



Das Unternehmen 2017



ROSSMANN

DAS UNTERNEHMEN:

Inhaltsübersicht



Seite

4 IM ZEICHEN DES ZENTAUREN:
Das Unternehmen

IDEEN, MENSCHEN, WACHSTUM:
6 Die Unternehmens-
geschichte

SOZIALE VERANTWORTUNG:
8 Ausbildung und
Entwicklung

GESELLSCHAFTLICHES
ENGAGEMENT:
9 Unternehmensprojekte

Seite

10 WACHSTUM SCHAFFT ZUKUNFT:
Der Unternehmenserfolg

MARKEN, AUSWAHL, ANGEBOTE:
11 Die Sortimente

DROGERIEMARKT ZUM WOHLFÜHLEN:
12 Das neue Ladenbild

DIE ROSSMANN-QUALITÄTSMARKEN:
13 Eigene Produktideen

IM ZEICHEN DES ZENTAUREN:

Das Unternehmen



2.055 Filialen führen in Deutschland Anfang 2017 den ROSSMANN-Schriftzug (hier: Die größte Filiale in Berlin, Wilmersdorfer Straße)

Die DIRK ROSSMANN GmbH ist die zweitgrößte Drogeriekette der Bundesrepublik und gehört nach Umsatz zu den 10 wichtigsten Lebensmitteleinzelhändlern in Deutschland.¹⁾

Weltweit belegt ROSSMANN unter den 250 größten Händlern Platz 111.²⁾

Deutschlands größte ROSSMANN-Standorte nach Anzahl der Verkaufsstellen³⁾



Im Jahr 2016 erzielte die ROSSMANN-Gruppe mit 3.627 Verkaufsstellen in Deutschland, Polen, Ungarn, Tschechien, Albanien und der Türkei einen Umsatz von 8,4 Mrd. Euro.

Die DIRK ROSSMANN GmbH ist ein inhabergeführtes Unternehmen und befindet sich mehrheitlich im Besitz der Familie Roßmann. Firmensitz ist Burgwedel bei Hannover. Daneben ist die weltweit tätige A.S. Watson-Gruppe mit 40 Prozent am Unternehmen beteiligt.

ROSSMANN-Drogeriemärkte haben heute eine durchschnittliche Verkaufsfläche von 560 m² und präsentieren sich außen wie innen hochwertig in den Farben Weiß und Rot. Seit 2015 wird ein neues Ladenbild eingeführt, das mit wärmeren Farben, neuen Sortimentsabfolgen, auffälligem Kundenleitsystem und viel indirektem Licht für eine emotionale Ansprache des Kunden steht.

Im roten Schriftzug führt das Unternehmen sein Wahrzeichen, den Zentaur im O, jenes Fabelwesen aus der griechischen Sagenwelt, das symbolisch für den Namen des Gründers und Inhabers steht.



¹⁾ Quelle: TradeDimensions/Lebensmittel Zeitung

²⁾ Quelle: Deloitte-Vergleichsstudie „Global Powers of Retailing 2016“

³⁾ Stand 01/2017



Im Zeichen des Zentauren steht auch die Zentrale unmittelbar an der A7, Ausfahrt Großburgwedel, die im September 1992 bezogen wurde. Nach vier Erweiterungen in den Jahren 2000 bis 2007 wuchs die Gebäudenutzfläche auf rund 40.000 m² Lager- und 8.000 m² Bürofläche.

Im Jahr 2010 entstand mit einem Investitionsvolumen von 17 Mio. Euro ein kompletter Neubau neben der bisherigen Zentrale mit 5.000 m² neuer Bürofläche, der 2011 bezogen wurde. In Burgwedel ist auch das regionale Verteilzentrum Nord mit 37.000 m² Gesamt-lagerfläche untergebracht.

Die Funktionen der Logistikzentrale hat seit 2007 das Logistikzentrum in Landsberg bei Halle übernommen, das im August 2002 in Betrieb ging und

von Sommer 2005 bis Frühjahr 2007 auf insgesamt 68.000 m² Gesamt-lagerfläche erweitert wurde. 50 Mio. Euro hat ROSSMANN in die neue Logistik-Zentrale investiert – die größte Bauinvestition der Firmengeschichte und zugleich die zweitgrößte Lagerlogistik-Investition in Sachsen-Anhalt überhaupt. 2013 wurde die Gesamt-lagerfläche auf rund 100.000 m² vergrößert.

Neben Burgwedel und Landsberg, das auch die Funktion des regionalen Verteilzentrums Ost hat, gibt es noch fünf weitere regionale Verteilzentren in Bergkirchen (bei München), Kiel, Köln-Niehl, Rodgau (bei Frankfurt) und Wustermark (bei Berlin). Ein weiteres regionales Verteilzentrum in Malsberg (bei Kassel) befindet sich derzeit im Bau und soll noch in diesem Jahr ans Netz gehen.



Die Mitarbeiter im zentralen Logistikzentrum Landsberg bei Halle (großes Foto) sowie in sieben weiteren regionalen Verteilzentren sorgen für die reibungslose Warendistribution.



Der Neubau der ROSSMANN-Zentrale in Burgwedel wurde 2011 bezogen.

Die Unternehmensgeschichte



Der erste ROSSMANN „Markt für Drogeriewaren“ eröffnete am 17. März 1972 im Herzen Hannovers (Jakobstraße 6).

Die Unternehmensgeschichte begann am 17. März 1972, als der damals 25-jährige Dirk Roßmann seinen ersten „Markt für Drogeriewaren“ in Hannover eröffnete. Das war zugleich der erste SB-Drogeriemarkt in Deutschland, und Dirk Roßmann gilt seither als Erfinder und Pionier des Drogeriemarktkonzeptes.

Im Juli 1984 kam das Parfümgeschäft hinzu. Unter Umgehung von Preisbindung und Depotsystem setzte ROSSMANN auch bei edlen Markendüften das Selbstbedienungsprinzip durch und belegt bis heute bei Markenparfüms gehobener Preisklasse die Position eines der umsatzstärksten SB-Anbieter.

Aus dem „Markt für Drogeriewaren“ entwickelte sich daher bereits in den 1980er-Jahren der gehobene „Parfümerie-Drogerie-Discounter“. Heute führt ROSSMANN in Werbung und Außendarstellung den Namenszusatz „Mein Drogeriemarkt“.

Die Expansion wurde seither konsequent vorangetrieben. Zum zehnten Jubiläum 1982 war das Unternehmen mit 100 Verkaufsstellen Marktführer in Norddeutschland.

Nach der Wiedervereinigung begann 1991 der flächendeckende Aufbau von ROSSMANN-Drogeriemärkten in Ostdeutschland. Zum 25. Firmenjubiläum 1997 führte die „ROSSMANN Ost Drogeriemärkte GmbH“ bereits 300 Märkte. Die Gesamtzahl der Verkaufsstellen war auf 450 angewachsen.



Eine der ersten Verkaufsstellen in Ostdeutschland: ROSSMANN-Drogeriemarkt in Staßfurt (Sachsen-Anhalt) im Juli 1990

In den Folgejahren wuchs das Unternehmen sowohl durch systematische Expansion als auch durch Zukäufe: So wurden im Mai 2000 von der Rewe Handelsgesellschaft 90 Idea-Drogeriemärkte übernommen.

Im September 2003 wurden von der Tengelmann-Gruppe zunächst 72 Kaisers Drugstore (kd)-Märkte, im Mai 2005 noch einmal 300 weitere kd-Märkte erworben. Sie waren zum Zeitpunkt der Übernahme bereits vollständig auf ROSSMANN umgeflaggt.

Seit Januar 2008 gehören auch die 160 Drogeriemärkte des schleswig-holsteinischen Unternehmens Kloppenburg zu ROSSMANN.

Zuletzt wurden in der zweiten Jahreshälfte 2012 aus der Schlecker-Konkursmasse 104 Ihr Platz-Märkte erworben, darunter 20 Bahnhofsfilialen. Für die Bahnhöfe entwickelte ROSSMANN die neue Vertriebslinie ROSSMANN EXPRESS und führt heute 32 Verkaufsstellen in Haupt-, Fern- und Regionalbahnhöfen.

Im März 2016 eröffnete ROSSMANN in Hannover seinen 2.000. Drogeriemarkt Deutschlands. Insgesamt führt ROSSMANN zu Beginn des Jahres 2016 in sechs europäischen Ländern (Deutschland, Polen, Ungarn, Tschechien, Albanien und Türkei) 3.672 Drogeriemärkte mit 50.500 Mitarbeitern.

Im Versandhandel ist ROSSMANN bereits seit 1999 erfolgreich tätig. ROSSMANN Online vertreibt als erste deutsche Drogeriegründung im Netz unter www.rossmann.de ein vollständiges Drogeriesortiment und errang 2016 den 1. Platz und damit den Testsieg unter den fünf deutschen Online-Drogerien bei einer Prüfung durch das Deutsche Institut für Servicequalität (DISQ).



Unternehmer Dirk Roßmann (70) gilt als Erfinder des SB-Drogeriemarktes in Deutschland. In der Imagebilanz 2016 des „Manager Magazins“ für die 150 wichtigsten deutschen Konzernlenker belegt er Platz 6.

ROSSMANN-JAHRESZAHLEN 1972 – 2016

1972 eröffnet Dirk Roßmann den ersten „Markt für Drogeriewaren“ in Hannover und erfindet das Prinzip des SB-Drogeriemarktes.

1976 zieht die ROSSMANN-Zentrale aus Hannover nach Burgwedel.

Aus der neuen Zentrale werden 20 ROSSMANN-Märkte geführt.

1982 ist ROSSMANN mit 100 Verkaufsstellen Marktführer in Norddeutschland.

1984 steigt ROSSMANN ins Parfümgeschäft ein und setzt auch hier das Selbstbedienungsprinzip durch. Aus dem „Markt für Drogeriewaren“ entwickelt sich der gehobene „Parfümerie-Drogerie-Discounter“.

1990 beginnt mit der Eröffnung der ersten beiden ROSSMANN-Drogeriemärkte in Thüringen und Sachsen-Anhalt die flächendeckende Expansion in Ostdeutschland.

1993 eröffnen im polnischen Lodz und im ungarischen Debrecen die ersten ROSSMANN-Drogeriemärkte Osteuropas.

1997 begeht das Unternehmen sein 25. Firmenjubiläum. ROSSMANN führt 444 Drogeriemärkte in Deutschland und 55 Märkte in Osteuropa.

Mit babydream und sunozon werden die ersten ROSSMANN-Qualitätsmarken eingeführt.

1999 beginnt ROSSMANN als erstes Unternehmen der Branche den Drogeriehandel im Internet.

2000 eröffnet ROSSMANN den 500. Drogeriemarkt in Deutschland. Von der Rewe-Gruppe werden im selben Jahr 90 Idea-Märkte übernommen.

Mit der Einstellung von 104 Azubi beginnt die ROSSMANN-Ausbildungs-Initiative.

2002 wird das neue Logistikzentrum in Landsberg in Betrieb genommen.

In Burgwedel beginnt der Bau eines zusätzlichen Hochregallagers.

2003 werden von der Tengelmann-Gruppe zunächst 72 kd-Filialen im ROSSMANN-Vertriebsgebiet übernommen.

Im Mai 2005 folgen rund 300 kd-Filialen im südwestlichen Bundesgebiet.

2005 eröffnet ROSSMANN den 1.000. Drogeriemarkt Deutschlands in Frankfurt am Main.

2008 erwirbt ROSSMANN die 160 Drogeriemärkte des schleswig-holsteinischen Drogeriemarkt-Unternehmens Kloppenburg.

2009 wird in Albanien Hauptstadt Tirana der erste Drogeriemarkt eröffnet.

2010 folgt das fünfte Auslands-geschäft mit dem Markteintritt in die Türkei.

2011 wird der Neubau der ROSSMANN-Zentrale in Großburgwedel fertiggestellt und bezogen.

2012 begeht ROSSMANN sein 40-jähriges Firmenjubiläum und wird die Nummer 2 der Branche. 104 Ihr Platz-Märkte werden übernommen.

2014 ist das Jahr des „Berliner Modells“. ROSSMANN präsentiert in Berlin den ersten Drogeriemarkt einer neuen Generation. Die Warenpräsentation wird moderner und emotionaler.

2015 werden drei neue Geschäftsführer ernannt: Peter Dreher (Finanzen/Verwaltung), Raoul Roßmann (Einkauf/Werbung) und Michael Rybak (Logistik/IT). In Rodgau geht ein neues regionales Verteilzentrum an den Start.

2016 eröffnet in Hannover der 2.000. ROSSMANN-Drogeriemarkt Deutschlands.

SOZIALE VERANTWORTUNG:

Ausbildung und Entwicklung



Das ROSSMANN-Seminarzentrum „Waldhof“ in der Lüneburger Heide gibt es seit 1984

Die ROSSMANN-Kultur ist geprägt von sozialer Verantwortung innerhalb und außerhalb des Unternehmens. 50.500 Menschen sind heute für ROSSMANN tätig – davon 30.000 in Deutschland.

Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter werden eine große Bedeutung beigemessen. Mit dem eigenen Seminarzentrum „Waldhof“ in der Lüneburger Heide hat das Unternehmen bereits in den 1980er-Jahren einen Ort der Begegnung über alle Unternehmensbereiche hinweg geschaffen, der auch heute intensiv genutzt wird. Individuelle Förderprogramme wie die „Jahresgruppen“, ein umfangreiches Seminarangebot zur fachlichen Weiterbildung oder die „Kulturfahrten“ ins Dessau-Wörlitzer Gartenreich sind nur einige Angebote des Unternehmens zur persönlichen Weiterentwicklung.

Rund 1.500 junge Menschen absolvieren heute eine kaufmännische Berufsausbildung bei ROSSMANN. Es werden 12 Ausbildungsberufe und zwei Duale Studiengänge angeboten. Mehr als 80 Prozent der Auszubildenden werden anschließend übernommen. ROSSMANN gehört laut „Schülerbarometer 2016“ zu den 100 beliebtesten Ausbildungsunternehmen in Deutschland und belegt laut „Focus Business“ 2017 im Branchenranking Einzelhandel Platz 5 der beliebtesten Arbeitgeber im deutschen Handel.

Über 1.000 interne Seminare, Förderkreise und externe Maßnahmen zur beruflichen Fortbildung werden bei ROSSMANN jährlich angeboten. Das sind mehr als drei Veranstaltungen an jedem Werktag. Die „Begrüßungstage“ für die neuen Ausbildungsjahrgänge, die „Azubi-Wochen“, in denen Auszubildende völlig selbstständig eine Filiale leiten, und das „Sailtraining“ an Bord des Segelschiffs „Alexander von Humboldt II“ für die 100 Besten runden die Ausbildung bei ROSSMANN ab.

2016 hat das Zeitalter des elektronisch unterstützten Lernens für alle ROSSMANN-Mitarbeiter begonnen. Dazu wurden die Azubis, Ausbilder und alle Verkaufsstellen mit 5.000 Tablet-PC ausgestattet. Weiterbildung und Qualifizierung an der virtuellen ROSSMANN-Akademie sind mittels E-Learning jetzt jederzeit und an jedem Ort möglich.



Azubi-Rekord 2016: Die Rossmann-Zentrale begrüßt 700 neue Auszubildende.

Azubis auf großer Fahrt: Seit 2014 gehört das „Sailtraining“ auf dem Großsegler „Alexander von Humboldt II“ jährlich für 100 Azubis zur Persönlichkeitsentwicklung.



GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT:

Unternehmensprojekte

Drei Beispiele für bewusstes gesellschaftliches Engagement sind die Partnerschaft mit dem Deutschen Kinderhilfswerk (DKHW), die Trägerschaft des Projektes „Klasse! Wir singen (KWS)“ und die Unterstützung der Initiative „MENTOR – Die Leselernhelfer“.

ROSSMANN ist seit 20 Jahren der wichtigste Partner der Berliner Kinderrechtsorganisation und steht mit 17.000 Spendendosen in den Verkaufsstellen für mehr als ein Drittel der gesamten Spendeneinnahmen. Im Jahr 2016 wuchs das Sammelergebnis der Rossmann-Verkaufsstellen auf 584.000 Euro. ROSSMANN erhöhte diesen Betrag durch weitere Zuwendungen auf insgesamt 820.000 Euro. Seit über 40 Jahren setzt sich das DKHW für Kinder in Deutschland ein. Dabei wurden 2016 Einzelfallhilfen für fast 3.000 Kinder und deren Familien in Armut geleistet sowie 382 Kinder- und Jugendprojekte gefördert.

Seit 2009 unterstützt ROSSMANN die Initiative „Klasse! Wir singen“ gegen das Aussterben des Singens in unserer Gesellschaft. Seit 2013 ist Procter & Gamble als Förderer mit von der Partie. Gemeinsam getragen wird auch der „KWS-Schulfonds“ für die musikalische Nachwuchsförderung an Schulen. In ganz Deutschland beteiligten sich in den vergangenen sechs Jahren über 500.000 Schüler in 4.700 Schulen an 215 Konzerten. Für die Fortsetzung der Liederfeste 2017 u.a. in Hamburg Niedersachsen hat ROSSMANN weitere 285.000 Euro zur Verfügung gestellt.



Bei ausgewählten Neueröffnungen unterstützen ROSSMANN und das Deutsche Kinderhilfswerk lokale Kinder- und Jugendprojekte (hier: VKST 3165 Eningen in Baden-Württemberg)



Konzert „Klasse! Wir singen“ in der TUI-Arena in Hannover. 4.000 Kinder singen gemeinsam Kinder-, Volks- und Poplieder.

Vor 12 Jahren gründete der Buchhändler Otto Stender in Hannover den ersten Verein „MENTOR-Leselernhelfer“. ROSSMANN gehört von Anbeginn an zu den Förderern des Projektes. Inzwischen ist aus der Idee ein bundesweites Netzwerk mit 61 Mitgliedern geworden. Im Schuljahr 2015/2016 haben 11.000 Mentoren 14.000 Lesekinder an 1.600 Schulen in 270 Orten gefördert. Die jährliche Zuwendung für den MENTOR-Bundesverband beträgt 75.000 Euro.

UNTERNEHMEN UND UMWELT

Mit vielfältigen Maßnahmen hat ROSSMANN in den vergangenen Jahren an der CO₂-Reduzierung gearbeitet. Im Rahmen des betrieblichen Energiemanagements wurden rund 4.000 digitale Stromzähler in 95% aller deutschen Drogeriemärkte installiert. Damit werden neben dem Gesamtenergieverbrauch zusätzlich die Verbrauchswerte für Licht, Klimatisierung und Lüftung transparent gemacht. Die Einbindung der Messstellen in das eigens entwickelte Controlling-System des Unternehmens ermöglicht die Auswertung und Analyse der Verbrauchsdaten.

Ein weiteres Beispiel für kontinuierliche Verbesserungen in der CO₂-Bilanz ist der ROSSMANN-

Fuhrpark. Die PKW-Flotte hält den Richtwert von 130 g/km CO₂ schon seit 2014 ein. Aktuell wird für die 666 Firmen-PKW ein Wert von 112,7 g/km erreicht. Ende 2017 werden 90% der rund 100 firmeneigenen LKW die Schadstoffnorm „Euro 6“ erfüllen.

In einem CO₂-Bilanzierungsbericht wird der ökologische Fußabdruck ermittelt, den ROSSMANN im Rahmen seiner wirtschaftlichen Aktivitäten hinterlässt und anhand hochwertiger Kennziffern über alle Unternehmensbereiche hinweg dokumentiert.



WACHSTUM SCHAFFT ZUKUNFT:

Der Unternehmenserfolg

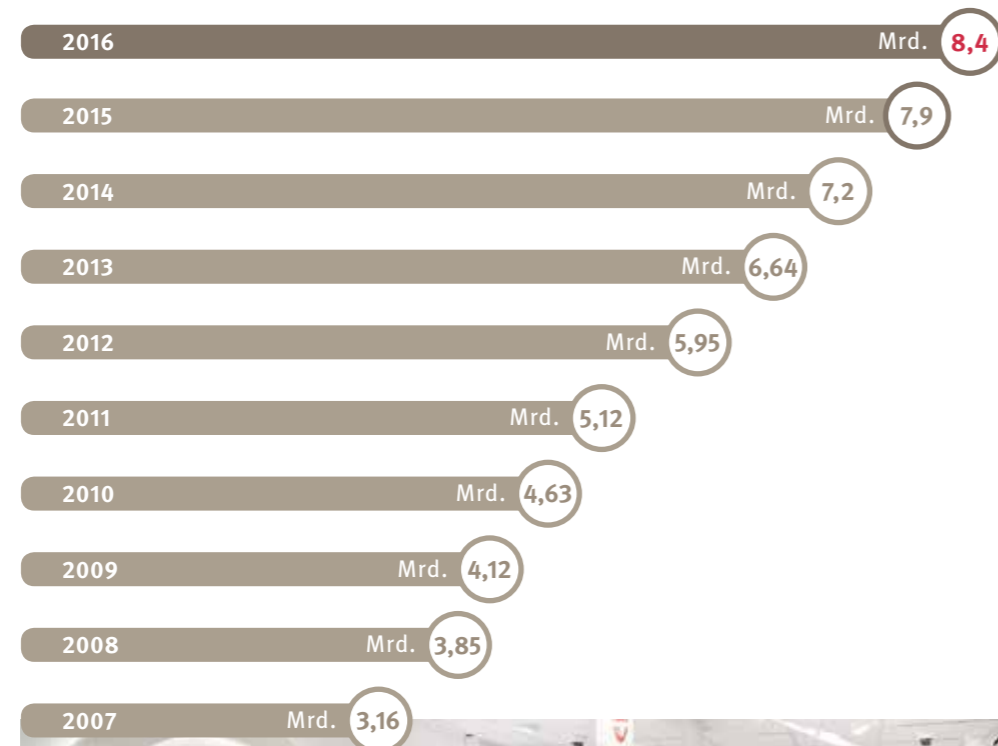
Umsatz und Expansion der ROSSMANN-Drogeriemärkte zeigen seit Jahren eine konstant hohe Dynamik. Mit 8,4 Mrd. Euro Umsatz realisierte ROSSMANN 2016 ein Konzernwachstum von 6,3 Prozent. Der Umsatz in Deutschland stieg dabei um 5,4 Prozent auf 6,1 Mrd. Euro.

Der Umsatz der Auslandsgesellschaften in Polen, Ungarn, Tschechien, Albanien und der Türkei wuchs um 9 Prozent auf 2,3 Mrd. Euro. Damit steuerten die Auslandsgesellschaften 27 Prozent zum Konzernumsatz bei. ROSSMANN betrieb im Ausland zu Jahresbeginn 2017 insgesamt 1.572 Drogeriemärkte (Polen 1.169, Ungarn 198, Tschechien 131, Türkei 66, Albanien 8).

Im laufenden Jahr wird das hohe Expansionstempo im Konzern beibehalten. Das Investitionsvolumen liegt bei 225 Mio. Euro. Die Filialzahl wird um 250 Märkte zulegen.

ROSSMANN hat heute in Deutschland einen Marktanteil bei Drogeriewaren im Lebensmitteleinzelhandel von 13,8 Prozent. Rund 1,7 Mio. Kunden kaufen täglich in einem ROSSMANN-Drogeriemarkt ein.

In Deutschland sollen bei einem Investitionsvolumen von 137 Mio. Euro 110 neue Märkte eröffnet werden.



Umsatzentwicklung der vergangenen 10 Jahre (Konzern) in Euro

MARKEN, AUSWAHL, ANGEBOTE:

Die Sortimente

Das ROSSMANN-Sortiment ist in hohem Maße markenartikelorientiert und hebt sich durch seinen Umfang in Breite und Tiefe der geführten Warengruppen vom Wettbewerb ab. Das Drogeriesortiment der größten Verkaufsstellen umfasst ca. 17.500 Artikel. Der Sortimentsumfang variiert je nach Größe der Verkaufsfläche und Standort der Verkaufsstelle.

Von Anfang an dabei sind unter den heute rund 300 Lieferanten so bekannte Unternehmen wie Beiersdorf, CP Gaba (Colgate Palmolive), GlaxoSmithKline, Henkel, HIPP, Johnson & Johnson, Klosterfrau, Unilever, L'Oréal, Milupa, Nestlé, Procter & Gamble und Reckitt Benckiser. Neben einem kompetenten Drogeriewaren-Sortiment mit den Schwerpunkten Haut- und Körperpflege, Lebens- und Genussmittel, Baby, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel und Haarpflege führt ROSSMANN ausgewählte Aktionsartikel der ROSSMANN-Ideenwelt, den ROSSMANN-Fotoservice sowie ein umfangreiches Naturkost- und Weinsortiment.

In der Parfüm-Abteilung findet der Kunde rund 400 bekannte Düfte mit 800 unterschiedlichen Referenzen, die entsprechend hochwertig präsentiert werden.

Rund 1.000 größere Verkaufsstellen führen heute zusätzlich umfangreiche Spiel- und Schreibwarensortimente sowie ein erweitertes Haushaltswarenangebot. Die neuen Sortimente fügen sich nahtlos ins ROSSMANN-Ladenbild ein und sind besonders erfolgreich in ländlichen Regionen, in denen ROSSMANN die Rolle des klassischen Nahversorgers oder eines kleinen Kaufhauses übernimmt.



Die „ROSSMANN Ideenwelt“ führt ausgewählte Aktions-sortimente.



In der Parfümabteilung findet der Kunde 400 bekannte Düfte.



Hochwertige Präsentation der Dekorativen Kosmetik

DROGERIEMARKT ZUM WOHLFÜHLEN:

Das neue Ladenbild



Seit 2015 gibt es für alle neuen Filialen und Umbauten ein komplett neues, emotionaleres ROSSMANN-Ladenbild, das nach dem Prototypen in der Hauptstadt „Berliner Modell“ genannt wird.



Der 2.000ste ROSSMANN-Markt eröffnete 2016 in Hannover

Auch Hannovers Oberbürgermeister Stefan Schostok besuchte die modernste ROSSMANN-Filiale auf der Flaniermeile Georgstraße im Herzen der Innenstadt. Mit einer Verkaufsfläche von 1.400 m² ist



Am 5. März 2016 eröffnete in Hannover der 2.000ste ROSSMANN-Markt Deutschlands. Das ist ein neuer Rekord, denn kein anderes Drogeriemarkt-Unternehmen hat mehr Filialen im Land.

Entsprechend groß war das Interesse der Öffentlich-

sie zugleich ROSSMANNs größte Europas. „Drogerieparadies“ nannte sie schon vor der Eröffnung die „Neue Presse Hannover“ und meinte damit das junge, zukunftsweisende ROSSMANN-Konzept mit modularer Fassadengestaltung, großzügigem Flächenmaß, neuen Farben und Formen der Warenpräsentation, indirekter Aus- und Beleuchtung des Verkaufsraumes sowie einer komplett modifizierten Kategorie- und Sortimentssystematik zur besseren und schnelleren Kundenorientierung.

Der innovative ROSSMANN-Markenauftritt sorgt für eine emotionalere Ansprache des Kunden und damit für einen Drogeriemarkt zum Wohlfühlen. Inzwischen sind über 250 Drogeriemärkte mit dem neuen Ladenbild eröffnet oder umgebaut worden.

DIE ROSSMANN QUALITÄTSMARKEN:

Eigene Produktideen



Ein Schlüssel zum Unternehmenserfolg der vergangenen 20 Jahre sind die ROSSMANN-Qualitätsmarken. 1997 wurden die ersten Eigenmarken Babydream, Facelle, Sunozon und Winston eingeführt. Diese eigenen Marken stehen den vergleichbaren Industriemarken in nichts nach, sind jedoch zwischen 30 und 50 Prozent günstiger als der jeweilige Marktführer.

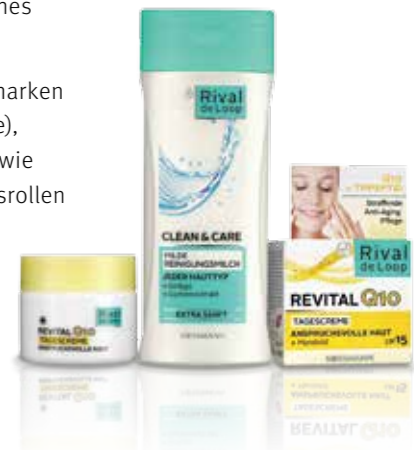
Aktuell umfasst das Sortiment 30 Marken mit rund 4.600 verschiedenen Artikeln in allen drogistischen Sortimenten. ROSSMANN verfügt damit über das umfangreichste Eigenmarkensortiment bei Drogeriewaren in Deutschland.

Von Anbeginn an wird dem Qualitätsanspruch oberste Priorität eingeräumt. So wird durch permanente Überwachung aller ROSSMANN-Qualitätsmarken-Produkte die festgelegte hohe Qualität gleichbleibend sichergestellt. Über 465-mal „sehr gut“ und „gut“ von Ökotest und Stiftung Warentest in den vergangenen 20 Jahren sind der beste Beweis für den Erfolg dieser Strategie.

Im Qualitätsvergleich schneiden die ROSSMANN-Marken häufig sogar besser ab als manches Spitzenprodukt der Markenindustrie.

Die bekanntesten ROSSMANN-Qualitätsmarken sind Isana (Haut-, Haar- und Körperpflege), Domol (Reinigungs- und Waschmittel) sowie Alouette (Papiertaschentücher, Haushaltsrollen und Toilettenpapier).

Die Kosmetik von Rival de Loop verbindet modernste hautphysiologische Forschungsergebnisse mit höchstem Pflege-Komfort. Rival de Loop gilt längst als die hochwertigste Systemkosmetik kosmetischer Handelsmarken in Deutschland.



ROSSMANN Qualitätsmarken: Aktuell gibt es 30 Marken mit 4.600 Artikeln



Nahezu alle Produkte der Naturkosmetik-Serie Alterra tragen das „NaTrue-Siegel“. Der Grundsatz von NaTrue lautet: Naturkosmetika sollten so viele natürliche Rohstoffe enthalten wie möglich.

enerBiO bietet mit 300 Artikeln ein Sortiment, das den EU-Richtlinien für Bio-Lebensmittel entspricht. Alle Produkte der Eigenmarke sowie weiterer Bio-Marken à la Tartex, Little Lunch oder Veganz stammen aus ökologisch kontrolliertem Anbau und sind gentechnisch nicht verändert. Deutsche und regionale Anbauprojekte werden bevorzugt. Zusätzlich sind die Produkte für Allergiker oder Veganer klar gekennzeichnet.

Auch mit den Verpackungen konnten die Eigenmarken überzeugen: Das FSC-Siegel auf allen Faltschachteln trägt den Zusatz „Mix“. Das heißt, das in der Herstellung verwendete Holz stammt ausschließlich aus kontrolliertem Anbau oder der Karton besteht aus Recyclingmaterial. Ziel sind 80 Prozent dieses Materials bei allen Faltschachteln. Auch andere bekannte Gütezeichen wie das Bio-Siegel, der Blaue Engel, FSC, PEFC oder die Vegan-Blume stärken das Vertrauen in die Eigenmarken.

Mit „babydream“ Babymilchen, Breien, Säften und Schorlen in geprüfter Bio-Qualität, Fairtrade-Produkten von „enerBiO“ oder eigenen Kaffeeprodukten von „Laudatio“ etablierte ROSSMANN eigene, innovative Produktideen in äußerst sensiblen Bereichen. Ihre hohe Qualität sowie ihr deutlicher Preisvorteil haben die ROSSMANN-Qualitätsmarken zu echten Kundenmagneten des drogistischen Kernsortimentes werden lassen. Sie sind die Garanten einer starken Kundenbindung und einer erfolgreichen Zukunft der ROSSMANN-Drogeriemärkte.



Für ihre grüne Produktpolitik wurden die ROSSMANN-Qualitätsmarken Alterra und enerBiO mit der internationalen Auszeichnung „Greenbrand 2015/16“ geehrt. Die Bewahrung natürlicher Lebensgrundlagen und die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit stehen dabei im Vordergrund. In einem dreistufigen Prüfverfahren werden Faktoren wie Energieverbrauch, Transport, Emissionen, Ressourcenschutz, Wasserverbrauch, Verpackung und Rohstoffgewinnung bewertet.

Alterra und enerBio überzeugten die Jury als „grüne Marken“ für den Alltag mit Sortimenten, die auf das Bewusstsein der Bevölkerung für Umweltschutz und einen gesunden Lebensstil ausgerichtet sind.

Bei mehr als 170 Artikeln setzt die Marke Alterra gezielt hochwertige Bio-Rohstoffe und hautverträgliche Inhaltsstoffe ein. Die Naturkosmetiklinie verzichtet außerdem auf Tierversuche.



Impressum:

DIRK ROSSMANN GmbH
Öffentlichkeitsarbeit
Isernhägener Straße 16
30938 Burgwedel

Telefon 05139/898-4444
dialog@rossmann.de
www.rossmann.de

Gestaltung:
Winkler & Stenzel GmbH,
Burgwedel

Stand 01/2017

 ROSSMANN