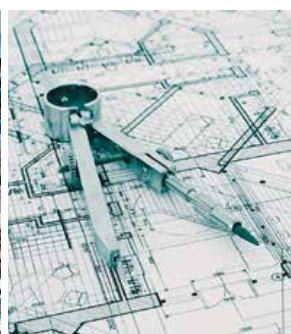
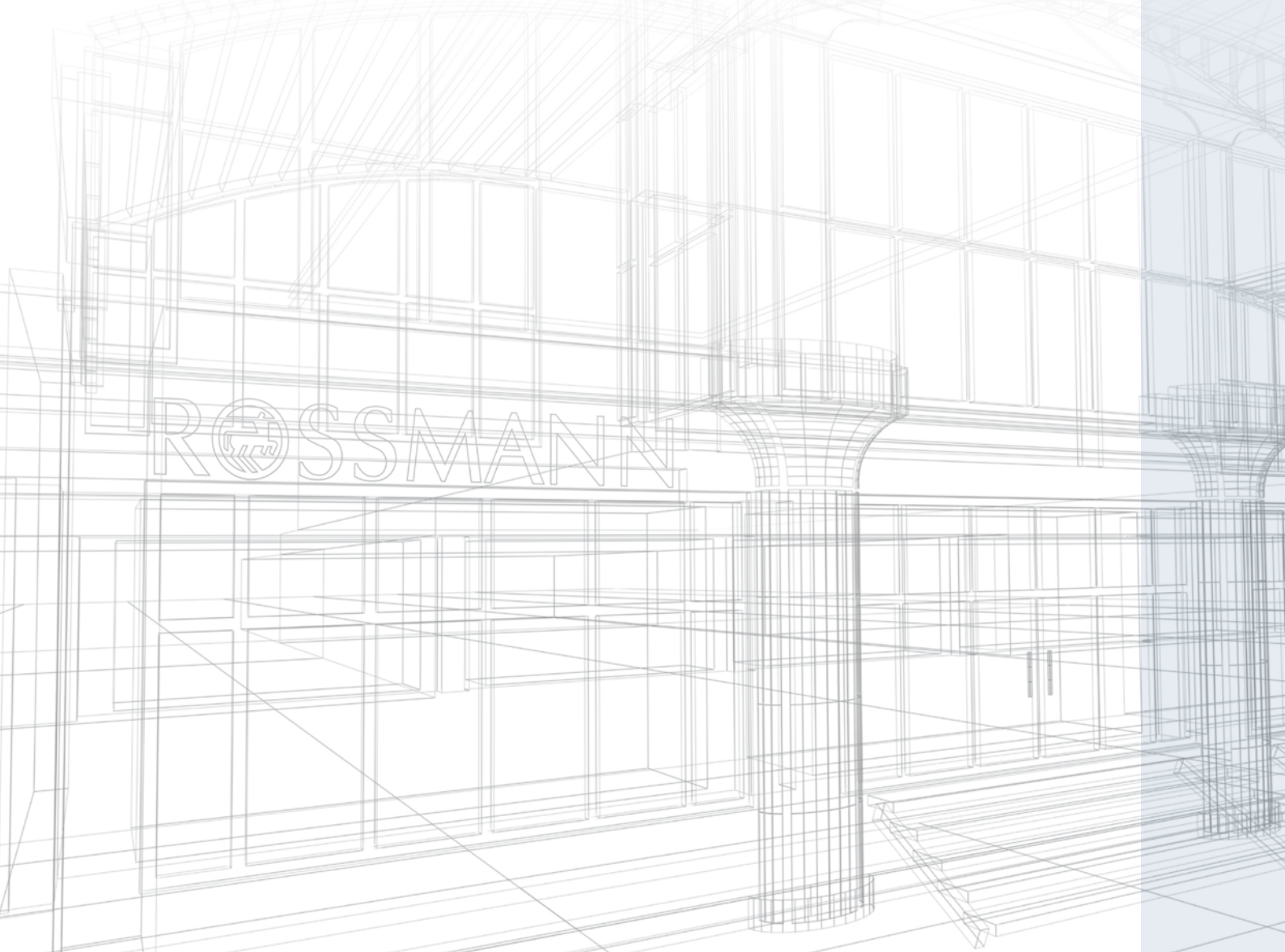




ROSSMANN Expansion

Wachstum schafft Zukunft



**ROSSMANN**  
Mein Drogeriemarkt



# Ideen, Menschen, Wachstum



Der erste ROSSMANN „Markt für Drogeriewaren“ in der Jakobstraße 6 in Hannover im März 1972



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

**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 das Unternehmen 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-Drogeriemarkte in Thüringen und Sachsen-Anhalt die flächendeckende Expansion in Ostdeutschland.

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

**1997** begeht das Unternehmen sein 25. Firmenjubiläum. ROSSMANN führt 444 Drogeriemarkte 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** übernimmt ROSSMANN von der Rewe-Gruppe 90 Idea-Märkte in Norddeutschland. Im selben Jahr beginnt mit der Einstellung von 104 Azubi die ROSSMANN-Ausbildungsinitiative.

**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.

**2008** erwirbt ROSSMANN die 160 Drogeriemarkte des schleswig-holsteinischen Drogeriemarkt-Unternehmens KLOPPENBURG. In Albanien wird der erste Drogeriemarkt eröffnet.

**2010** folgt das fünfte Auslandsgeschäft mit dem Markteintritt in die Türkei.

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

**2012** wird ROSSMANN im 40. Jahr seines Bestehens nach der Insolvenz des Branchenführers Schlecker die Nummer 2 der deutschen Drogeriemarkte und erwirbt 93 Ihr Platz-Märkte.

**2013** wird ein zusätzliches Regionallager in Wustermark bei Berlin gebaut.



Seit der Übernahme der Tengelmann-Tochter „kd“ ist ROSSMANN auch in Süddeutschland vertreten. Im März 2004 eröffnete der erste ROSSMANN-Markt im Herzen Münchens.



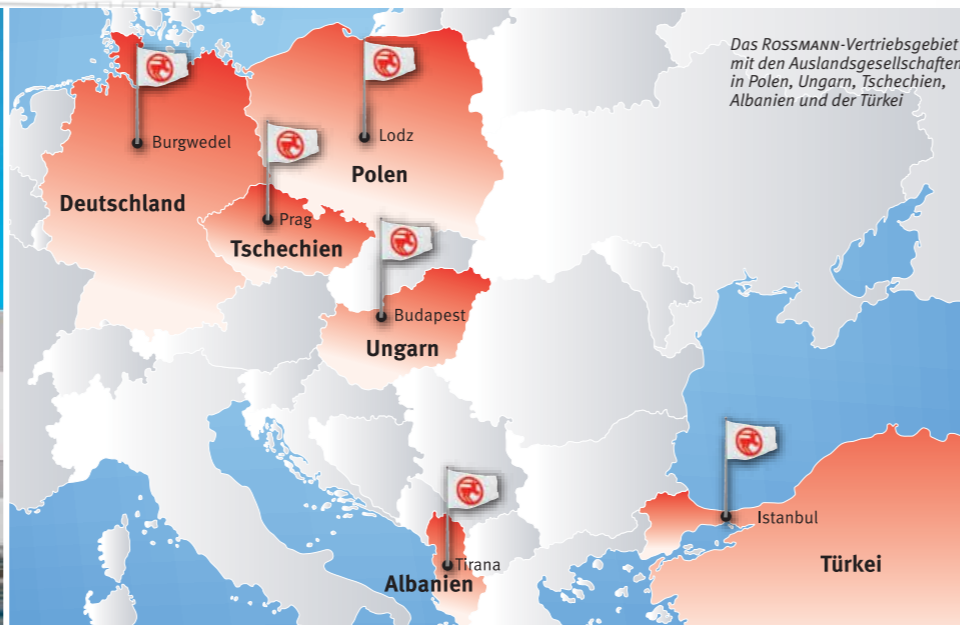
ROSSMANN EXPRESS ist das neue Format für Bahnhöfe. Einer der ersten vier EXPRESS-Märkte eröffnete am 6. September 2012 in Köln.



Die neue polnische ROSSMANN-Zentrale in Lodz wurde im Februar 2012 eingeweiht. In 12 Stockwerken arbeiten hier 350 Mitarbeiter der Verwaltung.



Die 700. Verkaufsstelle Polens in Warschau ist zugleich die 1.000. Verkaufsstelle im Ausland



Neueröffnung in Ankara





## Im Zeichen des Zentauren

Die DIRK ROSSMANN GmbH ist die zweitgrößte Drogeriekette der Bundesrepublik und gehört nach Umsatz zu den 10 wichtigsten Lebensmitteleinzelhändlern in Deutschland<sup>1</sup>. Die ROSSMANN-Gruppe beschäftigt 38.000 Mitarbeiter – davon in Deutschland 26.000. Im Jahr 2012 erzielte die ROSSMANN-Gruppe mit 2.776 Verkaufsstellen in Deutschland, Polen, Ungarn, Tschechien, Albanien und der Türkei einen Umsatz von 5,95 Mrd. Euro.

ROSSMANN gehört als einziger deutscher Händler zur Spitzengruppe der 50 weltweit am schnellsten wachsenden Handelsunternehmen. Die Vergleichsstudie „Global Powers of Retailing 2012“<sup>2</sup> der Unternehmensberatung Deloitte führt ROSSMANN gleich zweimal – auf Platz 37 der am schnellsten wachsenden Händler sowie auf Platz 144 der 250 weltweit größten Händler. Die Studie weist bei ROSSMANN für den Zeitraum 2005 bis 2010 ein durchschnittliches Wachstum von 14 Prozent aus.

Das Geschäftsjahr 2012 wurde in Deutschland mit einem Umsatz von 4,45 Milliarden Euro abgeschlossen. Die Bilanzsumme ist um 19 Prozent auf 1,4 Milliarden Euro angewachsen. Der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme erreichte 38 Prozent. ROSSMANN erzielte 2012 das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte mit einem Ebit von vier Prozent. Auf bestehender Fläche konnte ein zweistelliges Plus erzielt werden.

ROSSMANN 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.

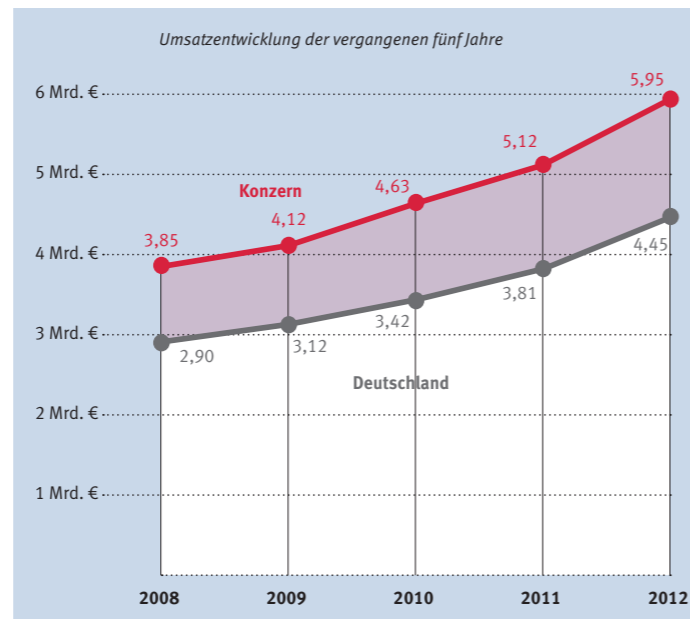
<sup>1</sup> Quelle: TradeDimensions/Lebensmittel Zeitung  
<sup>2</sup> deutsch: „Globale Handelsmächte 2012“



### 1039 Standorte in Deutschland

Unter den deutschen Millionenstädten Berlin, Hamburg, Köln und München ist die deutsche Hauptstadt mit 110 Märkten der stärkste ROSSMANN-Standort. Neben den Metropolen ist ROSSMANN in 72 weiteren Großstädten präsent. Insgesamt ist ROSSMANN heute an 1039 Standorten\* in ganz Deutschland zu finden. 34 Verkaufsstellen werden in Bahnhöfen betrieben, 267 in Einkaufszentren und 544 in Fachmarktzentren.

\*Stand 09/2013



## Wegweisend und zukunftsorientiert

Sehr geehrte Damen und Herren,

vor mehr als 40 Jahren begann die Erfolgsgeschichte der Firma ROSSMANN, die sich bis heute höchst dynamisch fortentwickelt hat und mittlerweile nicht nur in Deutschland, sondern auch in Polen, Ungarn, Tschechien, Albanien und der Türkei vertreten ist. Günstige Preise, eine hohe Qualität der Produkte und die stetige Expansion führten zum Aufstieg des Unternehmens, das inzwischen 2.800 Filialen in Europa führt.

Die ROSSMANN-Entwicklung der vergangenen Jahre verlief beeindruckend rasant: Im Jahr 2000 feierte ROSSMANN die Eröffnung der 500. Filiale bundesweit, bis zum Jahr 2004 konnte man die Anzahl der Verkaufsstellen sogar verdoppeln. Im März 2009 – nur fünf Jahre später – hatte sich die Anzahl der ROSSMANN-Filialen bereits erneut auf 2.000 Drogeriemärkte verdoppelt. Jährlich werden überall in Deutschland mindestens 100 neue ROSSMANN-Drogeriemärkte eröffnet. Damit ist das Unternehmen auch zu einem wichtigen Arbeitgeber für die ganze Bundesrepublik geworden.

ROSSMANN ist heute das erfolgreichste und am stärksten wachsende Drogeriemarkt-Unternehmen Deutschlands. Überall in der Bundesrepublik suchen wir nach geeigneten Verkaufsflächen ab 600 m<sup>2</sup> in Fußgängerzonen, Einkaufszentren oder Fachmarktlagen.

Wir suchen zuverlässige Partner für eine langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Seien Sie dieser Partner.

Ihr

Dirk Roßmann

GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER



# Über 1800 Drogeriemärkte – von Sylt bis Mittenwald



**1** Beliebt bei Kunden ist der komplett neue Typus eines offenen Parfüm- und Kosmetikbereichs aus zehn Theken sowie drei Regalmeter für die Düfte verschiedener Lieferanten sowie den Eigenmarken, die frei zugänglich sind. Die exklusiveren Düfte befinden sich in einer abschließbaren Vitrine in einem Ein-Meter-Modul. Die Theken gruppieren sich dabei auf drei Seiten um einen inselförmigen Tresen mit Vitrinen und Kassen, der die großzügige und offene Form unterstreicht.

ROSSMANN-Drogeriemärkte haben heute eine durchschnittliche Verkaufsfläche von 480 m<sup>2</sup> und präsentieren sich außen wie innen hochwertig in den Farben Weiß und Rot, mit modernen Ladenbauelementen, lichtstarken Leuchtsystemen und saisonal wechselnden Schaufensterdekorationen. Im roten Schriftzug führt das Unternehmen sein Wahrzeichen, den Zentaur im O, jenes Fabelwesen – halb Ross, halb Mann – aus der griechischen Sagenwelt, das symbolisch für den Namen des Gründers und Inhabers Dirk Roßmann steht. ROSSMANN-Märkte gibt es häufig in Innenstadtlagen, in modernen Einkaufszentren oder in Fachmarktzentren auf der grünen Wiese. ROSSMANN eröffnet jedes Jahr mindestens 100 neue Verkaufsstellen. Dabei präsentieren sich die neuen Märkte zugleich mit einem richtungweisenden Ladenbau-Konzept. Dazu zählen in ausgewählten Filialen vor allem



**3** In ausgewählten Filialen gibt es eine Kinderspielzone mit einem farnefrohen Teppich, auf dem ein Kindertisch mit Stoff-Hockern zum Malen einlädt. Dort können sich die Kleinen auch mit Spielwaren aus dem Sortiment beschäftigen. Ebenso wie der TÜV-abgenommene „Schaukel-Zentaur“ aus Schichtstoffholz wurden diese Einrichtungsgegenstände eigens für ROSSMANN entworfen.

Viel Platz und Komfort bietet auch der Fotobereich mit den Sofortdruckern von Kodak. Die Kunden sind durch Trennscheiben voneinander abgeschirmt, können in entspannter Atmosphäre auf komfortablen Stehhockern Platz nehmen und Fotoaufträge in Ruhe bearbeiten.

Nach dem Senden des Auftrages erhält der Kunde einen Bon, um damit später an der Kasse zu bezahlen. Kurze Zeit später kann der Kunde seine Fotoarbeiten aus dem Sofortdrucker entnehmen.

Der digitale Fotoservice bietet zudem in allen Verkaufsstellen die Möglichkeit, Fotos vor Ort zu überspielen und als günstige Papierabzüge zu bestellen.



- 1** die offene Parfümerie,
- 2** die Foto-Stationen von Kodak sowie
- 3** die Ruhe- und Spielzone mit Spielgeräten und
- 4** der Baby-Wickeltisch.

Weitere neue Errungenschaften: Packtisch mit Auslagefläche für das Kundenmagazin Centaur und Broschüren, modernisierte Weinpräsentation mit großflächigen Fotomotiven sowie ein Kundenleitsystem in Form von Regalaufsteckern mit Hinweis auf das jeweilige Sortiment. Die Ladenbauelemente werden ständig nach den neuesten Anforderungen optimiert.



# Das ROSSMANN-Sortiment



Das Sortiment von ROSSMANN ist in hohem Maße markenartikelorientiert und hebt sich durch seinen Umfang in Breite und Tiefe der geführten Warengruppen vom Wettbewerb ab. Das Drogeriesortiment umfasst ca. 17.500 Artikel. Der Umfang des Sortiments variiert je nach Größe der Verkaufsfläche und Standort der Verkaufsstelle. Zu den Lieferanten zählen bekannte Unternehmen wie Beiersdorf, Colgate-Palmolive, GlaxoSmithKline, Henkel, HIPP, Johnson & Johnson, Klosterfrau, Unilever, L'Oréal, Milupa, Nestlé und Procter & Gamble. Neben dem kompetenten Drogeriewaren-Sortiment führt ROSSMANN auch ausgewählte Aktionsartikel der Rossmann-Ideenwelt, den ROSSMANN-Fotoservice sowie ein umfangreiches Naturkost- und Weinsortiment. In der Parfüm-Welt werden dem Kunden rund 400 namhafte Düfte mit insgesamt 1.000 unterschiedlichen Referenzen hochwertig präsentiert. Die größeren Verkaufsstellen führen zusätzlich Spiel-, Schul- und Schreibwaren sowie Haushaltswaren-Sortimente. Besonders erfolgreich sind die neuen Sortimente in ländlichen Regionen, in denen ROSSMANN die Rolle des klassischen Nahversorgers oder eines kleinen Kaufhauses übernimmt.

## ■ 36 eigene Marken

Die ROSSMANN-Qualitätsmarken (RQM) sind ein Schlüssel zum Unternehmenserfolg der vergangenen Jahre. 1997 wurden die ersten RQM-Produkte babydream, facelle, sunozon und Winston eingeführt.

Die ROSSMANN-Qualitätsmarken stehen den vergleichbaren Industriemarken in nichts nach, sind jedoch zwischen 30 und 50 Prozent günstiger als der jeweilige Marktführer. Aktuell umfasst das Sortiment 36 Marken mit rund 4.200 verschiedenen Artikeln in den verschiedensten drogeristischen Sortimenten. ROSSMANN verfügt damit über das umfangreichste Eigenmarkensortiment bei Drogeriewaren in Deutschland.

Dem Qualitätsanspruch der RQM-Produkte wird höchste Priorität eingeräumt. Dieser wird garantiert durch dreifache Qualitätssicherungsmaßnahmen. Fast jedes neue Produkt wird vor seiner Markteinführung von einem unabhängigen Institut geprüft. Über 150-mal „sehr gut“ von Öko-Test und Stiftung Warentest seit 1997 sind der beste Beweis für den Erfolg dieser Strategie.

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

Bemerkenswerte ROSSMANN-Eigenmarken sind z.B. Rival de Loop, die längst als die hochwertigste Systemkosmetik kosmetischer Handelsmarken in Deutschland überhaupt gilt, oder die Naturkosmetik-Serie Alterra. Mit diesen Serien, aber auch mit babydream Baby milchen, Breien, Säften und Schorlen in geprüfter Bio-Qualität, Fair-Trade-Produkten der Reformkost-Eigenmarke enerBio oder eigenen Kaffeeprodukten von Laudatio mit Agrolab-Siegel etablierte ROSSMANN eigene, innovative Produktideen. Ihre hohe Qualität sowie ihr Preisvorteil haben die ROSSMANN-Qualitätsmarken zu echten Kundenmagneten des drogeristischen Kernsortiments werden lassen. Sie sind die Garanten einer starken Kundenbindung und einer erfolgreichen Zukunft der ROSSMANN-Drogeriemärkte.



# Soziale Verantwortung

Getragen von Offenheit, Fairness und Anerkennung prägt die ROSSMANN-Kultur jeden Einzelnen. Sie verbindet, trägt zu guter Zusammenarbeit bei, vermittelt Wertschätzung und Mitarbeiterorientierung. „Mein unternehmerisches Ziel ist es, dass die Menschen gerne zur Arbeit kommen“, ist das Motto von Dirk Roßmann. Lebenslanges Lernen ist bei ROSSMANN die Basis für beruflichen Erfolg. Neben Präsenzschnulungen gibt es auch zeitlich flexible digital-multimediale Lernkonzepte, Schulungsfilm und Wissensdatenbanken wie z.B. das ROSSMANN-Wiki.

Mit einem eigenen Seminarzentrum in der Lüneburger Heide hat das Unternehmen einen Ort der Begegnung. Spezielle und individuelle Förderprogramme wie die ROSSMANN-Jahresgruppe, freie Seminare oder die Kulturfahrten nach Wörlitz sind nur einige kulturelle Angebote des Unternehmens, die das Miteinander aller Unternehmensbereiche begleiten.

## ■ Perspektiven bieten

Die Ausbildungsabteilung hat es sich zur Aufgabe gemacht, jungen Menschen hervorragende Karrierechancen einzuräumen. Eine gute Betreuung durch motivierte und qualifizierte Ausbilder ist dafür die wichtigste Voraussetzung.

1.200 junge Menschen absolvieren heute eine kaufmännische Berufsausbildung bei ROSSMANN. Mehr als 80 Prozent werden anschließend übernommen.

ROSSMANN bietet auch nach der Ausbildung viele Möglichkeiten zur persönlichen Weiterbildung! Im Karriereportal unter [www.karriere.rossmann.de](http://www.karriere.rossmann.de) lassen sich weitere Informationen sammeln.

230.000 Kinder nahmen bisher an den von ROSSMANN geförderten Liederfesten „KLASSE WIR SINGEN“ teil.

## ■ Handeln mit Nachhaltigkeit

Engagement, nicht nur in sozialen, sondern auch in umweltrelevanten Bereichen, spielt bei ROSSMANN bereits seit vielen Jahren eine wichtige Rolle:

In allen Verkaufsstellen und Lägern werden Verpackungsabfälle getrennt gesammelt und dem Recycling zugeführt.

Die ROSSMANN-Werbebeilagen werden ausschließlich auf umweltschonendem Recyclingpapier gedruckt und für die Produktion des Kundenmagazins „Centaur“ sowie des „babywelt“-Elternmagazins wird nur FSC-zertifiziertes Papier verwendet.

Beim Betrieb der Filialen wird sehr stark auf die Verringerung des Ressourcenverbrauchs durch effiziente Heizungs- und Klimaanlagen geachtet. Die Regeltechnik hierfür wurde von ROSSMANN-Mitarbeitern selbst entwickelt und zum Patent angemeldet.

## ■ Gute Energieeffizienz

Für nachhaltiges Wirtschaften zeichnete die deutsche Energie-Agentur (dena) ROSSMANN im Juli 2013 mit dem Energieeffizienz-Siegel für vorbildliche Energieeffizienzprojekte aus.



Mit Hilfe einer Energiedatenbank können die Verbrauchsprofile aller Liegenschaften erfasst, ausgewertet und analysiert werden. Bundesweit sind mehr als 2.200 Stromzähler in den ROSSMANN-Standorten installiert. Damit werden neben dem Gesamtenergieverbrauch zusätzlich die Verbrauchswerte für Licht, Klimatisierung und Lüftung erfasst. Anschließend werden die Daten durch eine eigens entwickelte Controlling-Software ausgewertet und analysiert. Rund 1,5 Mio. Euro hat ROSSMANN in die neue Technik

ROSSMANN-Seminarzentrum in Hützel

investiert. Die Investition in die Zukunft hat sich gelohnt. In den ersten zwölf Monaten seit dem Beginn des Projekts hat ROSSMANN durch die getroffenen Maßnahmen 2.500 Megawattstunden Strom eingespart. Das entspricht einer Kostenersparnis von 500.000 Euro und einer Reduzierung von 1.650 Tonnen Kohlendioxid.

Ein weiteres Beispiel für nachhaltiges Wirtschaften ist die Anschaffung einer neuen Planungssoftware für die Optimierung der Auslieferungstouren. Rund zehn Prozent der gefahrenen Kilometer werden eingespart. Das entspricht einer Strecke von 210.000 km und einer Kraftstoffmenge von 80.000 Litern. Dabei reduziert sich der Ausstoß von Kohlendioxid um 226 Tonnen pro Jahr. Außerdem soll die Lastwagenflotte bis 2015 komplett auf die umweltfreundliche Schadstoffklasse umgerüstet werden.

**Stiftung Weltbevölkerung**

Die Stiftung wurde 1991 von Dirk Roßmann mitbegründet. Sie ist parteipolitisch unabhängig und konfessionell nicht gebunden. Die gemeinnützige Stiftung gehört heute zu den international anerkannten Entwicklungshilforganisationen und will Menschen helfen, sich selbst aus der Armut zu befreien. Deshalb unterstützt die Stiftung Familienplanungs- und Aufklärungsprojekte in Afrika und Asien. In diesen Projekten wurden bisher über sieben Millionen Jugendliche aufgeklärt, denn junge Menschen spielen eine besondere Rolle. Sie sind die Eltern von morgen und der Schlüssel zur Entwicklung ihres Landes. Investitionen in ihre Gesundheit sind Investitionen in eine bessere Zukunft. Weitere Informationen unter [www.weltbevölkerung.de](http://www.weltbevölkerung.de)

**Partner des Deutschen Kinderhilfswerkes**

Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ist ROSSMANN der bedeutendste Partner des Deutschen Kinderhilfswerkes und sorgt für rund 10 Prozent des DKHW-Spendendosenaufkommens. In über 1.600 ROSSMANN-Verkaufsstellen stehen derzeit Sammeldosen des DKHW.

Regionale Kinder- oder Jugendprojekte werden unterstützt



# Standort Deutschland



Zentrales ROSSMANN-Logistikzentrum in Landsberg bei Halle

ROSSMANN ist seit 2003 in allen 16 Bundesländern vertreten, besonders stark aber nach wie vor in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen und Sachsen-Anhalt. Seit der Übernahme von 90 Idea-Drogeriemärkten von der Rewe Handelsgruppe im Mai 2000 sowie dem Erwerb von 400 kd-Drogerien in den Jahren 2003 bis 2005 ist ROSSMANN ein gesamt-nationaler Anbieter. Seit dem 1. Januar 2008 gehören auch die 160 Drogeriemärkte des schleswig-holsteinischen Unternehmens Kloppenburg mehrheitlich zu ROSSMANN. Mit der Übernahme von 93 Ihr-Platz-Drogeriemärkten, darunter 20 Ihr-Platz-Bahnhofs-filialen, ist ROSSMANN seit 2012 in 34 deutschen Fern- und Regionalbahnhöfen vertreten. Außerdem ist ROSSMANN seit 1999 im Versandhandel erfolgreich tätig.

Jährlich werden allein in Deutschland über 100 neue Verkaufsstellen eröffnet. Denn neben Preis und Qualität ist das geografische Argument der räumlichen Nähe einer Einkaufsstätte heute das wichtigste Kriterium einer Einkaufsentscheidung.

Gesteuert wird das Unternehmen von der Zentrale in Burgwedel aus, wo sich auch das regionale Verteilzentrum Nord mit 27.700 m<sup>2</sup> Gesamtlagerfläche befindet. Das Logistikzentrum in Landsberg bei Halle ging im August 2002 in Betrieb und wurde bis 2007 auf insgesamt 68.000 m<sup>2</sup> Gesamtlagerfläche erweitert.

Weitere regionale Verteilzentren gibt es in Apfelstädt (bei Erfurt), Bergkirchen (bei München), Kiel, Köln und Wustermark (bei Berlin).

### Die größten deutschen ROSSMANN-Standorte

	Filialen	Filialen	Filialen
Berlin	110	Dresden	17
München	46	Frankfurt	17
Hamburg	38	Kiel	17
Hannover	34	Nürnberg	14
Bremen	24	Lübeck	13
Köln	21	Magdeburg	12
Düsseldorf	20	Rostock	11

Stand 09/2013



Über 1800 Filialen führen in Deutschland den ROSSMANN-Schriftzug (Bild oben: Hamburg, Spitalerstraße).

### Burghard Mohr

PLZ: 28 (Bremen)  
Tel.: 0171-7449088



### Claudia Skibbe

PLZ: 30, 31, 32, 37, 38  
Tel.: 0172-7052573



### Reiner Flemming

PLZ: 33, 42, 44, 45, 46, 48, 49, 58, 59  
Tel.: 0172-7068077



### Hubertus Hillebrand

PLZ: 34, 35, 36, 40, 41, 47, 57, 60, 61, 63, 64, 65, 68, 69  
Tel.: 0171-2202628



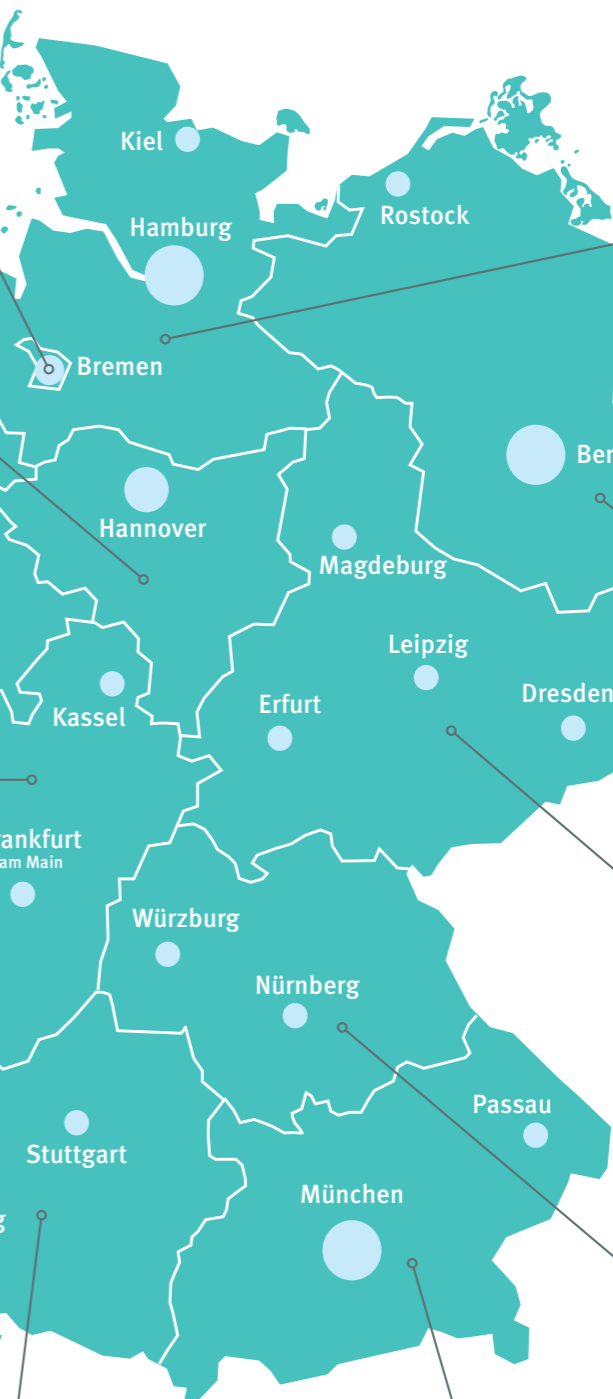
### Friedrich Stecken

PLZ: 50, 51, 52, 53, 56  
Tel.: 0172-2625083



### Benjamin Frank

PLZ: 54, 55, 66, 67  
Tel.: 0173-8565613



### Ralf Da Val

PLZ: 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 88, 89  
Tel.: 0173-2374487



### Ralph Schulte

PLZ: 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 93, 94  
Tel.: 0175-5852249



### Matthias Bert

PLZ: 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28 (Umland Bremen), 29  
Tel.: 0174-1682249



### Holger Pieske

PLZ: 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19  
Tel.: 0174-9240114



### Frank König

PLZ: 01, 02, 03, 04, 06, 07, 08, 09, 39, 98, 99  
Tel.: 0174-9240095



### Jürgen Kößl

PLZ: 90, 91, 92, 95, 96, 97  
Tel.: 0172-3737192

Richten Sie bitte Ihre Angebote an: Dirk Rossmann GmbH, Expansionsabteilung, Isernhägener Str. 16, 30938 Burgwedel  
Tel. +49 (0)5139/898-4681 · Fax +49 (0)5139/898-4129 · expansion@rossmann.de



## Was wir bieten, was wir suchen

ROSSMANN expandiert stetig, um in die Nähe seiner Kunden zu kommen und damit den Wünschen sowie Bedürfnissen der Menschen in Deutschland gerecht zu werden. Um ROSSMANN-Drogeriemärkte so optimal wie möglich auszustatten, versucht das Unternehmen an neuen Standorten z. B. durch Eltern/Kind-Parkplätze, Klimaanlage oder Kunden-WC die Einkaufssituation so bequem wie möglich zu machen.

Außerdem ist das Unternehmen bestrebt, das Filialnetz immer weiter zu verdichten, damit die Wege für die Kunden immer kürzer werden. Dabei sucht die ROSSMANN-Expansion Lagen, die im Verbund mit einem Vollsortimenter und/oder einem Lebensmitteldiscounter den täglichen Bedarf voll abdecken. Hierbei wird ein ergänzender Mix aus Textil- und Schuhgeschäften sowie Biofarmen bevorzugt. Gleichzeitig will ROSSMANN mit der Ansiedlung neuer Märkte immer auch ein Stück Stadtentwicklung betreiben, wobei bevorzugt 1 A bis 1 B Lagen sowie Fachmarkttagglomerationen, Einkaufszentren und Ortsteilzentren belegt werden.

### ROSSMANN bietet:

- eine hohe Mietsicherheit
- ein partnerschaftliches Mietverhältnis
- die Sicherheit eines eigenkapitalstarken und konjunktur-unabhängigen Einzelhandelsunternehmens
- eine attraktive Ladengestaltung
- ein abwechslungsreiches und interessantes Produktangebot
- eine Frequenzsteigerung durch Werbeintensität.

### Bei der deutschlandweiten Suche nach Ladenlokalen werden folgende Anforderungen gestellt:

- **Standort:** Städte oder selbstständige Stadtteile ab ca. 8.000 Einwohner
- **Innenstadt:** 1 a-Lagen bis 1 b-Lagen Einzelhandelsstandorte und Einkaufszentren mit hoher Kundenfrequenz
- **Gewerbegebiet:** attraktive Einkaufs- und Fachmarktzentren mit umfangreichem und lukrativem Branchenmix

### Flächenbedarf:

- Verkaufsfläche: ca. 500 bis 800 m<sup>2</sup>
- repräsentative Schaufensterfront
- Ladenbreite: mind. 10,5 m
- Nebenräume: ca. 120 bis 150 m<sup>2</sup> (Personalraum, WC und Lager)
- Straßenverkauf: mind. 4 m<sup>2</sup>



Richten Sie bitte Ihre Angebote an  
Dirk Rossmann GmbH  
Expansionsabteilung  
Isernhägener Straße 16  
30938 Burgwedel  
Tel. +49 (0)5139/898-4681  
Fax +49 (0)5139/898-4129  
expansion@rossmann.de



ROSSMANN-Filiale im Hauptbahnhof Hannover

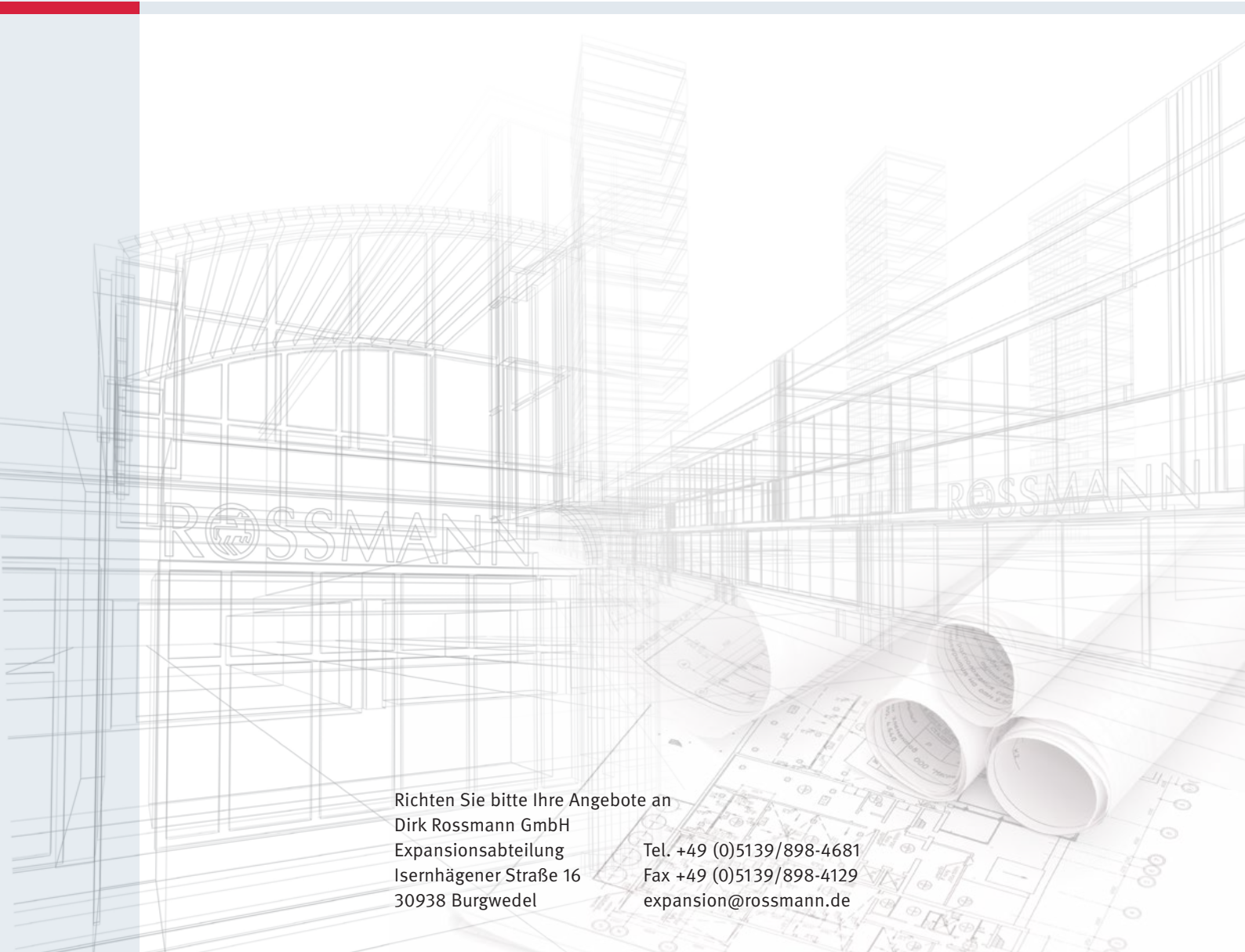




ROSSMANN Drogeriemärkte haben heute Verkaufsflächen bis zu 1000 m<sup>2</sup>, die auch auf zwei Geschosse verteilt sein können (im Erdgeschoss mindestens 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Großzügige Treppen und Expressaufzüge verbinden die Geschosse und ermöglichen auch Kundinnen oder Kunden mit Kinderwagen oder Rollstuhl den problemlosen Einkauf auf der oberen Ebene.







Richten Sie bitte Ihre Angebote an  
Dirk Rossmann GmbH  
Expansionsabteilung  
Isernhägener Straße 16  
30938 Burgwedel

Tel. +49 (0)5139/898-4681  
Fax +49 (0)5139/898-4129  
expansion@rossmann.de



# ROSSMANN

Mein Drogeriemarkt

Herausgeber: Dirk Rossmann GmbH  
Öffentlichkeitsarbeit

Isernhägener Straße 16  
30938 Burgwedel  
Telefon 05139/898-4444

dialog@rossmann.de  
www.rossmann.de