

Erwin Mþller: Der unermþdliche Pionier aus Ulm wird 92 Jahre alt

Erwin Mþller, 92, fþhrt erfolgreich die drittgrøåte Drogeriemarktkette Deutschlands aus Baden-Wþrttemberg mit 900 Filialen in Europa.

Die Erfolgsgeschichte von Erwin Mþller ist ein beeindruckendes Beispiel fþr Unternehmergeist und Familientradition aus Baden-Wþrttemberg. Der 92-Jæhrige, der im September Geburtstag feiert, hat es geschafft, aus einem bescheidenen Friseursalon in der Næhe von Ulm eine der grøåten Drogeriemarktketten Europas zu formen. Das Familienunternehmen Mþller umfasst heute rund 900 Filialen in sieben Lændern und beschæftigt etwa 35.000 Menschen.

Ulm, wo alles begann, ist nicht nur der Ort seines ersten Friseursalons, sondern auch der Ausgangspunkt seiner Vision fþr den Einzelhandel. Erwin Mþller erøffnete den ersten reinen Drogeriemarkt im Jahr 1973, nachdem er Inspiration wæhrend seiner Reise in die USA gefunden hatte. Die Idee, in einem speziellen Markt nur Drogerieartikel anzubieten, war damals innovativ und setzte neue Maåstæbe. Heute ist Mþller die drittgrøåte Drogeriemarktkette Deutschlands, nach dm und Rossmann.

Eine unternehmerische Reise beginnt

Mþllers unternehmerische Anfænge sind geprægt von einer starken familiæren Basis. Im elterlichen Haus in Unterfahlheim grþndete er seinen ersten Friseursalon, was der Grundstein fþr seine spæteren Geschæfte wurde. Die Expansion begann mit

weiteren Salons in der Ulmer Gegend, gefolgt von einer Sortimentserweiterung, die auf die wachsende Nachfrage nach Drogerieartikeln zielt. Dank seines Geschäftssinns und einer strategischen Markterschließung konnte er sein Unternehmen frühzeitig in einem hart umkämpften Markt positionieren.

Die Wettbewerbsbedingungen in der Branche waren herausfordernd, insbesondere als man die Entwicklungen um die Schlecker-Gruppe betrachtet. Während Schlecker vor einem Jahrzehnt Insolvenz anmelden musste, blühte Møller auf. Dies ist zum großen Teil Erwin Møllers unermüdlichem Einsatz zu verdanken, der trotz seines Alters weiterhin aktiv am Geschehen teilnimmt. Im Jahr 2022 erzielte Møller beeindruckende Umsätze von 4,3 Milliarden Euro.

Skandale und Herausforderungen

Ein denkwürdiger Moment in Møllers Karriere war der Figarostreit im Jahr 1968, der ihn bundesweit bekannt machte. Der Unternehmer hatte beschlossen, seine Friseursalons auch montags zu öffnen – eine Entscheidung, die ihm Ärger mit der Friseurinnung einbrachte. Statt nachzugeben, hielt er an seinem Plan fest und wurde aus der Innung ausgeschlossen. Dieser Vorfall ging nicht ohne Drama, stellte jedoch auch einen Wendepunkt in seiner Karriere dar und öffnete Türen für seine Expansionsideen.

Seine Unternehmenskultur ist von Ehrgeiz und Hartnäckigkeit geprägt. Erwin Møller gilt als Macher, der Dinge direkt selbst in die Hand nimmt und scheinbar nie müde wird. Dies erklärt auch, warum er in seinen 90ern weiterhin die Führungsebene des Unternehmens innehat, obwohl es einem Generationswechsel bedarf. Die Sichtweise und Strategien, die er in den letzten Jahrzehnten verfolgt hat, zeigen seine unkonventionelle Herangehensweise an das Geschäftsleben.

Das Sortiment von Møller reicht weit über einfache Drogerieartikel hinaus. Kunden finden in den Märkten eine breite

Auswahl an Produkten, darunter Parfümerie, Multi-Media, Spielwaren, und Bio-Nahrungsmittel. Mit rund 190.000 Artikeln bedient die Kette quasi alle Bereiche des täglichen Bedarfs, was sie für Konsumenten besonders attraktiv macht.

Ein Unternehmer mit Weitblick

Erwin Möllers Fähigkeit, Trends frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren, ist ein Schlüsselement seines Erfolgs. Wie er anlässlich seines 60. Geburtstags einmal humorvoll bemerkte, wird er als alter Esel bezeichnet, wenn er mit 65 noch immer an der Unternehmensspitze sitzt. Doch mit seiner anhaltenden Präsenz und seinem Engagement zeigt er, dass Erfahrung und Leidenschaft immer noch eine entscheidende Rolle im Geschäftsleben spielen.

Seine Beziehung zur Stadt und die Weitsicht in Fragen des Einzelhandels zeichnen Möllers unternehmerisches Profil aus. Ob er seine Meinung zu den Entwicklungen in der Stadt Ulm oder den Herausforderungen der Branche teilt, stets bleiben seine Äußerungen von einem klaren wirtschaftlichen Verständnis geprägt.

Die Zukunft im Blick

Bleibt abzuwarten, wie sich die Möller-Gruppe in der dynamischen Welt des Einzelhandels weiterhin behaupten kann und ob Erwin Möller der unermüdliche Visionär den Wandel seines Unternehmens aktiv gestalten kann. Es bleibt spannend zu beobachten, wie sich die Markenidentität und die Marktstrategie unter seiner Führung weiter entwickeln werden, insbesondere in einem sich rasch verändernden Geschäftsumfeld.

Die Entwicklung der Möller-Drogeriemärkte zeigt nicht nur den unternehmerischen Erfolg von Erwin Möller, sondern spiegelt auch die dynamischen Veränderungen im Einzelhandel wider. In den letzten Jahrzehnten hat sich das Einkaufsverhalten der

Kunden drastisch verändert, vor allem durch die Digitalisierung. Online-Shopping ist zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz für stationäre Geschäfte geworden. So hat Mpller in den vergangenen Jahren auch eine Online-Plattform etabliert, um mit dem wachsendem Online-Handel Schritt zu halten. Laut einer Studie von eMarketer wird der Online-Handel in Deutschland bis 2025 voraussichtlich 100 Milliarden Euro erreichen, was die Notwendigkeit unterstreicht, auch im digitalen Bereich aktiv zu sein.

Marktstellung und Herausforderungen

Heute ist Mpller nicht nur die drittgrößte Drogeriemarktkette Deutschlands, sondern auch bedeutend in den angrenzenden Märkten Europas. Mit Wettbewerbern wie dm und Rossmann konkurriert Mpller nicht nur um Marktanteile, sondern auch um die Gunst der Kunden. Die Branche steht allerdings unter Druck, da sich das Konsumverhalten aufgrund von Inflation und wirtschaftlicher Unsicherheit verändert. Zahlreiche Verbraucher ziehen es in Betracht, preisbewusster einzukaufen.

Statistiken zur Marktposition

Unternehmen	Marktanteil (%)	Filialanzahl (Deutschland)
dm-drogerie markt	26,6	2.000+
Rossmann	24,0	2.200+
Mpller	17,5	900+

Wie die Daten zeigen, hat Mpller mit 17,5% Marktanteil eine solide Position, wobei dm und Rossmann weiterhin die Mächtigen im Drogeriemarkt-Segment sind. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, investiert Mpller zunehmend in moderne Technologien und Nachhaltigkeitsinitiativen, um umweltbewusste Kunden zu gewinnen und die Effizienz der Betriebsabläufe zu erhöhen.

Zukunftsperspektiven für Mpller

Mit dem Blick nach vorn ist die Frage, wie Mþller seine Strategie anpassen kann, um auch in einem sich schnell verändernden Markt erfolgreich zu bleiben. Die Kundenbindung und das Einkaufserlebnis werden zunehmend zentral, insbesondere in einer Zeit, in der die Kaufentscheidungen mehr denn je online getroffen werden. Prozesse der Digitalisierung, wie etwa Click-and-Collect-Angebote und personalisierte Einkaufserlebnisse, könnten Mþller helfen, eine jüngere Zielgruppe anzusprechen und die Loyalität bestehender Kunden zu stärken.

Nachhaltige Initiativen

Ein weiterer Aspekt der künftigen Ausrichtung von Mþller ist das Engagement für Nachhaltigkeit. Immer mehr Verbraucher legen Wert auf umweltfreundliche Produkte und Verpackungen. Mþller hat begonnen, einige seiner Produkte in nachhaltigen Verpackungen anzubieten und bezieht Waren aus unterschiedlichen Quellen, die umweltfreundlich sind. Gemäß einer Erhebung von Statista glauben 80% der deutschen Konsumenten, dass Unternehmen Verantwortung für Umweltthemen tragen sollten. Diese Entwicklung könnte Mþller helfen, sich als verantwortungsbewusster Marktführer im Drogeriebereich zu positionieren.

Insgesamt stehen Mþller und seine Geschäfte vor Herausforderungen, die bewältigt werden müssen, aber die Grundlage, die durch jahrzehntelanges Wachstum und Anpassung gelegt wurde, bietet eine solide Basis für die Zukunft.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)