tampons und Binden halbiert. In Ländern wie Deutschland haben die Hersteller nach der Senkung der 'Tamponsteuer' die Preise für ihre Produkte wieder erhöht. Inwiefern ist diese Entwicklung auch in Österreich zu erwarten?

Engelmann: Bis dato konnten wir keine derartigen Ambitionen der Hersteller feststellen und wir erwarten von unseren Industriepartnern auch keinerlei Schritte in diesem Sinne.

medianet: dm hat angekündigt, das Sortiment laufend grüner zu gestalten. Welchen Anteil haben ökologisch nachhaltige Produkte derzeit am Gesamtassortiment? Welche Ziele setzt sich dm für die kommenden Jahre?

”

Wir haben es im Handel überwiegend mit ‚typischen Frauenberufen‘ zu tun und mit viel Nachholbedarf, was Wertschätzung in vielfältiger Hinsicht betrifft.

Martin Engelmann
Vorsitzender
dm-Geschäftsführung

“

Umsatzentwicklung

Bilanz 2020

Mit einem Umsatzplus von +1,6% auf 980 Mio. € in Österreich entwickelt sich dm schwächer als gewohnt, kam aber stabil durch die Krise: Der Marktanteilszugewinn lag bei +0,6% auf 46,6% am Drogeriefachhandel.

Bilanz Konzern

Gemeinsam mit dm Deutschland wurde im Konzern ein Umsatz von 11.519 Mio. € erwirtschaftet (+ 2,9%). Weiterhin gut entwickeln sich die von Salzburg aus koordinierten Verbundenen Länder des Teilkonzerns Österreich/CEE.

Engelmann: Wir haben in Summe rund 2.500 Produkte am Regal mit ‚grünen Etiketten‘ gekennzeichnet. Dabei handelt es sich um Produkte mit ökologischem Mehrwert – sei es aufgrund der Inhaltsstoffe, der Verpackung oder weil sie aus anderen Gründen gegenüber vergleichbaren Produkten mit einem verkleinerten ökologischen Fußabdruck punkten können.