

PRESSEMITTEILUNG

## **Duell der Drogerie-Giganten: Rossmann und dm liefern sich Kopf-an-Kopf Rennen**

*[Karte des Monats von Nexiga](#) zeigt: Rossmann hat die Nase vorn bei der Marktabdeckung im Norden und Osten des Landes. Größter Konkurrent dm dominiert hingegen den südlichen Teil.*

**Bonn, 02.03.2017\_** Spülmaschinen-Tabs, Weichspüler und Windeln aber vor allem auch Körperpflegeprodukte sowie dekorative Kosmetik locken die Verbraucher regelmäßig in den Drogeriemarkt. Doch die Qual der Wahl beginnt für Verbraucher nicht erst vor den prall gefüllten Regalen, sondern bereits bei der Entscheidung, zu welcher Drogerie diese gehen – Rossmann oder dm.

### **Das Kopf-an-Kopf-Rennen der Drogerie-Giganten**

Wie sich die Drogeriemarktketten übers Land verteilen, hat Nexiga in der [aktuellen Karte des Monats](#) zusammengetragen. Die 1973 in Karlsruhe gegründete Drogeriemarktkette dm bewirtschaftet landesweit aktuelle 1.800 Filialen. Doch mit aktuell 2.000 Filialen hat Rossmann, das 1972 in Hannover gegründete Unternehmen, die Nase ganz leicht vorn. Seit Anfang der 1970er Jahre spinnen diese beiden Konkurrenten ein dichtes Netz an Drogeriemärkten in der gesamten Bundesrepublik. Der Norden Deutschlands wird klar von Rossmann dominiert; auch in Ostdeutschland ist Rossmann präsenter als sein Hauptkonkurrent dm. Im Süden des Landes präsentiert sich ein umgekehrtes Bild, das allerdings deutlich weniger stark ausgeprägt ist als in der Nordhälfte. Im Südwesten des Landes verfügt dm über ein dichteres Filialnetz als Rossmann.

### **Expansion und Konkurrenz**

Die Drogeriemarkt-Kette Müller und die Hamburger Kette Budnikowsky sind weitere Konkurrenten der Big-Player Rossmann und dm. Sie folgen aber mit großem Abstand. Schlecker mit einst 9.000 Filialen spielt heute aufgrund der Insolvenz im Jahr 2012 keine Rolle mehr. Was den Wettbewerb für die Drogeriefachmärkte allerdings zunehmend anheizt, sind die Supermärkte und Discounter, die mehr und mehr Pflege- und Kosmetikprodukte in ihr Sortiment aufnehmen. Aldi Süd zum Beispiel bietet seinen Kunden heute auch Nivea-Creme und Pampers-Windeln an. Rossmann und dm reagieren auf diesen Trend, indem sie ihr Filialnetz stetig ausbauen und optimieren. Rossmann plant im Laufe des Jahres 110 neue Filialen zu eröffnen; dm möchte im selben Zeitraum 90 weitere Filialen eröffnen.

**Quellen:** Nexiga-Filialstandort-Datenbank LOCAL® Topshops, eigene Berechnungen von Nexiga.

---

### **Über Nexiga**

Die Nexiga GmbH ist Pionier und einer der Marktführer für Geomarketing. Mit der zunehmenden Integration von Geomarketing-Komponenten in den Geschäftsprozessen der Unternehmen unterstützt der Full-Service-Anbieter diese in der Planung und Bewertung von Standorten, Vertriebsgebieten, Zielgruppen und der Ermittlung von Marktpotenzialen.

Mit LOCAL® - der ganzheitlichen Geomarketing-Lösung - bietet Nexiga neben einer enormen Datenbasis auch die notwendigen Technologien für detaillierte und passgenaue Analysen: So beschreiben die hausgenauen Daten von LOCAL® Data Standorte anhand von Markt- und Geodaten samt branchenspezifischer Merkmale und liefern damit essentielle Inhalte für genaue Analysen über das Marktpotenzial sowie die Infrastruktur der Standorte vor Ort. Eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung ist über die automatische Anreicherung von Datensätzen mit raumbezogenen Informationen durch die Geomarketing-Systeme von LOCAL® Systems möglich. Adressen werden schnell und präzise verifiziert, lokalisiert und dargestellt, so dass sie als Basis für die strategische Marktbearbeitung dienen. Werbe- und Marketingmaßnahmen sind mess- und planbar, weil genau ermittelt werden kann, wo potenzielle Neukunden zu erreichen sind.

LOCAL® Competence rundet das Full-Service-Paket von Nexiga ab. Das erfahrene Expertenteam sorgt mit seiner langjährigen Erfahrung und dem gezielten Einsatz von umfassenden Analyse-, Planungs- und Berechnungsmethoden für eine zuverlässige Beratungskompetenz.

### **Über Geomarketing**

„All success is local“: Die räumliche Komponente spielt in der Wirtschaft eine herausragende Rolle und hilft Unternehmen, optimal und effizient zu steuern und strategisch fundierte Entscheidungen mit minimalem wirtschaftlichen Risiko zu treffen. Für die wirtschaftliche Betrachtung und Bewertung eines Marktes macht Nexiga räumliche Zusammenhänge nach den relevanten Parametern für die weitere Bearbeitung transparent und beantwortet zusätzlich durch exakte Geoinformationen und -daten die wichtige Frage nach dem „Wo“. Darüber hinaus gibt der Kompetenzführer für Geomarketing Unternehmen ergänzende Marktinformationen und -daten an die Hand, mit denen sie die für sich interessanten Gebiete nach wirtschaftlichen und soziodemographischen Gesichtspunkten, wie Kaufkraft, Alter, Wohnumfeld oder Produktaffinität noch besser und exakter einschätzen können. Auf dieser Basis erhalten Kunden eine optimale Planungsgrundlage für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen sowie Neukundengewinnung.

Weitere Informationen unter [www.nexiga.com](http://www.nexiga.com)

###

#### **Kontakt Nexiga:**

Ina Wagner, Senior Marketing Manager  
[wagner@nexiga.com](mailto:wagner@nexiga.com)

#### **Pressekontakt:**

Christoph Hausel,  
CEO & Founder, ELEMENT C  
Tel.: 089 720 137 – 20  
[nexiga@elementc.de](mailto:nexiga@elementc.de)