



Geschäftsentwicklung 2023

und Ausblick 2024

Burgwedel, 25. April 2024

Sehr geehrte Damen und Herren,

Erneut liegt ein Rekordjahr hinter ROSSMANN! Mit einem konzernweiten Umsatz von 13,9 Milliarden Euro und einem Wachstum von 14,4 Prozent hat das Unternehmen die selbst gesteckten Ziele übertroffen und ist ebenso erfolgreich in das Jahr 2024 gestartet. Auch wenn die Inflationsrate für 2023 geringer ausgefallen ist als im Jahr zuvor, legen Verbraucherinnen und Verbraucher weiterhin großen Wert auf günstige Preise.

„ROSSMANN-Marken überzeugen nicht nur mit dem besten Preis-Leistungs-verhältnis, sondern geben unseren 1,84 Millionen Kunden täglich auch die Möglichkeit, sich einen kleinen Luxus zu gönnen. Das überzeugt! Ein ROSSMANN-Einkauf ist deutlich mehr, als nur den alltäglichen Bedarf zu decken.“

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

ROSSMANN-Marken sind sehr gefragt – jedes dritte gekaufte Produkt ist eine ROSSMANN-Marke und sie tragen erheblich dazu bei, dass ROSSMANN als preisgünstig wahrgenommen wird. So wurde ROSSMANN erst kürzlich von der Analyse- und Beratungsgesellschaft ServiceValue zum Preis-Champion der Drogerie-Branche und Zweitplatzierten im Lebensmitteleinzelhandel gekürt. Besonders herausgestellt hat das Ranking die fair und transparent gestalteten Preise.

Auch in den ROSSMANN-Auslandsgesellschaften sorgen die ROSSMANN-Marken maßgeblich für den Erfolg und etablieren sich zudem als internationale Brand über die ROSSMANN-Filialen hinaus. Die noch junge, rund einjährige Kooperation mit der SPAR Österreich zeigt zudem, dass ROSSMANN-Marken auch international Kunden überzeugen. 65 Artikel der ROSSMANN-Marke ISANA sind bereits in Filialen in Österreich, Slowenien, Kroatien und Norditalien im Sortiment – ROSSMANN-Marken wie die Naturkosmetikmarke Alterra und Mundpflegemarke Prokudent befinden sich ebenfalls schon in ausgewählten Filialen.

ROSSMANN steht für die Freiheit ein selbstbestimmtes Leben zu führen. Dazu gehört, dass wir als Unternehmen niemandem vorschreiben, wie er lebt oder was er konsumiert, ebenso wenig möchten wir unsere Kunden bei ihrem Einkauf zeitlich und räumlich einschränken: Die Erweiterung der ROSSMANN-App, aus der nun auch online bestellt werden kann, ist daher ein konsequenter Schritt. Die über 7,5 Millionen aktiven Nutzer der ROSSMANN-App können somit jederzeit die gewünschten Produkte nach Hause oder die nächstgelegene ROSSMANN-Filiale bestellen – über die nutzerstärkste Drogerie-App in Deutschland. Zur freien Entscheidung zählt ROSSMANN auch das Angebot von Self-Checkout-Kassen (SCO), damit Kunden die Wahl haben, ob sie ihren Einkauf an der Kasse bei einer ROSSMANN-Mitarbeiterin oder selbstbestimmt abschließen wollen. Daher wurde das Angebot an Selbstbedienungskassen im vergangenen Jahr deutlich ausgebaut – mit aktuell 1890 Self Checkout-Kassen in 697 Filialen bietet ROSSMANN das weitreichendste Angebot selbstbestimmten Bezahls im Drogeriehandel. Bis Ende des Jahres hat sich ROSSMANN zum Ziel gesetzt, die Anzahl der Selbstbedienungs-Möbel auf 2.500 zu erhöhen sowie diese dann in 1.000 Filialen anzubieten.

Die optimale Anzahl der Selbstbedienungskassen pro Filiale wird bei ROSSMANN mit Hilfe von Machine Learning ermittelt – das ist nur eins von 200 KI-Projekten, die innerhalb des letzten Jahres gestartet sind, um Künstliche Intelligenz für eine bestmögliche technologische Unterstützung der jeweiligen Unternehmensbereiche zu nutzen. Ein interdisziplinäres KI-Team kümmert sich zu 100 Prozent um alle KI-Belange bei ROSSMANN – von der Information über neue Projekte bis zur Aufsetzung von Schulungen, um alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gleichermaßen mitzunehmen und zu befähigen. Technologische Entwicklung wird bei ROSSMANN als Unterstützung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Verbesserung des Einkaufserlebnis der Kunden gesehen und kommt daher sehr zielgerichtet zum Einsatz.

Wie eindrucksvoll und effektiv der neuste Stand der Technik in der ROSSMANN-Logistik ist, zeigt das neue Verteilzentrum Burgwedel 2.0 in der unmittelbaren Nähe der ROSSMANN-Zentrale. Die Produktivität ließ sich hier um 20 Prozent steigern – was zugleich einen positiven Effekt auf die Arbeitsabläufe der Mitarbeiter hat. Das circa 42.000 Quadratmeter große Gebäude setzt beim Thema Nachhaltigkeit neue Maßstäbe und wurde unter Anwendung des Zertifizierungssystems der DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) errichtet, u. a. mit einer Photovoltaik-Anlage, die nicht nur bis zu 100 Prozent der Grundlast abdeckt, sondern auch ermöglicht, überschüssige Energie ins Netz einzuspeisen.

Mit dem neuen Verteilzentrum tätigt ROSSMANN die Rekordinvestition von über 100 Millionen Euro und investiert damit in die Zukunft des Unternehmens. Mit dem 27. April wird das neue Verteilzentrum nach über zwei Jahren Bauzeit seinen Betrieb dann vollständig aufnehmen.

In diesem Jahr wird weiter in die Logistik investiert in Höhe von rund 80 Millionen Euro. Und auch die Modernisierung der bestehenden Filialen wird ROSSMANN im kommenden Jahr deutlich vorantreiben – die Investitionen steigen von vormals 30 Millionen auf 80 Millionen Euro im neuen Geschäftsjahr. ROSSMANN kann diese Investitionen aus dem Cash-Flow tätigen. Das Eigenkapital hat sich im vergangenen Jahr erneut sehr gut entwickelt von zuletzt 1,9 Milliarden auf nun mehr 2,1 Milliarden Euro.

Dieses starke Fundament wie auch der Rekordumsatz sind nur möglich, durch den außergewöhnlichen Einsatz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – daher ist es ROSSMANN ein elementares Anliegen, sie am Unternehmenserfolg zu beteiligen. Im Rahmen der sogenannten staatlichen „Inflationsausgleichsprämie“ ist es Unternehmen aktuell noch möglich, dass Mitarbeitern der Betrag netto zur Verfügung steht.

„Mit 51,5 Millionen Euro Sonderzahlungen haben wir allein in den vergangenen 12 Monaten unsere Mitarbeiter teilhaben lassen und zwar direkt, netto! Eine Möglichkeit, die Bestand haben sollte und für die wir uns weiter einsetzen werden.“

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

Neben Gutscheinen und Rabatten in Höhe von 31 Millionen Euro hat ROSSMANN im Sinne seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch die Gehälter zweimalig angehoben – die erste Erhöhung erfolgte im Oktober 2023, die zweite im März 2024 – und kommt hier auf eine freiwillige Erhöhung von 10 Prozent innerhalb von 12 Monaten.

ROSSMANN setzt auf die Gemeinschaft und ein wertschätzendes, offenes Miteinander. Daher ist es eine Herzensangelegenheit sich gesellschaftlich zu engagieren und Stellung zu beziehen, für die Menschen in unserem Unternehmen und die Bürger in Deutschland. ROSSMANN setzt sich für ein offenes, tolerantes Miteinander ein und fördert Projekte, die Kindern und Familien ermöglichen, ein selbstbestimmtes Leben zu führen, denn:

„Das beste Mittel gegen Extremismus ist das Engagement für eine offene Zivilgesellschaft.“

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

Die Zahlen zur ROSSMANN-Geschäftsentwicklung 2023 und den Ausblick auf 2024 finden Sie auf den nachfolgenden Seiten. Die wichtigsten Themen in der Übersicht:

- Starke Zahlen: Erneuter ROSSMANN-Rekordumsatz
- KI bei ROSSMANN: Digitalisierung im Sinne der Mitarbeiter und Kunden
- Start in Burgwedel: Neues ROSSMANN-Regionallager nimmt den Betrieb auf
- Einsatz für die ROSSMANN-Mitarbeiter: von den Sonderzahlungen bis zum Azubi-Club
- Unser Engagement: Position beziehen für eine offene Zivilgesellschaft

Mit freundlichen Grüßen

Die ROSSMANN-Geschäftsführung

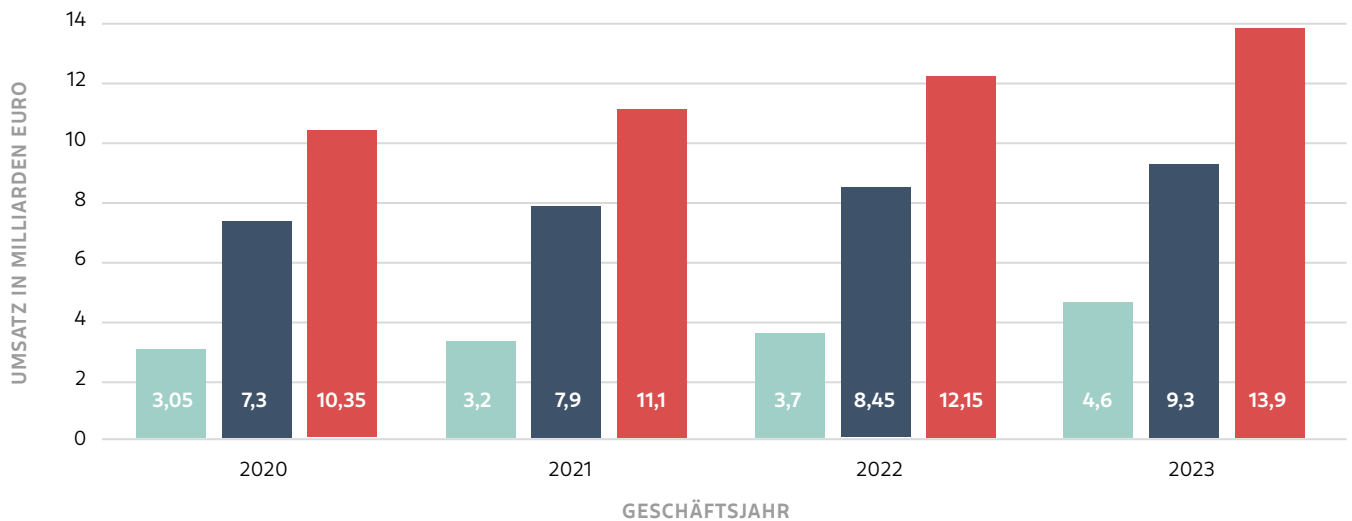
1. Umsatz

Das Geschäftsjahr 2023 schloss ROSSMANN im Konzern durch einen **Umsatz von 13,9 Milliarden Euro** mit einem **Umsatzwachstum von 14,4 Prozent** ab. Allein in Deutschland wuchs der Umsatz um **10 Prozent auf 9,3 Milliarden Euro**. In den acht europäischen Ländern betreibt ROSSMANN aktuell **4.741 Märkte** und beschäftigt über **62.100 Mitarbeiter**.

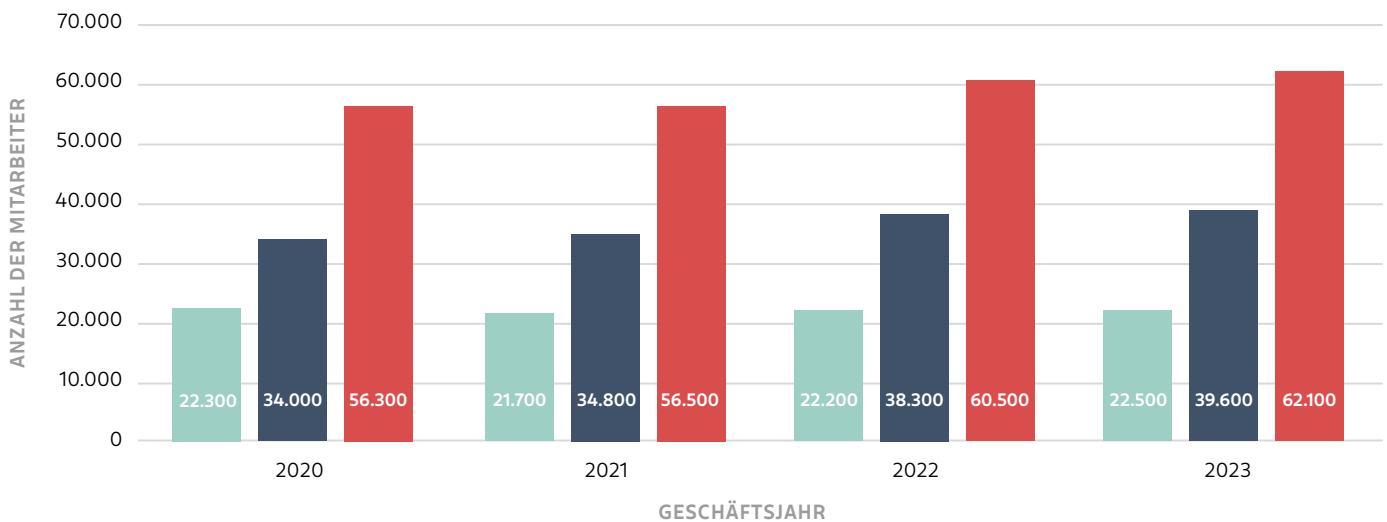
2. Finanzen

Die ROSSMANN-Finanzlage hat sich im vergangenen Jahr weiter sehr positiv entwickelt – das Eigenkapital ist von vormals 1,9 Milliarden Euro auf nun 2,1 Milliarden Euro gewachsen. Zum Jahresende gab es – wie in den Vorjahren – **keine Nettofinanzverbindlichkeiten** und auch der Ertrag hat sich zum Vorjahr ebenfalls sehr gut entwickelt. Die Investitionen wurden aus dem Cash-Flow finanziert.

UMSATZENTWICKLUNG



ENTWICKLUNG DER MITARBEITERZAHL



■ ROSSMANN-Ausland ■ ROSSMANN-Deutschland ■ ROSSMANN-Gruppe

3. Auslandsmärkte

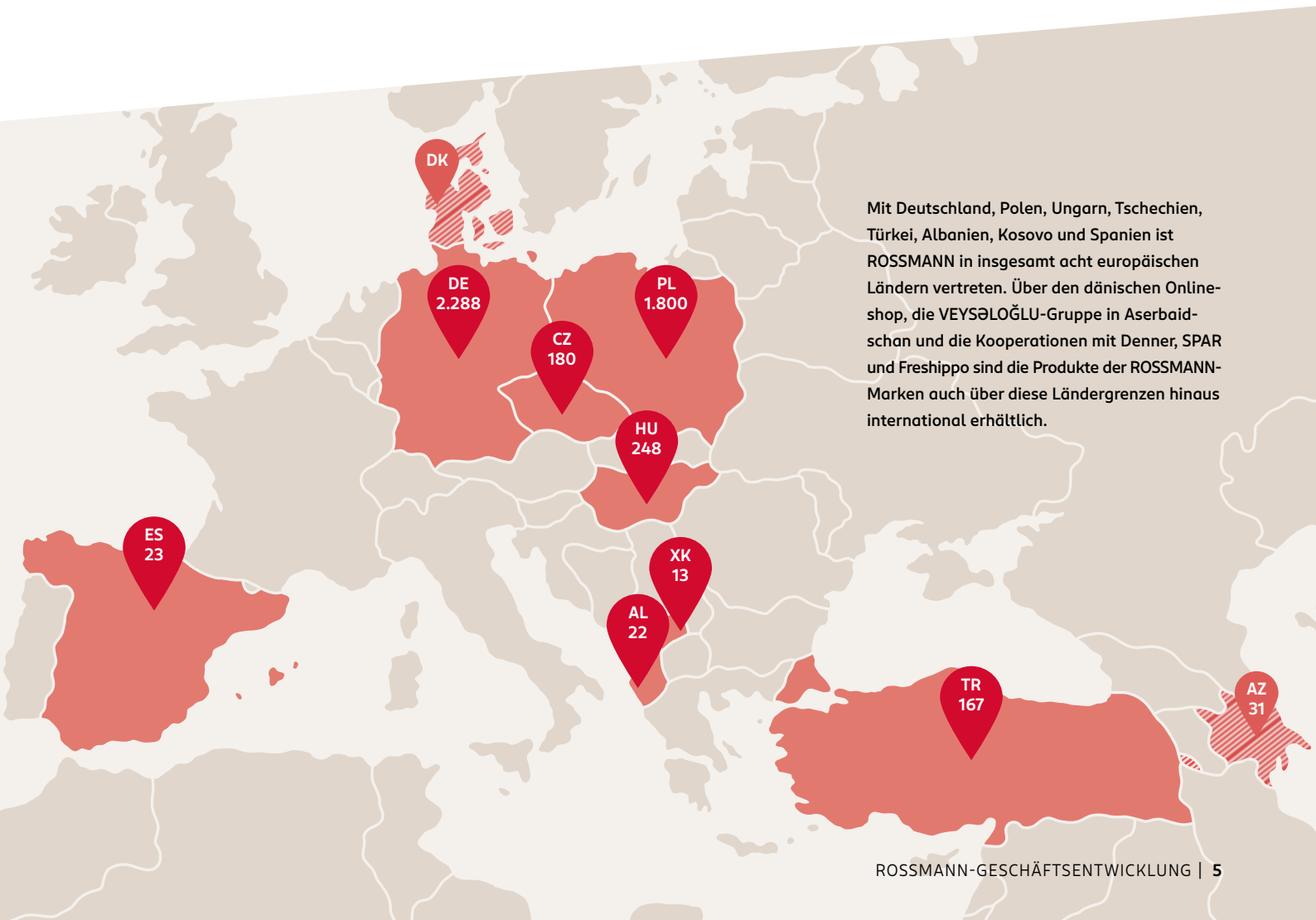
Die Auslandsgesellschaften (Polen, Ungarn, Tschechien, Türkei, Albanien, Kosovo und Spanien) verzeichneten einen **Umsatzanstieg von 24 Prozent auf 4,6 Milliarden Euro**. Damit steuern sie insgesamt ein Drittel zum Konzernumsatz bei. ROSSMANN betreibt im Ausland aktuell 2.453 Märkte (Polen 1.800, Ungarn 248, Tschechien 180, Türkei 167, Albanien 22, Kosovo 13 und Spanien 23).

Dazu kommen aktuell bereits 31 Filialen in **Aserbaidschan**, die unter dem Namen VEYSƏLOĞLU-ROSSMANN LLC firmieren – die Kooperation mit der VEYSƏLOĞLU-Unternehmensgruppe besteht seit 2022. Der 2021 gestartete, **dänische Onlineshop** überzeugt Kundinnen und Kunden im skandinavischen Nachbarland und zeigt weiterhin eine dynamische Entwicklung.

Beständig und überaus erfolgreich – 30 Jahre Polen und Ungarn! 2023 feierte die erste ROSSMANN-Auslandsgesellschaft in **Polen ihr 30-jähriges Bestehen** und nur wenige Monate später, folgte auch schon Ungarn.

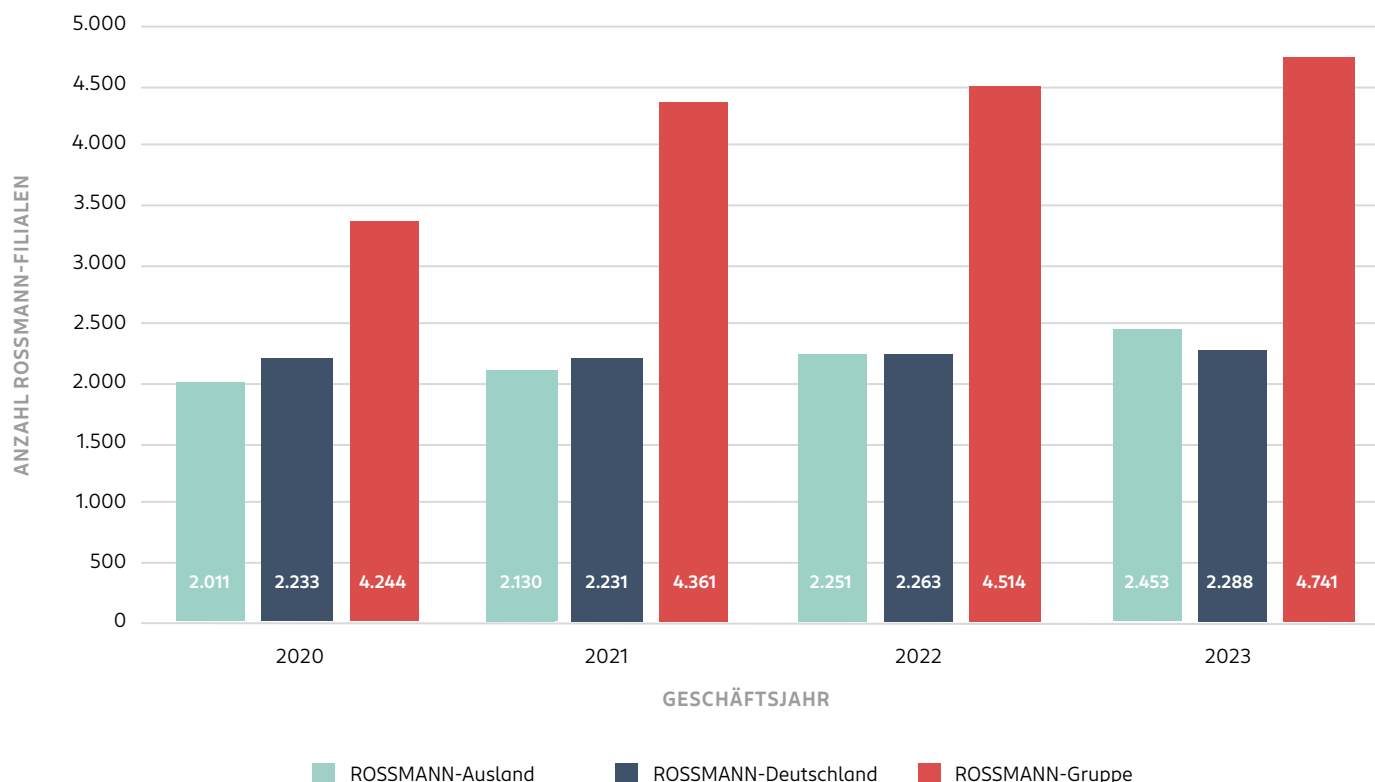
Es ist 1993 der erste Schritt über die deutsche Grenze: Am **23. Mai 1993** eröffnete ROSSMANN seine **erste Filiale in Łódź** – ein echter Meilenstein. Das deutsche Familienunternehmen ROSSMANN, damals rund 300 Filialen groß, schlug damit zum ersten Mal internationale Wege ein! Heute gehört ROSSMANN in Polen mit einem Marktanteil von 30 Prozent zu den führenden Unternehmen in der Kosmetikbranche und steht dort mit dem Unternehmensnamen gleichbedeutend für das Wort „Drogeriemarkt“. Wer in Polen „in die Drogerie“ geht, der geht „zu ROSSMANN“.

Im **Dezember 1993** folgte dann auch schon der Start in **Ungarn** mit der ersten Filiale in Debrecen. Und auch in Ungarn ist ROSSMANN zu einer festen Größe geworden und zählt zu den **besten Arbeitgebern**, ausgezeichnet u. a. durch die Unternehmensberatung Kincentric als „Legjobb Munkahely“, „bester Arbeitsplatz“.



Mit Deutschland, Polen, Ungarn, Tschechien, Türkei, Albanien, Kosovo und Spanien ist ROSSMANN in insgesamt acht europäischen Ländern vertreten. Über den dänischen Onlineshop, die VEYSƏLOĞLU-Gruppe in Aserbaidschan und die Kooperationen mit Denner, SPAR und Freshippo sind die Produkte der ROSSMANN-Marken auch über diese Ländergrenzen hinaus international erhältlich.

EXPANSION ROSSMANN-FILIALEN



Nach einem Jahr blickt ROSSMANN bereits zufrieden auf die noch junge aber schon erfolgreiche Kooperation mit der **SPAR Österreichisch** zurück. In der Zeit konnte gemeinsam die Leistung von rund 65 Artikeln der ROSSMANN-Marke ISANA in Filialen in **Österreich, Slowenien, Kroatien und Norditalien** erzielt werden. Neben einer aktuellen Testleistung der Naturkosmetikmarke Alterra in ausgewählten Filialen wird das aktuelle Sortiment um Artikel der Mundpflegemarke Prokudent erweitert. Das Angebot kommt bei Kundinnen und Kunden sehr gut an, da die ROSSMANN-Marken mit bestem Preis-Leistungs-Verhältnis eine echte Alternative zu etablierten Markenprodukten bieten.

4. Ausblick 2024

ROSSMANN wird sein **hohes Expansionstempo** auch 2024 weiter beibehalten. Das Investitionsvolumen des Konzerns liegt im kommenden Geschäftsjahr bei **390 Millionen Euro und damit 65 Millionen Euro über dem Vorjahr!** Geplant ist die Eröffnung von 253 Filialen im In- und Ausland. In Deutschland werden insgesamt 230 Millionen Euro investiert (20 Millionen mehr als 2023) – davon 50 Millionen für 75 neue Märkte und rund 80 Millionen (50 Millionen mehr als 2023) für Modernisierungen der Filial-Ausstattung. Weitere 80 Millionen Euro fließen zudem in verschiedene Logistikprojekte. Die Expansion folgt weiterhin keinen regionalen Schwerpunkten, sondern zielt auf ein Filialnetz ab, das für Kunden in allen Teilen Deutschlands gut erreichbar ist.

5. Filialentwicklung

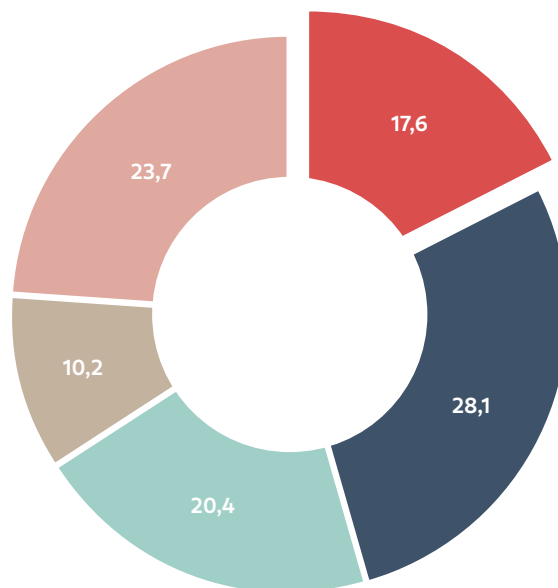
Neben der Eröffnung neuer Märkte wird die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes somit weiter stark vorangetrieben. Die Verkaufsfläche wächst stetig an und kommt aktuell auf eine **Durchschnittsverkaufsfläche von rund 616 Quadratmetern**. Zwölf ROSSMANN-Märkte liegen sogar über 1.000 Quadratmetern und bieten den Kunden ein ganz besonderes Einkaufserlebnis.

Seit 2015 hat ROSSMANN **nachhaltig** und **sukzessiv** sein **überarbeitetes Ladendesign** ausgerollt, das ROSSMANN-Kundinnen und Kunden ein modernes, ansprechendes Einkaufserlebnis bietet und mittlerweile in über 1.000 Filialen zu finden ist. Das neue Ladendesign wird fortlaufend weiterentwickelt und legt den Fokus auf warme Elemente für eine angenehme Einkaufsatmosphäre sowie eine gute Führung durch das breite Sortiment.

Die **Umrüstung auf LED-Lichttechnik** und die noch zielgerichtetere Aussteuerung der Beleuchtung hat auch im vergangenen Jahr zu weiteren Einsparungen geführt, die sowohl der Umwelt zugutekommen als auch dem Einkaufserlebnis zuträglich sind. Durch große und kleine Stellschrauben ließen sich im vergangenen Jahr trotz stetiger Expansion ganze 42,44 Gigawattstunden Strom einsparen – damit sind unsere Einsparungen so hoch, wie 12.545 Haushalte in Deutschland innerhalb eines Jahres verbrauchen. Damit verringert ROSSMANN den CO₂-Ausstoß um 14.600 Tonnen!

Täglich kaufen in Deutschland 1,84 Millionen Kunden bei ROSSMANN ein. In Summe hat ROSSMANN damit im Jahr 2023 mehr als 560 Millionen Kunden bundesweit in den Filialen begrüßt (2022 waren es noch 510 Millionen). Der ROSSMANN-Marktanteil bei Drogeriewaren im deutschen Lebensmitteleinzelhandel liegt aktuell bei 17,5 Prozent (Vorjahr: 16,9 Prozent).

MARKTANTEIL BEZOGEN AUF DEN UMSATZ VON DROGERIEWAREN IN DEUTSCHLAND 2023



■ ROSSMANN ■ andere Drogeriemärkte ■ Discounter ■ andere Lebensmitteleinzelhändler ■ Sonstige*

* Apotheken, Tankstellen, C+C etc.

Quelle: Nielsen Handelspanel. Grundlage sind die Scannerdaten der LEH-Unternehmen und Drogeriemärkte in Deutschland.



6. Stärkstes SCO-Angebot in der gesamten Drogeriebranche

ROSSMANN bietet seinen Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, ihren Einkauf abzuschließen, wie es für sie am besten in ihren Alltag und zu ihren Einkaufsvorlieben passt: Persönlich an der Kasse im Gespräch mit einer Mitarbeiterin, einem Mitarbeiter oder aber schnell und selbstbestimmt an einer **ROSSMANN-Self-Check-out-Kasse**.

Derzeit sind bereits **697 ROSSMANN-Filialen** mit Self-Check-out-Kassen (SCO-Kassen) ausgestattet mit über **1890 einzelnen Selbstbedienungskassen**. ROSSMANN hat sich zum Ziel gesetzt, das Angebot in diesem Jahr noch deutlich weiter auszubauen – denn nicht nur die ROSSMANN-Kunden profitieren davon, auch für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist es eine Entlastung. Gerade zu Stoßzeiten bieten die SCO-Kassen eine echte Erleichterung, um Kassenschlangen zu vermeiden und Kunden ein individuelles Einkaufserlebnis zu bieten. Bis Ende des Jahres hat sich ROSSMANN zum Ziel gesetzt, die Anzahl der Selbstbedienungs-Möbel auf 2.500 zu erhöhen sowie diese dann in 1.000 Filialen anzubieten.

7. 365 Tage KI-Einsatz bei ROSSMANN – über 200 KI-Projekte

Vor einem Jahr ist ROSSMANN intensiv mit der Frage gestartet, welche Möglichkeiten Künstliche Intelligenz für das Unternehmen bietet. Herausgekommen sind über 200 Projekte, die einen signifikanten Unterschied machen, dem Arbeitsalltag der ROSSMANN-Mitarbeiter ebenso zugutekommen, wie das Einkaufserlebnis der Kundinnen und Kunden verbessern. Digitalisierung bei ROSSMANN dient in erster Linie der technologisch bestmöglichen Unterstützung aller Unternehmensbereiche.

„Bei ROSSMANN ist uns schon seit Jahren klar, dass Technologieoffenheit die Grenzen des Möglichen aufbricht und große Potenziale beinhaltet – nicht zuletzt auch beim Thema Künstlicher Intelligenz. So befassen wir uns nicht erst seit massentauglich werden von KI-Anwendungen mit dem Thema. Das Frühjahr 2023 war dennoch ein Startschuss, die Möglichkeiten von KI noch stärker zu nutzen.“

Christian Metzner, Geschäftsleitung IT

Ein interdisziplinäres KI-Team kümmert sich zu 100 Prozent um alle KI-Belange bei ROSSMANN – von der Information bis zur Aufsetzung von Schulungen, um alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gleichermaßen mitzunehmen und zu befähigen. Zu den erfolgreichen Beispielen der vergangenen 365 Tage zählt ein Machine Learning-Modell zur Berechnung der optimalen und filialindividuellen Anzahl von Selbstbedienungskassen, ein ROSSMANN-Chatbot für den First-Level-Support der Filial-Mitarbeiter, die eine sekundenschnelle Beantwortung der Fragen im Tagesgeschäft ermöglicht sowie die Einführung der Copiloten von Microsoft und GitHub als Unterstützung im Arbeitsalltag der Zentral-Mitarbeiter.

Eine vertiefende Pressemitteilung finden sie unter: unternehmen.rossmann.de/presse/pressemeldungen.html



8. Mehr drin – in Deutschlands nutzerstärkster Drogerie-App

Über 7,5 Millionen Kundinnen und Kunden nutzen monatlich aktiv die ROSSMANN-App – damit ist sie die nutzerstärkste Drogerie-App in Deutschland. Seit Anfang des Jahres ist nun auch das Onlineshopping durch die ROSSMANN-App möglich, sodass Kundinnen und Kunden sich ihre Lieferung direkt bis vor die Haustür oder aber in die nächstgelegene ROSSMANN-Filiale schicken lassen können.

Die neue ROSSMANN-App überzeugt zudem mit einem noch userfreundlicheren Konzept und frischem Design. Die Startseite lässt übersichtlich aktuelle Top-Angebote und persönliche Lieblings-Coupons finden. Und auch die Suchfunktion ist optimiert: Suchen Kunden nach einer bestimmten Marke oder einem Produkt, werden sowohl die dafür verfügbaren Coupons als auch alle weiteren passenden Ergebnisse des Sortiments angezeigt. Das gefundene Produkt können ROSSMANN-Kunden dann zu ihrem digitalen Warenkorb hinzufügen oder die Verfügbarkeit in ihrer gewünschten Filiale überprüfen.

Besonders beliebt sind bei ROSSMANN-Kunden die App-Coupons – täglich werden mehrere hunderttausend in Filialen eingelöst. Sie sind das Herzstück der App und lassen sich offline vor Ort und in vielen Fällen auch auf den Online-Einkauf einlösen.

„Mit dem Launch der neuen ROSSMANN-App feiern wir das Erreichen eines wichtigen Meilensteins unserer Omnichannel-Strategie. Wir bauen den überwältigenden Erfolg unserer App aus und bieten Kunden nun die Möglichkeit, auch in unserem Onlineshop über die App zu bestellen.“

Petra Czora, Geschäftsleitung Marketing

Der gesamte Relaunch der App unterstreicht ROSSMANNs Kerngedanken, allen Kunden ein intuitives und vor allem individuelles Einkaufserlebnis nach eigenen Bedürfnissen zu ermöglichen. Die neue ROSSMANN-App kann sowohl im App Store als auch im Google Play Store und der App Gallery kostenlos heruntergeladen werden.

9. ROSSMANN-Onlineshop – eine vielfältige Ergänzung des ROSSMANN-Sortiments

Neben der ROSSMANN-App bietet auch der ROSSMANN-Onlineshop ein umfangreiches Einkaufserlebnis rund um die ROSSMANN-Produktwelt. 21.000 Produkte stehen Kundinnen und Kunden hier zur Verfügung – davon 5.000 exklusive Online-Produkte, die das umfangreiche Filial-Sortiment ergänzen. Kundinnen und Kunden nutzen daher stark die Möglichkeit von Click & Collect, um ihren ROSSMANN-Einkauf durch diese exklusiven Online-Produkte noch zu ergänzen.

In der Filiale wie auch dem Onlineshop sind die ROSSMANN-Marken sehr gefragt – stationär ist jedes dritte Produkt, das über das Kassenband läuft, eine ROSSMANN-Marke. Online können Kundinnen und Kunden zudem auf ein dauerhaft verfügbares IDEENWELT-Sortiment zurückgreifen, das sich in den Filialen durch ein vielfältiges, wechselndes Angebot auszeichnet. Die beliebtesten IDEENWELT-Produkte können so auch über die Standzeiten in der Filiale hinaus online erworben werden.



10. Start des neuen ROSSMANN-Verteilzentrums in Burgwedel

Nach mehr als zwei Jahren Bauzeit wurde nun im **April 2024** das **neue Regionallager** am Standort **Burgwedel** in Betrieb genommen. In direkter Nähe zur Firmenzentrale ist hier auf mehr als **42.000 Quadratmetern Fläche** ein hochmodernes Logistikzentrum entstanden, in dem das Regionallager Burgwedel und ROSSMANN-Online unter einem Dach zu finden sind. Bereits 2022 fand der Spatenstich für die **Rekordinvestition in Höhe von 100 Millionen Euro** statt.

„Explizit auf die Anforderungen der ROSSMANN-Logistik zugeschnitten, handelt es sich um einen Bau, der die Funktion eines regionalen Distributionszentrums und eines Onlinelagers vereint. Mit dem neuen Logistikzentrum stärken wir in Zeiten knapper Transportkapazitäten unsere Infrastruktur – so können wir den Weg der Ware vom Lager zum Kunden so kurz wie möglich halten.“

Michael Rybak, Geschäftsführer

450 ROSSMANN-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, inklusive Fahrer, sind im April in das neue Gebäude gezogen und haben zudem für einen reibungslosen Übergang gesorgt. Denn die vierwöchige Inbetriebnahme erfolgte im laufenden Geschäft. Ab 27. April ist dann nach 30 Jahren in dem alten Lager endgültig Schluss und Burgwedel 2.0 übernimmt den vollständigen Betrieb des Regionallagers. Die alten Hallen werden nun von Grund auf saniert, damit hier zukünftig, nach Abschluss der Bauarbeiten, das ROSSMANN-Importlager einziehen kann.

Das neue ROSSMANN-Verteilzentrum setzt auch in Sachen Nachhaltigkeit neue Maßstäbe und wurde unter Anwendung des Zertifizierungssystems der DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) errichtet. Es erfüllt die energetischen Standards eines KfW-40-Energieeffizienzhauses. Das neue ROSSMANN-Logistikzentrum Burgwedel vereint die Anforderungen einer hochmodernen Logistik mit dem ROSSMANN-Nachhaltigkeitsanspruch an den neuen Lagerstandort Burgwedel: Neben dem Gewässerschutz sorgen zum Beispiel begrünte Flächen auf dem Dach des Neubaus für eine dämmende Wirkung im Winter und eine Kühlung im Sommer sowie einen Lebensraum für Pflanzen und Tiere. Mit Hilfe der LED-Beleuchtung mit Tageslichterkennung wird in Zukunft stromsparend beleuchtet und auf fossile Energien durch den Einsatz erneuerbarer Energien verzichtet. Mit einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Logistik-Lagers in Burgwedel gewinnt ROSSMANN voraussichtlich 760 Megawattstunde Strom pro Jahr. Ziel ist es, die Grundlast mit der Photovoltaikanlage auf dem Dach des Lagers zu 100 Prozent abzudecken, sodass keine zusätzliche Energie eingekauft werden muss – besser noch: überschüssige Energie kann ins Stromnetz eingespeist werden.

Die ROSSMANN-Logistik ist ein Erfolgsschlüssel des Unternehmens – 23.000 Artikel wurden zuletzt deutschlandweit aus den eigenen 11 Lagerstandorten in die Filialen gebracht. Dafür waren täglich in den Auslieferungen rund 130 ROSSMANN-Lkw im Einsatz.

11. Ausgezeichnet in zahlreichen Kategorien

ROSSMANN bietet Kunden „**Höchste Beratungsqualität**“ und erlangt den besten Wert innerhalb der Drogeriebranche – das hält das Ranking „**Beratungs-Champions**“ der **Service Value GmbH** und **WELT** fest. Einmal jährlich küren sie Unternehmen, die mit ihren Leistungen begeistern und aus Kundensicht einen echten Beratungs-Mehrwert bieten. Basis des Rankings ist der wissenschaftlich belastbare „Customer Advisory Score“ (CAS), der per Kundenbefragung über ein Online-Panel mit über 900.000 registrierten Bürgern die Besten der jeweiligen Branche ermittelt. Im Branchen-Ranking schnitten Drogerien generell sehr gut ab, mit dem höchsten Branchen-CAS von 64,8 Prozent – **ROSSMANN ist zudem Branchen-Bester mit 71,8 Prozent**. Positiv bewerten Service Value und WELT, dass Kunden, die viele Fragen haben, nicht in die Irre geführt werden, sondern genau erfahren, was sie wissen möchten, für eine gut informierte Kundenentscheidung. Ebenfalls durch die ServiceValue ausgezeichnet, wurde ROSSMANN zum Preis-Champion der Drogeriebranche und Zweitplatzierten des Handels gekürt. In diesem Ranking haben Kundinnen und Kunden 3.700 namenhafte Unternehmen aus 286 Branchen bewertet. Bei den Ausgezeichneten wurde die transparente und faire Preisgestaltung hervorgehoben. Sie wurden für ihre Integrität gelobt und, dass sie nicht auf Kosten der Kunden Preise anheben, sondern vielmehr mit ihren Preisen begeistern würden.

Auch 2023 gehörte ROSSMANN wieder zu den Gewinnern des **ECR-Awards**. In der **Kategorie „Innovation Excellence“** wurde ein Projekt von **ROSSMANN, Beiersdorf, dem Technologieunternehmen The Trade Desk und CARAT** ausgezeichnet. Das gesetzte Ziel: Erstmals eine vollständige Messbarkeit zu entwickeln, aus der sich ableiten lässt, wie sich die Online-Werbeausgaben auf die Offline-Käufe auswirken – damit in Zukunft Budgets zielgerichteter und effizienter geplant werden können. Denn: Egal ob online oder im stationären Handel, die Mediennutzung hat einen erheblichen Einfluss auf die Shopper Journey. Zumal sich potenzielle Kundinnen und Kunden zunehmend vor dem tatsächlichen Kauf über die Produkte und deren Verfügbarkeit, Herkunft oder Zusammensetzung informieren. Petra Czora, Geschäftsleitung Marketing: „Unsere ROSSMANN-App zählt zu den erfolgreichsten deutschen Händler-Apps. Das macht es uns möglich, absolut zielgerichtet für unsere Kunden zu agieren und zugleich Budgets effizient einzusetzen. Dabei geht es im ersten Schritt immer um Relevanz und im zweiten um die Erhöhung der Reichweite.“

„Wir sind stolz auf die Auszeichnung mit dem ECR-Award! Mit unserem kundenbasierten Marketing schaffen wir gleichermaßen einen Gewinn für Kunden, Händler und Hersteller.“

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

Am 30. November wurden in Berlin zudem erstmals die **Smarties-Awards**, als neuer Kreativ-Award in einer deutschsprachigen Ausgabe, vergeben. Das **Gemeinschaftsprojekt von ROSSMANN, Beiersdorf, The Trade Desk und CARAT** war auch hier unter den diesjährigen Preisträgern und wurde in den Kategorien „Customer Journey Marketing – Lead Generation / CRM“ sowie „O2O / New Retail / Innovative & New Tech Sales Channels“ jeweils mit Bronze prämiert.

„Die Platzierungen beim diesjährigen Smarties-Award zeigen, dass unsere Leistungen auch im internationalen Business-Vergleich Beachtung finden und standhalten. Das erfüllt mich mit großer Freude und einer riesigen Portion Stolz auf mein Team und das Geleistete.“

Petra Czora, Geschäftsleitung Marketing

Als Teil von MMA Global, gab der Wirtschaftsverband MMA Germany im Rahmen einer feierlichen Gala im Titanic Gendarmenmarkt in Berlin die Gewinner innerhalb der 23 Kategorien der ersten Smarties Germany Awards bekannt. Aus einem intensiven Wettbewerb heraus werden hier herausragende Marketingkampagnen hervorgehoben, die das Wachstum in der DACH-Region vorantreiben. In der Werbebranche ist MMA als weltweit agierender Verband bekannt, der über 800 Unternehmen aus den Bereichen Vermarktung, Mar-Tech und Medien repräsentiert. Seit dem Jahr 2003 richtet dieser Verband den renommierten Preis aus, in diesem Jahr zum ersten Mal in einer deutschen Version.



Das **GREEN-BRANDS-Gütesiegel** steht für Umweltschutz, Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Und: Es zeichnet schon zum **sechsten Mal** die **ROSSMANN-Marke enerBiO** aus! Das rund 370 Artikel große Sortiment an Bio-Lebensmitteln hat die Jury auch bei der Vergabe für 2023/2024 überzeugt. Ausschlaggebend war das Selbstverständnis von enerBiO, bei der Produktion, Verarbeitung und Verpackung auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu setzen. Die unabhängige Organisation GREEN BRANDS hat es sich zur Mission gemacht, im Dschungel an Labels und Siegeln für Klarheit zu sorgen. In einem neutralen und transparenten Prüfverfahren werden diejenigen Marken ausgezeichnet, bei denen sich Verbraucher wirklich sicher sein können, dass sie einen Beitrag leisten – zum Schutz des Klimas, der Umwelt, ihrer Artenvielfalt und ihrer Ressourcen.

ROSSMANN räumt die meisten Preise ab – internationale Jury vergibt „Salute to Excellence Award“. Insgesamt 525 eingesandte Produkte, die im Jahr 2022 von Einzelhändlern in 20 unterschiedlichen Ländern eingeführt wurden, sind bei der Vergabe 2023 unter die Lupe genommen worden. Das Urteil der Jury hat 101 Bewerber zu Preisträgern gemacht. ROSSMANN erhielt die meisten Auszeichnungen! Gleich sechsmal hat das Unternehmen in den Kategorien Körperpflege und Schönheit gewonnen – und damit fast die Hälfte der Auszeichnungen, die nach Deutschland gingen. Gewinner waren unter anderem Produkte der ROSSMANN-Marken Babydream und facelle. Entscheidend für die Preisvergabe waren sowohl nachhaltige Aspekte als auch die Erschwinglichkeit und die Qualität der Produkte. Seit 2014 vergibt die Branchenvereinigung Private Label Manufacturers Association (PLMA) den „Salute to Excellence Award“ und kürt damit jedes Jahr innovative und hochwertige Handelsmarken in den Bereichen Lebensmittel, Wein und Non-Food.

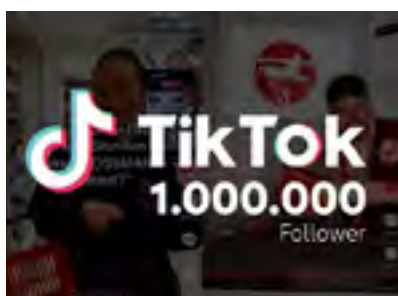
12. Überraschende TV-Kampagne, 1 Million TikTok-Follower und ROSSMANN goes WhatsApp-Channel

Anfang 2023 macht ROSSMANN erstmals TV-Werbung mit einem emotionalen Clip, der die ROSSMANN-Marke Babydream gefühlvoll in Szene setzt. Nur ein Jahr danach folgt ein aufwändig inszenierter TV-Spot für die Marke ISANA, als Teil einer umfangreichen Bewegtbildkampagne mit der Botschaft: **„ISANA kann teuer. Will aber nicht.“** Die Imagekampagne markiert einen neuen Meilenstein in der Kommunikation der Marke und stellt den Wert der ROSSMANN-Marke ISANA klar in den Fokus: hochwertige Pflege zum attraktiven Preis. Das Bewegtbild betont die Kernwerte, die die ROSSMANN-Marke verkörpert – Mut, Selbstvertrauen und Größe. Die Botschaft dahinter ist deutlich: ISANA muss sich in puncto Qualität nicht hinter anderen großen Marken verstecken. Nach dem erfolgreichen Marken-Relaunch im vergangenen Jahr soll die Kampagne dazu beitragen, das Image der ROSSMANN-Marke zu schärfen und Neukunden zu gewinnen. Visuell greift die Werbekampagne die Bildwelten großer Luxusmarken auf und präsentiert ISANA auf eine ebenbürtige, anspruchsvolle Weise.



Der Spot kombiniert Überzeichnung mit Sinnlichkeit und endet überraschend in einer ROSSMANN-Filiale. Der Slogan der Kampagne „ISANA kann teuer. Will aber nicht.“ unterstreicht die Kernbotschaft des Spots: Mit ISANA holen sich Kundinnen einen Hauch von Luxus nach Hause – zu erschwinglichen Preisen. Erstmals ausgestrahlt wurde der TV-Spot am 28. März – im Rahmen der TV-Show Germany's Next Topmodel. Über TV hinaus findet die Kampagne in Digital, Social Media und verschiedenen Fashion- und Lifestyle-Medien statt.

[Hier den TV-Spot ansehen.](#)



ROSSMANN TikTok-Kanal knackt die 1-Million-Follower-Marke! Seit fünf Jahren ist ROSSMANN auf der Plattform TikTok vertreten und begeistert seine Follower mit den neusten Trends. Neben regelmäßigen Creator-Kooperationen wird auch Content geteilt, der in Zusammenarbeit mit Partnern und Lieferanten entsteht. Mit großem Erfolg: Bereits über eine Million TikTok-Nutzer folgen dem Kanal @mein_rossmann. **2019 ist ROSSMANN mit einem eigenen TikTok-Kanal** an den Start gegangen – und gehörte damit zu den **ersten Unternehmen**, die das **Potenzial** dieser Plattform **erkannt** haben. Auf dem Kanal @mein_rossmann werden neben Produktempfehlungen auch DIYs, Gewinnspiele und Neuheiten geteilt. Aktuelle TikTok-Trends und Kooperationen mit Content-Creatoren sind ebenfalls ein fester Bestandteil der ROSSMANN-TikTok-Strategie. Dass der Content ankommt, zeigen nicht nur die Klickzahlen und die

stetig wachsende Community: 2022 erhielt ROSSMANN den Vertical Video Award („Verties“) in der Kategorie Best Brands. Der Award bringt Profis und Insider der TikTok-Welt zusammen, die Trends leben und Hypes erkennen, schon bevor sie über die Bildschirme laufen. Im Rahmen dieser Auszeichnung wurden besonders die Zusammenarbeit mit Content-Creatoren positiv hervorgehoben – zum Beispiel die Kooperation mit der deutschen Rapperin Badmómzjay, die ihre Marke „BAD Cosmetics“ exklusiv bei ROSSMANN launchte. Der Launch wurde auf dem ROSSMANN TikTok-Kanal mit gemeinsam produziertem Content begleitet. Diese Verknüpfung zwischen dem neuen Produkt in der Filiale und aufmerksamkeitsstarkem Content auf TikTok löste einen großen Hype um die Marke „BAD Cosmetics“ aus.

„Die TikTok-Community steht auf Entertainment – und genau das bekommt sie auf unserem Kanal geboten. Wir sind dort als Unternehmen hautnah und authentisch erlebbar und interagieren direkt mit den Nutzern. Das stärkt zum einen die Kundenbindung, zum anderen trägt es dazu bei, ein positives Markenerlebnis mit ROSSMANN zu kreieren.“

Petra Czora, Geschäftsleitung Marketing

Entertainment bietet auch der ROSSMANN-WhatsApp-Channel, der Anfang Oktober 2023 gestartet ist und von Memes über Trends bis hin zu Gewinnspielen vielfältige Unterhaltung bietet.

13. Der Schlüssel zum Erfolg: Die ROSSMANN-Marken

Schon **900 Mal mit „sehr gut“ und „gut“** ausgezeichnet durch **Stiftung-Warentest und Ökotest**: Die ROSSMANN-Marken blicken auf eine Erfolgsgeschichte zurück! 1997 starteten vier ROSSMANN-Marken Babydream (Produkte für Babys), facelle (Damen-Hygiene), sunozon (Sonnenschutz) und Winston (Tiernahrung), doch auch ISANA und enerBio feierten vergangenes Jahr bereits ihr 25- bzw. 20-jähriges Jubiläum!

Jedes **dritte bei uns verkaufte Produkt ist eine ROSSMANN-Marke** – mehr als **5.000 Artikel** sind Teil des Sortiments. Die hohe Qualität und die Nachhaltigkeit stehen bei ihrer Entwicklung und Gestaltung an erster Stelle, daher entwickelt ROSSMANN gemeinsam mit über **350 Herstellerpartnern** Artikel entlang der Bedürfnisse der Kunden. Die ROSSMANN-Marken-Produktmanager und ein eigenes Nachhaltigkeitsteam treiben die Entwicklung und die nachhaltige Gestaltung der ROSSMANN-Marken voran.



Im Blick haben sie dabei das Produkt in seinem gesamten Lebenszyklus – von der Herstellung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung, um an jedem dieser Punkte Optimierungsmöglichkeiten zu finden und Verbesserungen vorzunehmen. Nachhaltigkeit muss nicht teuer sein, das beweisen die ROSSMANN-Marken immer wieder.

„Bei unseren ROSSMANN-Marken können wir direkt Einfluss nehmen auf die nachhaltige Gestaltung. Entlang unserer fünf definierten Aktivitätsfelder entwickeln wir das nachhaltige ROSSMANN-Marken-Sortiment weiter und kommen unserer Verantwortung als Handelsunternehmen nach.“

Sandra Lorenz, Geschäftsleiterin ROSSMANN-Marken

Den Anteil von **recyceltem Kunststoff** in den Produktverpackungen konnte ROSSMANN beispielsweise innerhalb des letzten Jahres noch einmal **deutlich steigern auf 38 Prozent** und liegt damit **weit über dem deutschen Durchschnitt** von 10,6 Prozent Post-Consumer-Rezyklaten in Verpackungen im Jahr 2022 (Quelle: aktualisierte Zahlen der Studie „Stoffstrombild Kunststoffe in Deutschland 2021“ der Conversio Market & Strategy GmbH). Auf **alle Materialien** bezogen liegt der Anteil sogar bei **44 Prozent** – damit leistet ROSSMANN einen wichtigen Beitrag für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft in Deutschland und ist **dem selbstgesteckten Ziel, bis 2025 auf einen Anteil von 45 Prozent** zu kommen, jetzt schon sehr nah.

[Lesen Sie mehr dazu in unserem neuen Nachhaltigkeitsbericht!](#)

14. Gemeinsam stark: ROSSMANN-Mitarbeiterverantwortung



ROSSMANN wurde 2023 erneut vom **US-Wirtschaftsmagazin Forbes** als einer der **weltweit besten Arbeitgeber** ausgezeichnet! Bereits in den vergangenen Jahren belegte das Unternehmen sehr gute Plätze unter den 700 bewerteten Unternehmen und konnte sich nun noch einmal deutlich verbessern: Von Platz 26 in 2022 auf **Platz 16 in 2023!** ROSSMANN steht zudem bei allen deutschen Unternehmen auf Platz drei und das **vor allen anderen Einzelhändlern**. Dem Ranking liegt eine anonyme Befragung zugrunde, die sich an 170.000 Voll- und Teilzeitbeschäftigte aus mehr als 50 Ländern richtet.

ROSSMANN hat seine **39.600 Mitarbeiter in Deutschland** auch 2023 wieder am Unternehmenserfolg beteiligt und das in diesem Geschäftsjahr gleich vier Mal: Im April, August, Dezember und März erhielten alle sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten – zusätzlich zum jährlichen Weihnachtsgeld und den sonstigen jährlichen Benefits – **Sonderzahlungen**. Im Rahmen der staatlichen „**Inflationsausgleichsprämie**“ steht der Betrag den Mitarbeitern netto zur Verfügung – **51,5 Millionen Euro Sonderzahlungen** sind so im Geschäftsjahr ausgezahlt worden. Diese Option haben Unternehmen – Stand jetzt – noch bis Ende des Jahres. ROSSMANN spricht sich dafür aus, diese Möglichkeit zu verlängern.

Freiwillig hat ROSSMANN zudem die **Gehälter innerhalb eines Jahres** um insgesamt **10 Prozent** angehoben, da die Tarifverhandlungen im Handel sich unzumutbar hinziehen. Die erste freiwillige Erhöhung erfolgte im Oktober 2023 mit einer Anpassung von 5,3 Prozent, die zweite Anfang März 2024 um weitere 4,7 Prozent.

Arbeit im Handel muss attraktiv bleiben – dafür setzt sich ROSSMANN ein. Eine durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 9 Jahren, die für den Handel außergewöhnlich gut ist, bestätigt das Unternehmen dabei ebenso wie eine **Weiterempfehlungsquote von 70 Prozent**. ROSSMANN verzeichnet trotz Fachkräftemangels einen kontinuierlichen, jährlichen Zuwachs an Bewerbungen. Als eine der führenden Drogeriemarktketten Europas arbeitet das Unternehmen aber auch stetig daran, als Arbeitgeber attraktiv zu sein und zu bleiben. Um junge Nachwuchskräfte zu erreichen, hat ROSSMANN seine Social-Media-Präsenz um das **Instagram-Profil rossmann.karriere** und den **TikTok-Account rossmann_karriere** erweitert. Hier wird in lockerer Form über Karrieremöglichkeiten informiert, die Unternehmenskultur näher gebracht oder über Events berichtet.

Am 10. Juli 2023 ging auf dem ROSSMANN-Karriere-Portal auf Instagram der erste Post raus – und zwar von **ROSSMANN-Azubis für Unternehmens-Interessierte!** Denn wer könnte besser über den Azubi-Alltag berichten als diejenigen, die ihn erleben. Vom ROSSMANN-Azubi zum Content Creator auf Zeit – das ist möglich durch das **Azubi Club House by ROSSMANN**. In einem eigenen Corporate-Influencer-Programm, den **Azubi Club Voices**, wurden im letzten Jahr erstmals zwölf Auszubildende darin fortgebildet, selbstständig Content für die neuen Karriere-Accounts auf Instagram und Tiktok zu erstellen. Sechs Monate lang nehmen sie die Follower mit in ihren ROSSMANN-Alltag und geben einen authentischen Einblick. Der **Azubi Club by ROSSMANN** – dem alle ROSSMANN-Azubis angehören – bildet das neue Dach für alle Angebote rund um das Thema Ausbildung. Angefangen bei hunderten neuer Azubis, die jährlich beim **Azubi Club Day** begrüßt werden, über die Filialtage der **Azubi Club Weeks**, in der die Nachwuchskräfte für zwei Wochen die Verantwortung in einer Filiale übernehmen bis hin zu **Rock'n Sea AZUBI! Club** wo jährlich an die 95 Azubis auf Tour gehen – in den Bergen oder auf See.

Mitarbeiterverantwortung und gesellschaftliches Engagement gehen bei ROSSMANN Hand in Hand.

„Es gibt Momente, wo man Haltung zeigen muss. Wir haben alle eine Stimme und sollten ab und zu von ihr Gebrauch machen.“

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

In seiner Stellungnahme hat Raoul Roßmann im Januar 2024 klar Position gegen den aktuellen Rechtspopulismus bezogen. **„Rassismus, Antisemitismus und Flüchtlingsfeindlichkeit haben keinen Platz in unserem Unternehmen“**, sagte Raoul Roßmann. So seien die enormen Herausforderungen der Gegenwart nur lösbar mit Migration, was allerdings ein vielschichtiges Thema sei. Ohne Zuwanderung und die Menschen, die bei uns leben und arbeiten wollen, funktioniere unser Land sonst immer weniger. Um diesen Worten Nachdruck zu verleihen, hat sich ROSSMANN zudem der Initiative **#Zusammenland** – Vielfalt macht uns stark angeschlossen, wie rund 500 weitere Unternehmen.



15. ROSSMANN-Herzensprojekte

ROSSMANN engagiert sich dort, wo das Unternehmen einen Unterschied machen kann – sowohl finanziell als auch mit tatkräftiger Unterstützung aus den eigenen Reihen. Eines von den ROSSMANN-Herzensprojekten ist die Unterstützung des Hannoveraner **Kinderkrankenhauses auf der Bult**. Nach einer Spende in Höhe von **500.000 Euro im Jahr 2022**, folgte 2023 die nächste Unterstützung durch ROSSMANN ebenfalls über **500.000 Euro** – aber auch ganz direkt: Ab jetzt dürfen sich die jungen Patienten und ihre Eltern über **flächendeckendes WLAN** und das Kinderfernsehen KIXI als wertvolles Unterhaltungsmedium freuen – initiiert durch Raoul Roßmann. In 2024 wird die starke Unterstützung für das Kinderkrankenhaus nicht nur weiter fortgesetzt, sondern noch einmal deutlich ausgeweitet.

Die Unterstützung von Kindern und Familien hat bei ROSSMANN eine lange Tradition: Seit **über 20 Jahren** stehen im Kassenbereich der ROSSMANN-Filialen die transparenten, **sechseckigen Spendendosen des Deutschen Kinderhilfswerks**. Von Wechselgeld über übriggebliebene D-Mark bis hin zu Fremdwährung – all das kann in die Dose eingeworfen werden und hilft große und kleine Projekte für Kinder in ganz Deutschland zu finanzieren. Die ROSSMANN Kundinnen und Kunden haben sich im letzten Jahr mal wieder selbst übertraffen und insgesamt **904.351,00 Euro in die kleinen Dosen** geworfen – damit konnten die Gesamteinnahmen der Spendendosen im Vergleich zu den letzten Jahren noch einmal gesteigert werden.

Gemeinsam mit dem **Deutschen Kinderhilfswerk und Procter & Gamble** unterstützen ROSSMANN zudem bundesweit Ideen für die Schule von morgen. Über 30 Schulen aus allen 16 Bundesländern freuen sich über das Startkapital für einen **Maker Space**: Die Schulen wurden unter dem Dach der Initiative „**Zukunft mitgemacht**“ ausgewählt und erhalten eine Förderung von bis zu 30.000 Euro für die Einrichtung von offenen Lernräumen, die dem projektorientierten, experimentellen und kreativen Arbeiten dienen. Aufgrund des hohen Interesses und der Vielzahl herausragender Bewerbungen wurde die **Fördersumme** des Gesamtprojektes von 250.000 Euro auf **350.000 Euro** erhöht, wodurch statt der ursprünglichen Anzahl von 22 Projekten nun über 30 Schulen profitieren.

Das **neueste ROSSMANN-Herzensprojekt ist das Mentoring-Programm „Balu und Du“**, das vergangenes Jahr mit **500.000 Euro** unterstützt wurde.

Ein Balu im Alter von 17 bis 30 Jahren verbringt einmal die Woche Zeit mit einem Schulkind, einem Mogli, und beide profitieren davon. Vertrauen ineinander, in das eigene Können, die persönliche Zukunft – all das gehört auch zum Mentoring-Programm von „Balu und Du“ und wird gefördert durch die Zeit, die das Tandem miteinander verbringt. Es klingt so simpel und ist doch so wirksam: Mentoren schenken Zeit, und das für mindestens ein Jahr. Vor über 20 Jahren gegründet, hat „Balu und Du“ mittlerweile mehr als 180 Standorte in Deutschland – Partner sind Bildungseinrichtungen, Wohlfahrtsverbände und kommunale Träger. Wichtig ist für die wirksame Arbeit von „Balu und Du“ auch die Zusammenarbeit mit Lehrkräften an Grundschulen, die einen guten Blick dafür haben, welches Kind vom Mentoring profitieren könnte. Denn Chancengleichheit, soziale Voraussetzungen und der Bildungshintergrund bestimmen immer noch stark die Möglichkeiten und Zukunftswege von Kindern. Mentoring kann hier viel bewirken, und das sehr nachhaltig, über die gemeinsame Zeit hinaus: von der Verbesserung der schulischen Leistungen und sozialen Kompetenzen bis hin zum Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Denn genau das ist der Schlüssel: Vertrauen in sich selbst und auch in unsere Gesellschaft.



Vertrauen hat Raoul Roßmann auch seinen Geschäftsleitern geschenkt – vergangenes Jahr standen jedem Geschäftsleiter und Geschäftsführer 20.000 Euro zur Verfügung, um sie an **Organisationen zu spenden**, die ihnen besonders am Herzen liegen. So wurden im vergangenen Jahr **380.000 Euro** an unterschiedliche Einrichtungen vergeben vom „Verein für krebskranke Kinder Hannover“ bis zur Obdachlosenhilfe „StrassenBLUES“ in Hamburg.

16. Nachhaltigkeit bei ROSSMANN

Auch in diesem Jahr zeigt der **neue Nachhaltigkeitsbericht von ROSSMANN** wie hoch der Stellenwert von Nachhaltigkeit im Unternehmen ist. Er zeigt Meilensteine auf, die bereits erreicht wurden, aber richtet den Blick gleichzeitig in die Zukunft. ROSSMANN nutzt seine Möglichkeiten in allen Unternehmensbereichen: von Potenzialen in der Logistik, über die Optimierung von Energieverbräuchen bis hin zu eigenen Klimaschutzprojekten sowie der verantwortungsvollen Gestaltung der ROSSMANN-Marken. Das Wichtigste in Kürze finden Sie auf der nächsten Seite.

Über das bisherige Nachhaltigkeits-Engagement hinaus: **ROSSMANN baut nachhaltig!** Die Dirk Rossmann Immobiliengruppe GmbH plant ein **nachhaltiges Wohnquartier** für zukunftsfähiges Wohnen. Ziel ist es, hochwertig und nachhaltig zu bauen, und das in Zeiten hoher Baukosten und fehlenden Wohnraums. Auf einem 15.000 Quadratmeter großen Grundstück sollen 50 mehrgeschossige Holzhäuser mit insgesamt **70 Wohneinheiten in Burgwedel** entstehen. Die Planungen sehen vor, dass die Häuser aus vorgefertigten Modulen errichtet, durch Erdwärme geheizt und mit Strom aus regenerativen Energien wie Sonne und Wind versorgt werden. Durch ein Regenwassernutzungssystem erfolgt die Bewässerung der ökologisch hochwertigen Außenanlagen. Auch die Förderung von E-Mobilität wird durch die Installation von Ladesäulen berücksichtigt. Neben der **ökologischen ist auch die soziale Nachhaltigkeit wichtig**: In einem Gemeinschaftshaus können die Bewohner der Siedlung für Familienfeiern oder Nachbarschaftstreffs zusammenkommen. Die Bauarbeiten der 41 bis 113 Quadratmeter großen Wohnungen können in 2025 beginnen.

Engagement für die Heinz Sielmann Stiftung geht in das dritte Jahr: Mehr als 71.500 Tier-, Pflanzen- und Pilzarten leben aktuell in Deutschland. Für deren Lebensgrundlagen setzt sich die Heinz Sielmann Stiftung ein, die 1994 von dem bekannten Tierfilmer, Autor und Moderator Heinz Sielmann und seiner Frau Inge gegründet wurde. Die Stiftung bemüht sich, Lebensräume seltener Tiere, Pflanzen und Pilze zu erhalten und zu schaffen. Aber sie möchte der Öffentlichkeit auch den Wert einer möglichst intakten Natur und großen Artenvielfalt vermitteln. **Seit 2022 engagiert sich ROSSMANN** im Rahmen einer Kooperation für die Naturschutzprojekte der Sielmann Stiftung. In jedem Jahr liegt der Schwerpunkt auf einem ausgewählten Projekt. Das erste gemeinsame Engagement galt dem sogenannten **Grünen Band** – dem ehemaligen innerdeutschen Grenzsteifen, der als größter Biotopverbund Deutschlands gilt. Im zweiten Jahr der Kooperation wurde besonderes Augenmerk auf die **Naturlandschaft Döberitzer Heide** vor den Toren Berlins gelegt. Nun im dritten Jahr, in dem die Sielmann Stiftung ihr 30-jähriges Jubiläum feiert, unterstützt ROSSMANN das Projekt für den **Biotopverbund Bodensee**, der Renaturierung/Sanierung von Feuchtgebieten.



Das Wichtigste in Kürze

	Wir messen unseren Erfolg	Unser Ziel ist es, ...	Was wir dafür tun
Rezyklateinsatz in Verpackungen	Die Rezyklatquote bezogen auf Kunststoffe in Produktverpackungen der ROSSMANN-Marken konnte im Jahr 2023 auf 38 Prozent gesteigert werden. ¹ In Bezug auf alle Materialarten (inkl. Kunststoff und z. B. Glas, Papier, Aluminium etc.) betrug die Rezyklatquote im Jahr 2023 in den Produktverpackungen der ROSSMANN-Marken 44 Prozent . ²	... bis 2025 sowohl den Einsatz von recyceltem Plastik als auch den Einsatz von Rezyklaten aller Materialien in den Produktverpackungen der ROSSMANN-Marken auf 45 Prozent erhöhen. ²	Durch den Einsatz von Rezyklaten verschiedener Verpackungsmaterialarten reduzieren wir den Einsatz von Frischmaterialien in Verpackungen erheblich. Zum Beispiel bei unserer nachhaltigen Wasch-, Putz- & Reinigungsmarke eco Freude befinden sich alle 15 Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel in Flaschen, deren Material zu 100 Prozent aus Rezyklat besteht. Insgesamt sparte ROSSMANN damit circa 58,4 Tonnen an Neuplastik im Jahr 2023 (eco Freude Flaschen + Verschlüsse) ein. ³
Produktrezeptur ohne Mikroplastik	Beim Thema Mikroplastik gehört ROSSMANN zu den Vorreitern: Bereits 1.359 Produktrezepturen der ROSSMANN-Marken sind mikroplastikfrei. ⁴ Im Vergleich zu 2022 ist das eine Steigerung von 3,85 Prozent . ⁴ Damit decken wir nahezu alle relevanten Sortimentsbereiche ab. ⁵	... die Zahl der mikroplastikfreien ⁴ Rezepturen in relevanten Sortimenten der ROSSMANN-Marken kontinuierlich zu erhöhen.	Wir vermeiden den Einsatz von Mikroplastik in den Produktrezepturen der ROSSMANN-Marken, wo es möglich ist. So setzen wir bereits seit 2013 auf Peelingkörper natürlichen Ursprungs. Zudem kennzeichnet das eigens entwickelte Siegel „Rezeptur OHNE Mikroplastik“ alle mikroplastikfreien ROSSMANN-Produkte. Dieses geht über das aktuelle gesetzliche Verbot von festem Mikroplastik hinaus, indem es auch einige flüssige oder teilgelöste synthetische Polymere ausschließt. Außerdem dient es den Kunden von ROSSMANN als Orientierung beim Einkauf.
Recyclingfähigkeit von Verpackungen	Ein großer Teil der ROSSMANN-Marken Verpackungen ist bereits jetzt recyclingfähig. 73 Prozent der ROSSMANN-Marken-Verpackungen weisen auf ihr Gewicht bezogen nach aktuellem Stand eine Recyclingfähigkeit von mehr als 90 Prozent auf.	... bis 2025 mindestens 90 Prozent der ROSSMANN-Marken-Verpackungen recyclingfähig zu gestalten.	Indem wir die Recyclingfähigkeit unserer Produktverpackungen prüfen und bewerten, können wir Maßnahmen anstoßen, um diese zu verbessern und damit die Kreislaufwirtschaft zu fördern.
Wir achten auf die Lieferketten	Grundlage für jeden Auftrag bei der internationalen Beschaffung unserer Non-Food-Artikel von ROSSMANN ist der Lieferantenkodex, der Code of Conduct bis 2025 in Risikoländern 100 Prozent der ROSSMANN-Marken Produkte in sozial- und umweltgeprüften Produktionsstätten fertigen zu lassen.	Im Rahmen unserer Handelspartnerschaften achten wir auf langfristige, faire und zuverlässige Geschäftsbeziehungen, deren Grundlage der Code of Conduct ist. Ein integriertes Risikomanagement hilft zudem bei der Entscheidung, wo wir einkaufen und produzieren lassen.
Nachhaltiges Bauen in der Logistik	Das neue ROSSMANN-Logistikzentrum Burgwedel vereint zukunftsfähiges und ökologisches Bauen mit den Anforderungen der ROSSMANN-Logistik. Mit Hilfe vernetzter Logistiksysteme, die weniger interne Transporte nötig machen, ergonomischer Arbeitsplatzgestaltung und der Automatisierung von Prozessschritten können wir die Produktivität um 20 Prozent steigern und die Gesundheit unserer Mitarbeiter schonen. Mit einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Logistik-Lagers in Burgwedel gewinnt ROSSMANN voraussichtlich 760 MWh Strom pro Jahr.	... beim Thema Nachhaltigkeit neue Maßstäbe zu setzen und damit für zukunftsfähiges und ökologisches Bauen einzustehen.	Viele Eigenschaften verdeutlichen den Nachhaltigkeitsanspruch des neuen Lagerstandorts Burgwedel. Mit Hilfe der LED-Beleuchtung mit Tageslichterkennung wird in Zukunft Stromsparend beleuchtet. Indem wir auf der großen Dachfläche des Regionalloggers Burgwedel die Möglichkeit der regenerativen Energiegewinnung nutzen, können wir die Effizienz steigern und sogar überschüssige Energie ins Stromnetz einspeisen.
Optimierte Lkw-Routen in der Logistik senken CO₂-Ausstoß	Unsere Lkw führen im Jahr 2023 täglich 566 Ausliefer Touren . Damit trotz steigender Anzahl an ROSSMANN-Filialen die Wege so kurz wie möglich sind, verbessern wir stetig unser Tourenmanagement – seit 2024 auch mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) den Einsatz von KI-basiertem Tourenmanagement auszuweiten.	ROSSMANN optimiert das Tourenmanagement sowie die Regionallogistik konsequent, um in Zeiten knapper Transportkapazitäten und mit dem Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit den Weg der Ware vom Lager zu den Filialen so kurz wie möglich zu halten. Der Einsatz des KI-Tools führt zu einer Effizienzsteigerung von 10 Prozent gegenüber der alten Tourenplanung, was neben geringeren Kosten insbesondere den CO ₂ -Ausstoß verringert.
Energieverbrauch der Filialen senken	22023 verbrauchten unserer ROSSMANN Filialen 196,38 GWh Strom und konnte damit trotz stetiger Expansion noch 42,44 GWh an Strom einsparen. So haben wir den CO₂-Ausstoß um 14,600 Tonnen verringert. ⁶ Folglich konnte das Unternehmen 2023 durch Stromersparungen so viel CO ₂ einsparen, wie bei 62,66 Millionen Kilometer Fahrt mit einem Benzin-Auto entstehen. ⁷	... den Stromverbrauch von ROSSMANN weiter zu senken und 2024 unter 200 GWh zu halten.	ROSSMANN betrachtet seine Verbrauchswerte ganzheitlich über die Stromzähler. Ebenso wird die Lage am Energiemarkt beobachtet. Daraus leiten sich unterschiedlichste Maßnahmen, wie zum Beispiel die Installation von Zeitschaltuhren und Präsenzmeldern, ab. Auf diese Weise wird der konzernweite Energieverbrauch trotz fortlaufender Expansion reduziert.
Energiecontrolling am Beispiel einer Filiale	Der für 2023 prognostizierte Energieverbrauch einer exemplarischen ROSSMANN-Filiale (Hannover Herrenhausen) fällt durch die Umsetzung der Energiesparmaßnahmen von 136.000 kWh auf 78.000 kWh pro Jahr.	... erhöhte Energieverbräuche tagesaktuell zu erkennen, um aufbauend Gegenmaßnahmen einzuleiten.	ROSSMANN bewertet im Bereich der Gebäudeleittechnik alle Regelparameter und kalibriert sie im Kontext der Nachhaltigkeit. Ein monatlich erscheinender Energiebericht, fasst die Stromverbräuche zusammen und vergleicht diese mit dem Vorjahr – konzernweit und auch für eine einzelne Filiale.
Bau eines sozial und ökologisch nachhaltigen Wohnquartiers	Die familiengeführte DIRK ROSSMANN IMMOBILIENGRUPPE plant in der Nähe der Firmenzentrale von ROSSMANN ein zukunftsfähiges stadtnahes Wohnquartier . Ziel ist es, sozial und ökologisch nachhaltiges Wohnen mit hohen Komfortansprüchen und damit verbundener Lebensqualität zu ermöglichen – und das in Zeiten hoher Baukosten und fehlendem Wohnraum.	... ein anspruchsvolles Projekt mit Strahlkraft über Hannover hinaus umzusetzen, dem in seiner Funktion eine Vorbildwirkung zukommen soll. Die Bauarbeiten der 41 bis 113 Quadratmeter großen Wohnungen können 2025 beginnen.	Auf einem 15.000 Quadratmeter großen Grundstück sollen 50 hochwertige mehrgeschossige Holzhäuser mit insgesamt 70 Wohneinheiten in Burgwedel bei Hannover entstehen. Neben der ökologischen ist auch die soziale Nachhaltigkeit wichtig.
Ein attraktiver Arbeitgeber sein	ROSSMANN hat es auf Platz 16 der „World's Best Employers“ von „Forbes“ geschafft. Im Vergleich zu anderen deutschen Einzelhändlern haben wir Platz 1 erreicht und branchenunabhängig Platz 3 in Deutschland. Unsere Bemühungen hinsichtlich etwa der Chancengleichheit und Talententwicklung unserer Mitarbeiter spiegeln sich auch in der Anzahl der Personaleintritte wider: 2023 haben über 7100 Menschen eine Beschäftigung bei ROSSMANN begonnen.	... als Arbeitgeber weiterhin attraktiv zu bleiben und unser Engagement auch im nächsten Jahr durch sehr gute Platzierungen wie etwa in der Liste „World's best Employer“ von „Forbes“ erkennen zu können.	ROSSMANN schafft ein attraktives und faires Arbeitsumfeld für seine Mitarbeiter. Dies gelingt unter anderem über eine faire Entlohnung, Benefits wie zusätzliche betriebliche Leistungen über den Tariflohn hinaus und flexible Arbeitszeitmodelle, die sich an die jeweiligen Bedürfnisse der Mitarbeiter anpassen.
Steigerung der Ausbildungsquote	Unser Ziel für das Jahr 2023 haben wir erreicht: Lag die Ausbildungsquote 2022 noch bei 5,2 Prozent, beträgt sie nun 6,4 Prozent die Ausbildungsquote bis 2025 auf mindestens 6 Prozent zu halten.	ROSSMANN investiert in junge Talente und bietet ein vielfältiges Ausbildungsangebot an. Rund 1.780 Menschen (Stand Oktober 2023) befinden sich aktuell in einer Ausbildung bei uns.

¹ Bezogen auf Absatzmengen im Jahr 2023; inklusive Lebensmittelverpackungen
² Bezogen auf Absatzmengen im Jahr 2023; inklusive Lebensmittelverpackungen; enthalten: Alle Verpackungsmaterialarten
³ Bezogen auf Absatzmengen im Jahr 2023
⁴ Rezeptur ohne Mikroplastik lt. www.rossmann.de/mikroplastikfrei
⁵ Bezogen auf die Sortimentsbereiche Haut- & Körperpflege sowie Wasch-, Putz- & Reinigungsmittel
⁶ Energiemix unseres Energieversorgers für 2022
⁷ Quelle: BMUV: Klima und Erneuerbare Energien: Ist Elektromobilität wirklich klimafreundlich?

Weitere aktuelle Informationen finden Sie unter
www.rossmann.de/presse.

Bei Nachfragen wenden Sie sich bitte an die
ROSSMANN-Unternehmenskommunikation.

Tel: 05139 / 898-4444

Fax: 05139 / 898-4999

E-Mail: dialog@rossmann.de

ROSSMANN
Mein Drogeriemarkt