

Beautyaffin

30 € im Monat geben Herr und Frau Österreicher im Durchschnitt für Pflegeprodukte aus – davon profitiert der gesamte Drogeriefachhandel.

Drogerie & Parfümerie

Rang	Unternehmen	Umsatz 2016	Umsatz 2015	Veränderung in Prozent	Mitarbeiter Österreich	Filialen in Österreich	Filialen im Ausland	Verkaufsfl. gesamt
1	dm	852	801	+6,4	6.593	390	3.349	509.000 m²
2	Bipa	750	790	-5	4.000	612	90	170.000 m²*
3	Marionnaud	125*	121	+3,3	700	105	1.000	–
4	Douglas	90*	85*	+5,8	600	47	1.700	–
5	Gewußt Wie	22,9*	22,7	+1	390	80	–	16 570 m²
6	MHA Reinhard Müller	64,9*	63	+3	–	75	680	–
7	Lush*	5,2	5	4	–	7	–	–

Zahlen in Mio. €. Firmennamen ohne Stern* sind Unternehmenseigenangaben, Nennungen mit Stern* sind Schätzungen von medianet, basierend auf Internetrecherche und Fachartikeln, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern und Vergleichen der Zu-/Abgänge von Kunden. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.

Pflege und Beauty sind hoch im Kurs

Mehr Umsatz, weniger Standorte – so hat sich der DFH seit der dayli/Schlecker-Pleite entwickelt.

••• Von Daniela Prugger

WIEN. Für Schönheitsbehandlungen und -produkte sowie für Visagisten-Besuche geben die Österreicherinnen und Österreicher durchschnittlich rund 30 € pro Monat aus. Das ergab der „Beauty Report 2016“, eine Umfrage von Marketagent.com. Vom hohen Stellenwert, den Pflege und Kosmetik in der österreichischen Gesellschaft einnehmen, profitieren die Drogeriefachhändler seit Jahren.

Größeres Umsatzvolumen

2015 lag der Umsatz des gesamten Drogeriefachhandels bei 1.835 Mio. € und übertraf damit den Umsatz von 2012; damals waren es 1.649 Mio. € (mit dayli/Schlecker). Traditionelle Drogerien und Parfümerien wie „Gewußt wie“ oder Douglas sind im Report „Handel in Österreich 2016“ von The Nielsen Company nicht inkludiert. Die Umsätze umfassen Sortimente eines typischen Drogeriefachhändlers (inkl. Food-Produkte).

Die Anzahl der Standorte hat seit der Pleite von dayli/Schlecker abgenommen, von 1.835 im

Jahr 2012 auf 1.069 im Jahr 2015 (Quelle: Handel in Österreich 2016, The Nielsen Company).

Kundenvertrauen als Ansporn

Marktführer im österreichischen Drogeriefachhandel ist dm – mit zuletzt 852 Mio. € Umsatz. „Umsatzzahlen sind für uns allerdings nie die Zielsetzung, sondern immer eine Folgeerscheinung – nämlich eine Folge davon, dass es gelingt, in vielen Bereichen die Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen, zu übertreffen und zu veredeln. Dies ist den Menschen in der Wirtschaftsgemeinschaft

dm in den letzten Jahren offensichtlich sehr gut gelungen. Darauf sind wir stolz und wir verstehen das Kundenvertrauen als weiteren Ansporn für die tägliche Arbeit mit und für unsere Kunden“, so Martin Engemann, Vorsitzender der dm-Geschäftsführung.

Bipa macht Platz für dm

Jahrelang war der erstplatzierte Händler in Österreich die Rewe-Tochter Bipa. Neo-Österreich-Chef Marcel Haraszti will nun – nach zahlreichen Personalrochaden – das Ruder bei Bipa herumreißen. Ein neues Shopdesign

wurde getestet, die Filialen sind jetzt offener gestaltet.

An der DNA Bipas soll sich nichts ändern. „Bipa steht für Beauty“, sagt Haraszti, „aber wir werden dennoch das Sortiment großzügig umbauen.“ Konkret kommen 2.700 Artikel neu, auch der Foodbereich erhält mehr Gewicht, insbesondere was die gesunden Snacks betrifft.

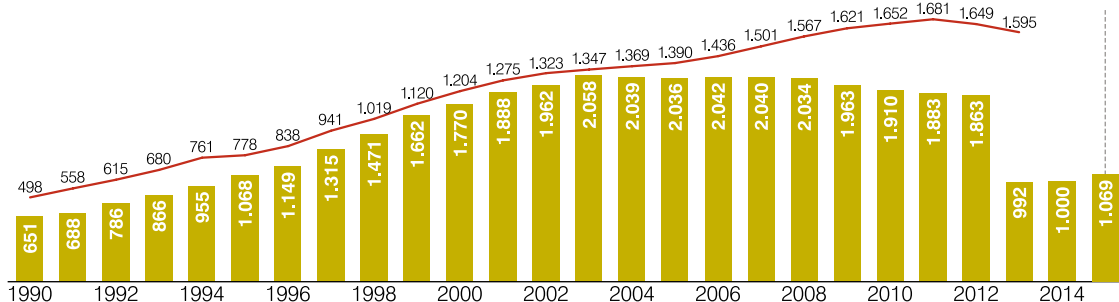
„Umsatzzahlen sind für uns allerdings nie Zielsetzung, sondern eine Folgeerscheinung – nämlich davon, dass es gelingt, Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen.“

Martin Engemann
Vorsitzender GF dm

Langfristige Entwicklung Anzahl und Umsatz

Drogeriefachhandel 1990–2015

● Umsatz in Mio. € ● Anzahl der Standorte



*Stand Dezember 2015; Müller Daten ab 2015; Keine DFH Umsatzzahlen für 2014; dayli Anzahl bis 2012, Umsatz bis 2013; Quelle: The Nielsen Company