



© dm/Krug

aus einer steigenden Zahl von Einkäufen, die Zahl der Kassabons hat sich hierzulande um satte 13% erhöht.

Normalbetrieb nach Corona

Der Status quo im Abklingen der Coronapandemie: Dekorative Kosmetik legt wieder zu, und der Boom bei Desinfektions-, Reinigungs- und Klopapier-Artikeln flacht ab. Indes ist die Teuerung zur großen Herausforderung avanciert – neben der Kaufkraft der Mitarbeiter soll auch die der Kunden erhalten werden. „Unsere interne Inflation beläuft sich auf lediglich 1,3 Prozent“, betont

Standortfrage

Das Filialnetz blieb in Österreich im Vorjahr mit 386 Geschäften gleich. Das Sortiment ist jeweils standortoptimiert.

Bauer. Zum Vergleich: Die Preiserhöhung im Warenkorb betrug laut Statistik Austria 6,9%. Und auch die Einkaufspreisteuerung lag mit 2,62% doppelt so hoch wie die von dm weitergereichte.

Stabile Preise

Diese hohe Preisstabilität, die nicht zuletzt auch den Wettbewerb davon abhält, die Preise allzu volatil herumzucken zu lassen, fußt auf zwei Säulen: den dm-Eigenmarken und der Durchsetzungskraft gegenüber Lieferanten. Rund 4.000 Artikel im Eigenmarkenbereich stehen heute für 30% des Umsatzes und 40% der verkauften Menge. Der Vergleichswarenkorb mit Industrieprodukten ist um rund 40% teurer. Darüber hinaus seien über das Payback-Kundenbindungsprogramm Einkaufspreissenkungen um bis zu neun Prozent möglich.

In Bezug auf Industriepartner hält Bauer fest: „Wir hinterfragen die Forderungen unserer Lieferanten jetzt sehr genau. Denn was für uns gilt – den Gürtel enger schnallen –, erwarten wir auch von ihnen.“ Somit wird bei jeder Erhöhung geprüft, was ist gerechtfertigt und was im Bereich des Wunschenkens der Hersteller angesiedelt.

Trotz enger geschnallten Gürtels blickt Bauer zuversichtlich auf das laufende Geschäftsjahr – zum einen, weil der Weg, auch „bei kleinen Filialen das Sortiment zu perfektionieren“, der richtige ist. Zum anderen, so verlaute ebenso dm-Chef Martin Engelmann: „Wir sind ein stabil nachgefragter Grundversorger für Schönheit, Gesundheit und Wohlfühlen geworden. Bei Krisen spielt das kleine Glück des Alltags für die Menschen eine große Rolle.“

In den zwölf Ländern der Österreich-Gruppe werden heuer 190 Mio. € investiert – in das Filialnetz, Verwaltungsgebäude und Logistik.

“

Wir sind ein stabil nachgefragter Grundversorger für Schönheit, Gesundheit und Wohlfühlen geworden. Bei Krisen spielt das kleine Glück des Alltags eine große Rolle.

Martin Engelmann
dm-Geschäftsführer

“



© dm/APA-Fotosevice/Neumayr

Parallel strebt der Konzern den Ausstieg aus Öl und Gas an. In Österreich sind knapp über 100 Filialen zumindest teilweise auf Gas angewiesen, bis auf zehn Standorte sollen alle im Laufe des kommenden Jahres umgestellt werden. Im Gesamtkonzern will man bis 2030 frei von fossilen Energieträgern sein.

Facts & Figures dm drogerie markt

Umsatz	2019/20	2020/21	2021/22
dm Österreich	980	1.003	1.052
Ländergruppe	2.977	3.227	3.660
dm Gruppe	11.519	12.265	13.581
Filialen			
dm Österreich	386	386	386
Ländergruppe	1.741	1.793	1.846
dm Gruppe	3.765	3.862	3.945
Mitarbeiter			
dm Österreich	6.874	6.891	6.852
Ländergruppe	22.170	23.413	25.161
dm Gruppe	62.606	66.076	71.620

Umsatzangaben in Mio. €, bezogen auf die Geschäftsjahre; Ländergruppe bezieht sich auf dm Österreich und die von dm Österreich betreuten elf Länder. Quelle: dm drogerie markt