



06.11.2025 13:25 CET

Sebastian Bayer: Wir erleben eine Phase großen Umbruchs

Auf der Handelsblatt-Live-Tagung [„Health 2025“](#) in Berlin erläuterte Sebastian Bayer, als dm-Geschäftsführer verantwortlich für das Ressort Marketing + Beschaffung, die Gründe für den Einstieg des Unternehmens in den Gesundheitsmarkt: „Wir erleben eine Phase großen Umbruchs. Unsere Gesellschaft altert, die steigende Nachfrage nach Gesundheit trifft auf eine kleiner werdende Ärzte- und Apothekerschaft“, führte Sebastian Bayer aus.

Der dm-Geschäftsführer erinnerte an den amerikanischen Hochspringer Dick Fosbury. Der erfand mit dem Fosbury Flop eine Technik, die neue

Sprunghöhen ermöglichte – ein „Prozessmuster-Wechsel“, wie ihn auch das Gesundheitssystem brauche, so Sebastian Bayer. dm-drogerie markt könne hierzu einen Beitrag leisten. Drogeriemärkte fühlten sich seit jeher der Gesunderhaltung der Menschen verpflichtet.

Ziel von dm sei es, Prävention anzubieten, die sich ins Leben der Menschen integrieren lasse, verdeutlichte Sebastian Bayer. Anfang August 2025 brachte dm drei innovative Konzepte an den Start, die in dm-Märkten getestet werden: Augenscreening mit dem Kooperationspartner Skleo Health, die KI-gestützte Hautanalyse von dermanostic und eine Auswahl an Blutanalysen mit dem Partner Aware Health. Noch in diesem Jahr plant das Unternehmen zudem den Start einer Versand-Apotheke für rezeptfreie OTC-Medikamente und apothekenexklusive Kosmetik.

Kundinnen und Kunden sowie Expertinnen und Experten trauten dm im Gesundheitsbereich einiges zu, sagte der dm-Geschäftsführer. Das zeige unter anderem eine Studie von Sempora Consulting zum Thema Versand-Apotheke, deren Ergebnisse Bayer zitierte: „Sie hat die Einschätzungen und Meinungen von 60 Entscheiderinnen und Entscheidern aus Pharmaunternehmen, 124 Apothekerinnen und Apothekern sowie von über 1.000 Konsumentinnen und Konsumenten eingeholt. Eine Frage an die Konsumenten war, ob sie sich vorstellen können, bei dm online rezeptfreie Arzneimittel zu kaufen. 67% antworten mit ja, sie können sich das vorstellen“, berichtete er. Die Auswertung von Suchanfragen in der dm-App und auf dm.de ergebe schon jetzt ein wachsendes Interesse von Kundinnen und Kunden an diesen Produkten.

Wenn Sie mehr über dm erfahren möchten, wenden Sie sich gern an das dm-Presseteam. Melden Sie sich über den Folgen-Button im dm-Newsroom an, wenn Sie regelmäßig über Neuigkeiten aus unserem Unternehmen informiert werden möchten.

Zu dm-drogerie markt

Bei dm-drogerie markt arbeiten europaweit mehr als 93.000 Menschen in rund 4.200 Märkten. In 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2024/2025 einen Umsatz von 19,19 Milliarden Euro erzielen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten mehr als 63.600 dm-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 13,27

Milliarden Euro in 2.154 dm-Märkten.

2025 wählten Kundinnen und Kunden bei der Verbraucherumfrage Kundenmonitor dm zum beliebtesten deutschen Händler. 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 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 „[Bericht zur Zukunftsfähigkeit](#)“.

Kontaktpersonen



So erreichen Sie das dm-Presseteam

Pressekontakt

dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de

+49 721 5592 1195

Jan-Henrik Mende

Pressekontakt

Pressesprecher

jan-henrik.mende@dm.de

+49 721 5592 1195