

Die Flächen werden größer

Parkplätze bleiben Dauerbrenner

Wonach wählt der filialisierte Drogeriefachhandel seine Standorte aus? Welche Tendenzen zeigen sich? Wie hat sich die Anzahl der Märkte entwickelt? Und wie schätzt Standort+Markt Gesellschafter und Prokurist Dr. Roman Schwarzenecker eigentlich die Potentiale ein? REGAL hat nachgefragt.

VON LISA WEBER

Wie schon Konsumdaten bestätigen: Herr und Frau Österreicher kaufen gerne in Drogerien ein. Nicht umsonst ist die Standortdichte an filialisierten Märkten auch ohne statistische Auswertungen gut erkennbar. Standorte werden natürlich dennoch bewusst gewählt – zahlreiche Kriterien spielen mit rein: „Ausschlaggebend als Standortkriterien sind Größe, guter Zuschnitt und Barrierefreiheit sowie das Dauerthema: die Verfügbarkeit von Parkplätzen“, so Schwarzenecker.

Anzahl und Größe. Tendenziell werden die Standorte größer. „Das liegt aber vor allem an Müller Drogerie, der seine Filialzahl in den letzten

Jahren vergrößerte. Gleichzeitig ist die gesamte Anzahl an filialisierten Drogeriefachhandels-Standorten gesunken“, präzisiert der Experte. Die österreichweite Filialzahl an Drogeriefachmärkten ging in der Steiermark am stärksten zurück. Hier blieben über die Jahre elf Prozent auf der Strecke. „Aber auch in Tirol reduzierten sich die Shops um 7,4 Prozent“, der Marktforscher erklärt weiter: „Im Burgenland und Salzburg waren mit jeweils 2,9 Prozent hingegen die höchsten Zuwachsraten zu verzeichnen.“

Mit einem Blick auf die Standortwahl und dessen Entwicklung ist eines deutlich: „Müller präferiert stark Fachmarktzentren oder (zweitrangig) Einkaufszentren. Manchmal finden



Gesellschafter und Prokurist Dr. Roman Schwarzenecker

auch die anderen beiden Anbieter, mit den oftmals kleinen und verwinkelten Flächen in den Cities, nicht mehr das Auslangen und verringern eher die Anzahl an Citystandorten.“

Zukunftsansichten. Geht es nach der Einschätzung des Experten, sei E-Commerce im Bereich DFH noch nicht an seinem Höhepunkt. „Daher rechne ich noch mit einem weiteren Abwandern der Konsumausgaben ins Internet. Der stationäre Handel hat aber sicher weiterhin Berechtigung“, so Schwarzenecker weiter.

Der Wachstumstreiber war, laut Standort+Markt Auswertung, in der jüngeren Vergangenheit Müller Drogerie, während Bipa und DM die Filialzahl leicht reduzierten. „Da Müller bei seiner Ansiedelung Fachmarktzentren (oder auch Einkaufszentren) bevorzugt, diese aber kaum neu errichtet werden, fand 2024 beispielsweise keine einzige Eröffnung statt.“ Neue Flächen sind also nur bei Refurbishments möglich. „Schon allein aus diesem Fakt heraus wird die Filialzahl in den nächsten Jahren nicht in den Himmel wachsen, außer es betritt – rein theoretisch – ein weiterer Anbieter den österreichischen Markt.“

Drogeriefachmärkte in Österreich

