

# Stationäre Duftmarke

Der Kosmetikhändler Notino eröffnete vergangene Woche seinen ersten Store in Österreich im Wiener Donau Zentrum.

••• Von Eva-Louise Krémer

WIEN. Der Wettbewerb im Markt für Parfum und Schönheitsprodukte wird auch in Österreich schärfer, on- wie offline: Der tschechische Parfümerie-Onlinehändler Notino expandiert und hat seinen – stationären – Store in Österreich im Wiener Donau Zentrum eröffnet. Am Freitag wurde er der Öffentlichkeit vorgestellt. Nicht nur die Online-Community soll bei Notino shoppen, sondern auch jene, die zwar den Online-Preis, aber auch den Einkauf in einer Filiale präferieren.

## Expansion

In 22 Ländern bietet Notino derzeit nach Eigenangaben mehr als 55.000 Produkte von 1.150 Markenproduzenten für mittlerweile elf Mio. Kunden an. In sechs Ländern führt das Unternehmen sein E-Commerce-Konzept auch im stationären Handel fort, verbindet sein Online-Angebot mit dem Aufbau eines Filialnetzes und setzt dabei auf Dynamic Pricing.

Europas größter Online-Händler im Beauty- und Kosmetikbereich wurde vor 15 Jahren in Brünn von Michal Zámec gegründet. Nach der stationären



© Katharina Schiffl (2)

## Manager

Iva Petrovová, Brand Marketing Manager, und Jérôme Poussin, Retail and International Director von Notino.

Expansion in der Tschechischen Republik, der Slowakei, Polen, Ungarn, Rumänien und Deutschland eröffnete jetzt auch der erste Notino-Store in Österreich. Das Sortiment bei Notino umfasst die gängigsten Beautyprodukte, aber auch eine breit gefächerte Palette an Nischenprodukten, wie exotische Parfüms und Raumdüfte.

„Wir wollen unseren Kunden auch in unseren Stores täglich den besten Preis anbieten und das können wir durch die täglich aktualisierten, digitalen Preisschilder garantieren. Darüber hinaus können Beauty-Fans weiterhin aus mehr als 55.000 Produkten im Online-Shop wählen und die gewünschten Artikel nach Bestellung bei nächster Gelegenheit im Store abholen“, so Jérôme Poussin, Retail and International Director von Notino.

## Optimale Location

Poussin: „Das Wiener Donau Zentrum ist der optimale Standort, um die Online- und Offline-welt für unsere Kunden weiter zu verknüpfen. Sie können die Markenwelt von Notino nun

auch im stationären Handel erleben und die aktuellsten Beauty-Trends und Neuheiten aus der Kosmetik-Welt entdecken.“

2018 erzielte Notino einen Umsatz von 328 Mio. € und damit ein Umsatzplus von 18,5% im Vergleich zum Vorjahr. Den größten Anteil der knapp 29 Mio. verkauften Produkte machen nach wie vor Parfüms aus. Die Store-Eröffnung im Wiener Donau Zentrum bezeichnet Poussin als wichtigen Schritt; sie stelle die Weichen für künftiges Wachstum. Noch in diesem Jahr ist die Expansion des Notino Online-Shops auch in die Schweiz geplant.

+18,5  
Prozent

## Gut unterwegs

2018 erzielte Notino einen Umsatz von 328 Mio. € und damit ein Umsatzplus von 18,5% im Vergleich zum Vorjahr.

”

*Wir wollen unseren Kunden auch in unseren Stores täglich den besten Preis anbieten, und das können wir durch die täglich aktualisierten, digitalen Preisschilder garantieren.*

## Jérôme Poussin

Retail & International Director  
Notino

“

