



02.12.2024 09:00 CET

## Christoph Werner: Vielfalt ist Wahlfreiheit

Liebe Leserin, lieber Leser,

welche Diskussion hat Sie in den vergangenen zwölf Monaten besonders nachdenklich gemacht?

Wahrscheinlich geht es Ihnen wie mir: Es fällt schwer, bei den vielen Diskussionen, die angesichts der mannigfaltigen schwierigen und drängenden Themen große Nachdenklichkeit ausgelöst haben, den Überblick zu behalten. Dennoch möchte ich eine herausgreifen, die ich bei dm dieses Jahr

mitverfolgt und über die ich viel nachgedacht habe.

Worum ging es? In einer unserer Ausgaben von alverde hatte sich ein Experte dafür ausgesprochen, Kindern gelegentlich auch Fleisch zu essen zu geben. Daraufhin schrieb uns eine Leserin, die mit großer Leidenschaft für Tierschutz argumentierte. Sie empfand es als verantwortungslos, dass wir bei dm überhaupt noch Produkte anbieten, für die Tiere geschlachtet werden. Die Schreiben zwischen der Leserin und unserem Fachteam gingen einige Male hin und her. Doch die Wogen ließen sich nicht glätten. Denn während die Leserin argumentierte, dass es unethisch sei, Fleisch von getöteten Tieren anzubieten, wies unser Fachteam auf die Diversität der Kundenwünsche und Meinungen hin. Am Ende wurde der Austausch abgebrochen, da keine Einigung zu dieser „Entweder-oder-Frage“ zu erzielen war.

Diese konkrete Diskussion bleibt mir vor allem deswegen in Erinnerung, weil sie seitens der Leserin mit großer Leidenschaft geführt wurde. Ich konnte ihre Überlegungen nachvollziehen, auch wenn wir ihrer Forderung nach einem rein veganen Sortiment nicht nachkommen. Bezeichnend für die Diskussion war, dass zwischen ihr und unserem Fachteam auf unterschiedlichen Ebenen argumentiert wurde. Die eine Ebene war die ethisch-moralische, und zwar, dass Lebewesen mit dem Ziel der Fleischvermarktung zu halten, nicht vertretbar sei. Die andere Ebene war die nachfrageorientierte, dass viele Menschen bei dm auch Artikel mit Fleisch und tierischen Produkten erwarten. Denn nur wenn wir mit unserer Artikelauswahl die Bedürfnisse möglichst vieler Menschen treffen, werden wir für unsere Kundinnen und Kunden attraktiv sein und weiterhin eine stabile betriebswirtschaftliche Basis haben. Allerdings, wenn ich zu Hause mit unserem Hund Zeit verbringe, wird auch mir immer wieder klar, dass wir im Umgang mit Tieren mit zweierlei Maß messen.

Wer die Wochenmärkte der Welt bereist, weiß, dass in unterschiedlichen Ländern und Kulturen mit Tieren sehr unterschiedlich umgegangen wird. So wie manche sich dafür einsetzen, den Verzehr von Tieren zu vermeiden, finden andere, dass die Schlachtung von Tieren zum Leben von Menschengemeinschaften dazugehört. Es ist eine individuelle Entscheidung und damit auch ein Ausdruck von Vielfalt in Werten und Haltungen.

Als Händler wollen wir bei dm auf Basis unserer Werte und Haltungen auf der einen Seite ein Warenangebot für die Vielfalt an Bedürfnissen und Haltungen unserer Kundinnen und Kunden zusammenstellen. Gleichzeitig wollen wir

auch Alternativen anbieten, aus denen Menschen frei wählen können, die ethische Kriterien bei der Produktauswahl zugrunde legen. Deshalb haben wir beispielsweise das Sonderdisplay „Vetzgerei“ mit „veganer Weißwurst“ und „veganer Teewurst“ von dmBio diesen Sommer zur Grillsaison angeboten. Es ist das Anliegen, Bekanntes mal anders auszuprobieren, ohne zu banalisieren oder zu polarisieren.

Vielfalt ist Ausdruck einer offenen Gesellschaft, in der leidenschaftlich gestritten werden und in der jeder durch seine individuellen Entscheidungen Verantwortung übernehmen darf. Entscheidend für mich ist, dass wir bei dm stets versuchen, einen konstruktiven Beitrag zu leisten, und dass wir auf die menschliche Vernunft setzen, die Voraussetzung für die Wahlfreiheit ist. Jedes Mal, wenn unser Hund den Kopf auf meinen Schoß legt und mich mit seinen braunen Augen anschaut, erinnert er mich daran, wie schwer das manchmal ist.

Im Namen der dm-Arbeitsgemeinschaft wünsche ich Ihnen ein gesegnetes Weihnachtsfest und dann einen guten Start ins neue Jahr!

**Herzlichst**  
**Ihr Christoph Werner**

-----

Jeden Monat schreibt Christoph Werner im alverde Magazin über Themen, die ihn bewegen. Das alverde Magazin gibt es monatlich neu in Ihrem dm-Markt und online unter [dm.de/alverde-magazin](https://dm.de/alverde-magazin)

---

### **Zu dm-drogerie markt**

Bei dm-drogerie markt arbeiten europaweit rund 90.000 Menschen in weit mehr als 4.000 Märkten. In 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2023/2024 einen Umsatz von 17,74 Milliarden Euro erzielen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten mehr als 60.300 dm-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 12,47 Milliarden Euro. 2024 wählten Kundinnen und Kunden bei der Verbraucherumfrage Kundenmonitor dm erneut zum beliebtesten Drogeriemarkt. In der bundesweiten Mitarbeiterbefragung des Magazins stern

und der Online-Marktforschungsplattform Statista zu „[Deutschlands Top-Arbeitgeber 2025](#)“ wurde dm zur Nummer eins gewählt. dm arbeitet stetig daran, seiner Verantwortung für nachhaltige Entwicklungen gerecht zu werden. Dieses Engagement wurde 2023 mit dem [Deutschen Nachhaltigkeitspreis](#) in der Kategorie „Unternehmen: Konsumgüter Einzelhandel 2024“ mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem neuen „[Bericht zur Zukunftsfähigkeit](#)“.

## Kontaktpersonen



### **So erreichen Sie das dm-Presseteam**

Pressekontakt

[dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de](mailto:dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de)

+49 721 5592 1195

### **Herbert Arthen**

Pressekontakt

Pressesprecher

[herbert.arthen@dm.de](mailto:herbert.arthen@dm.de)

+49 721 5592 1195