



16.12.2025 09:00 CET

Neuer Impuls für den Gesundheitsmarkt: Start der Versand-Apotheke dm-med

**Mit dem erfolgreichen Start der Versand-Apotheke baut dm seine
Gesundheitskompetenz konsequent weiter aus.**

Karlsruhe, 16. Dezember 2025. Mit dem heutigen Start der Versand-Apotheke dm-med schreitet dm konsequent in der Weiterentwicklung seiner Gesundheitsstrategie voran. Ab sofort können Kundinnen und Kunden online sowie in der dm-App rezeptfreie, apothekenpflichtige Produkte sowie apothekenexklusive Artikel bei [dm-med](#) bestellen. Dessen Sortiment umfasst rund 2.500 apothekenpflichtige Arzneimittel, apothekenexklusive Nahrungsergänzungsmittel und Vitamine sowie knapp 1.000 Produkte aus

dem Bereich Dermokosmetik. Es ist sorgfältig kuratiert und beinhaltet unter anderem die Kategorien Schmerztherapie, apothekenpflichtige Nahrungsergänzung, Grippemittel und Frauengesundheit. Ziel des erweiterten Angebots ist es, Menschen einen einfachen Zugang zu relevanten Gesundheitsprodukten zu ermöglichen.

„Gesundheitsvorsorge muss zeitlich, finanziell und logistisch niederschwellig sein, und sie muss ins Leben der Menschen passen. Deshalb müssen wir Prävention zugänglicher gestalten“, betont Sebastian Bayer, dm-Geschäftsführer für das Ressort Marketing und Beschaffung.

Ein besonderer Vorteil: Produkte aus der Versand-Apotheke können gemeinsam mit Artikeln aus dem Drogeriesortiment des dm-Onlineshops bestellt werden. Die Lieferung erfolgt nachhaltig und unkompliziert, in der Regel in einer Sendung, wahlweise direkt nach Hause oder an eine Abholstation im dm-Markt. Wie bereits bei dm spielt auch bei dm-med die Dauerpreisgarantie eine zentrale Rolle und sorgt für verlässliche Preisstabilität.

Der Versand erfolgt aus dem tschechischen Bor, wo sich auch die Präsenzapotheke befindet. Dort gewährleisten die Mitarbeitenden von dm-med die Qualität und Sicherheit der Bestellungen. Bei Fragen zum angebotenen Sortiment stehen den Kundinnen und Kunden deutschsprachige Apothekerinnen und Apotheker sowie pharmazeutisch-technische Assistentinnen und Assistenten (PTA) im dm-med Kundenservice kompetent zur Seite.

Der Start der Versand-Apotheke ist ein weiterer Schritt in der strategischen Ausrichtung von dm in den Bereichen Prävention und Gesundheit: „Der Gesundheitsmarkt in Deutschland ist stark reguliert. Wenn wir weiterhin ein relevanter Anbieter von Gesundheitsprodukten sein und den Kundenwünschen in diesem Bereich entsprechen wollen, können wir unsere Sortimentskompetenz nur ausweiten, indem wir mit einer Versand-Apotheke kooperieren. Damit können wir, so wie es die rechtlichen Rahmenbedingungen fordern, unseren Kundinnen und Kunden auf der dm.de und in der dm-App entsprechende Gesundheitsprodukte anbieten“, so Christoph Werner, Vorsitzender der dm-Geschäftsführung.

Diese Entwicklung verdeutlicht, wie bestehende Strukturen und Interessen im Gesundheitswesen den Wandel und die Implementierung neuer Ansätze beeinflussen können.

„Gerade im Gesundheitssektor sollte Besitzstandswahrung keine Rolle spielen. Weil unser Gesundheitssystem so reguliert ist, haben sich aber die Akteure darin eingerichtet und profitieren auch davon – bis auf die Patientinnen und Patienten, denen mit niederschwelligen Gesundheitsangeboten ein besserer Zugang zur Versorgung geboten werden könnte“, sagt Christoph Werner.

Das große Zutrauen der Menschen in dm zeigt sich auch in der Sempora-Studie: Fast 70 Prozent der Bürgerinnen und Bürger würden apothekenpflichtige Produkte auch bei dm kaufen.*

Bereits seit Anfang August 2025 leistet dm Pionierarbeit und bietet in ausgewählten Märkten Gesundheitsdienstleistungen an, die Prävention und eigenverantwortliche Vorsorge vereinfachen sollen. Mit den Partnern Aware Health, Skleo Health und dermanostic können Kundinnen und Kunden kostengünstig Blutanalysen, Augenscreenings sowie Hautzustands- und Hauttypanalysen durchführen lassen. Alle drei Pilotangebote sind bewusst niederschwellig und kostengünstig gestaltet.

Gesundheit wird als persönliches Gut stärker wahrgenommen, und die Auseinandersetzung damit gewinnt an Bedeutung. „Aus diesem veränderten Kundenbedürfnis heraus arbeiten wir daran, unser Gesundheitsangebot so weiterzuentwickeln, dass wir für viele Menschen in Deutschland relevant und eine erste Anlaufstelle in puncto Prävention und Gesunderhaltung sein können“, erklärt Sebastian Bayer. „Das Gesundheitssystem braucht einen Wandel, weg von einer krankheitszentrierten Ausrichtung, hin zu mehr Gesundheitsförderung und Prävention, und dm ist bereit, diesen konstruktiv mitzugestalten.“

*Sempora OTC- und Apothekenmarktstudie 2024

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-Pressteam

Pressekontakt
presse@dm.de
+49 721 5592 1195



Jan-Henrik Mende
Pressekontakt
Pressesprecher
presse@dm.de
+49 721 5592 1195