

schwindende Wertgefühl des Geldes dazu führt, dass Verbraucher vermehrt in Selbstmedikationsprodukte investieren und ihr Geld in Gesundheitsprodukten lenken.“

### Online vs. Offline

Die Konsumentennachfrage konzentrierte sich auch in Zauners Beobachtung verstärkt auf die Herkunft von Roh- und Wirkstoffen sowie deren Produktionsorte. Auch die nachhaltige Perspektive, die sich nicht nur auf Kosmetik, sondern auch auf Nahrungsergänzungsmittel und

© Panthermedia.net/New Africa



sogar Waschmittel erstreckt, spielen eine Rolle: „In diesem Kontext verliert die Markenbekanntheit an Relevanz, während Qualität, Ursprung und Nutzen der Produkte in den Vordergrund rücken.“

Wichtig wird sein, diese Trends auch vor Ort bedienen zu können. Hittaller verweist hierbei auf die Vorteile von Aus- und Weiterbildung in seinem Bereich, denn „Kunden informieren sich zwar zu 70 Prozent im Internet über ein Parfümerieprodukt, kaufen es jedoch zu 80 Prozent im Geschäft – und das europaweit. Dank unseres dualen Ausbildungssystems ist Österreich hier sehr gut aufgestellt, diesen Weg weiter so erfolgreich gehen zu können.“

### Was bringt die Zukunft?

Simpel ausgedrückt, gibt es also auch im Bereich Drogerie/Parfümerie ähnliche Entwicklungen wie in anderen Bereichen: mehr Marke, aber mehr Preissensibilität, im Großen und Ganzen ein höherer Anspruch an die Produkte selbst. Was erwartet sich die Branche nun von 2024?

Hittaller erklärt über gute Entwicklungen: „Erfreulich ist neben der Marktstabilisierung in gewissen Tourismusregionen die Zunahme von Lehrlingen in der Schwerpunktausbildung Parfümerie. Eine ermutigende Tendenz zeigt sich auch in der gesteigerten Präferenz für die Fachberatung vor Ort in Parfümerien, was auf eine verstärkte

Wertschätzung dieser persönlichen Beratungsdienstleistung hinweist – und dass wir diesem Wunsch nachkommen können.“

Zauner freut sich ebenfalls: „Besonders erfreulich ist die weiterhin hohe Nachfrage nach Selbstmedikationsprodukten, die voraussichtlich auch im Jahr 2024 anhalten wird. Zudem hat die persönliche Beratung in den Drogerien einen positiven Effekt gezeigt und ist hervorzuheben, was zu einer verstärkten Kundenzufriedenheit beiträgt.“

Konkreter beschreibt Pötschacher die Sachlage: „Für 2024 erwarten wir, dass Deocremen statt Sprays und Roll-ons zusätzlich an Beliebtheit gewinnen. Außerdem erwarten wir einen Trend bei Clean Beauty- und Refill-Produkten. Bei der Pflegeroutine erwarten wir

einen Trend in Richtung Minimalismus und Einfachheit sowie Produkte für sensible Haut bzw. medizinische Hautpflege.“

Und dm? Neben preisdämpfenden Initiativen ist auch der schonende Umgang mit Ressourcen ein wichtiges Anliegen. Im Investitionsprogramm liegt etwa ein Schwerpunkt auf der Weiterentwicklung des Ladenbilds. Außerdem will man die OCR-Strategie (Optische Zeichenerkennung) konsequent weiterverfolgen – der Onlineshop wird zum verlängerten Regal.

Abschließend lässt man noch wissen: Technologien werden neue Möglichkeiten bringen, seien es neue Kassenscanner oder Roboter-Unterstützung an den Regalen. Logisch, dass KI auch in diesem Bereich eine Rolle spielen wird.



© Stammayr

”

*Die persönliche Beratung in den Drogerien hat einen positiven Effekt gezeigt, was zu einer verstärkten Kundenzufriedenheit beiträgt.*

**Christoph Zauner**  
WKO/Drogerie-  
warenhandel

“



© WKO

”

*Kunden informieren sich zwar zu 70 Prozent im Internet über ein Parfümerieprodukt, kaufen es jedoch zu 80 Prozent im Geschäft.*

**Hans M. Hittaller**  
WKO/Parfümerie-  
waren

“