



**Trend Evaluation** Shopper Insights  
**Non-Food in Drogeriemärkten**  
Potenziale • Kaufmotive • Präferenzen und Wünsche

# NON-FOOD IN DROGERIEMÄRKTEN

mafowerk untersucht das aktuelle Shopperverhalten bei Non-Food-Käufen in Drogeriemärkten

***Neben den klassischen Non-Food-Warengruppen wie Hygieneartikeln (z. B. Körper-, Haarpflege und Kosmetik) bauen Drogeriemärkte auch in anderen Non-Food-Bereichen wie kleine Elektrogeräte, Spielzeug, Textilien oder Haushaltswaren - ergänzt durch wechselnde Aktionsware - ihr Angebot aus.***

***Drogeriemärkte schaffen damit über die reine Pflege hinaus und zusätzlich zum Wellness- und Beautybereich für ihre Kunden ein noch umfassenderes Einkaufserlebnis und mehr Einkaufs-atmosphäre.***

- Was sind die wichtigsten Auswahl- und Entscheidungskriterien?
- Wer kauft was, wer ist die potenzielle Zielgruppe, wie sind die Kaufhäufigkeiten?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse bzw. die Stimuli?
- Welche Informationskanäle werden genutzt?
- Wie stark sind die Austauschbeziehungen zu Käufen von Non-Food-Produkten in anderen Einkaufsstätten (Mehr- und Minderkauf)? Welche Unterschiede gibt es nach einzelnen Warengruppen?

mafowerk untersucht nun detailliert das aktuelle Shopperverhalten bei Non-Food-Käufen in Drogeriemärkten mit der Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „POS - Produkt - Shopper“ und beleuchtet die Potenziale von Non-Food-Warengruppen.

Aktualisieren Sie Ihr Wissen mit der mafowerk Trend Evaluation Shopper Insights „Non-Food in Drogeriemärkten 2026“ - für sichere Entscheidungen und neue Ideen.

Nürnberg/Fürth, im Januar 2026

# Trend Evaluation macht das Kaufverhalten bei Non-Food-Artikeln in Drogeriemärkten transparent und zeigt die Potenziale auf

1

## Kernfragen



1

- Wer kauft was, wer ist die potenzielle Zielgruppe, wie sind die Kaufhäufigkeiten?
- Was wird gekauft? Warum wird gekauft?

2

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse bzw. die Stimuli?
- Welche Angebote vom Handel werden gewünscht?

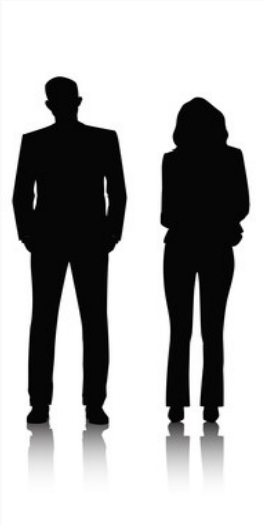
3

- Welche Informationskanäle werden genutzt?
- Was sind die bevorzugten Warengruppen bei Non-Food?

# Trend Evaluation beleuchtet die Shoppergewohnheiten beim Kauf von Non-Food und zeigt damit neue Chancen bei der Vermarktung auf

1

## Kernfragen



- Wer kauft was und wie häufig an Non-Food in Drogeriemärkten?
- Welche Sortimente an Non-Food erwartet der Käufer regelmäßig bei Non-Food in Drogeriemärkten?
- Welche Saison-Konzepte erwartet der Shopper bei Non-Food in Drogeriemärkten?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse bzw. die Stimuli bei Non-Food in Drogeriemärkten?
- Plan- oder Impulskauf: Welche Shopper kaufen wann und was?
- Wie stark sind die Austauschbeziehungen zu Käufen von Nonfood-Produkten in anderen Einkaufsstätten (Mehr- und Minderkauf)?
- Wie hoch ist die Aktions-Awareness zum Thema Non-Food in Drogeriemärkten?
- Marke versus Eigenmarke: wie wichtig ist die Marken-Awareness bei Non-Food in Drogeriemärkten?
- Was sind die wichtigsten Informationskanäle?
- Welche Wünsche der Verbraucher in Bezug auf Non-Food gibt es an Drogeriemärkte ?
- Welche soziodemografischen Unterschiede gibt es?
- Wie wichtig ist Nachhaltigkeit von Non-Food-Artikeln in Drogeriemärkten und wie definiert der Shopper „Nachhaltigkeit“ bei Non-Food-Artikeln in den Warengruppen?
- Wie stark ist die Transformation von stationärem Non-Food-Kauf in Drogeriemärkten zum Online-Kauf bei Non-Food?

# Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Studieninhalte und Studiendesign

**Gegenstand**

Erkenntnisse zum deutschen Shopperverhalten bei Non-Food in Drogeriemärkten:  
Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche

**Methode**

Bevölkerungsrepräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von 1.000 deutschen Shoppern, die Non-Food in Drogeriemärkten kaufen

**Ergebnisse**

Auswertung für Deutschland gesamt sowie unter anderem nach:  
Altersklassen | Geschlecht | Generationen | Haushalts-Nettoeinkommen | Regionen

**Bericht**

Ergebnislieferung mit PowerPoint-Charts inklusive aussagefähiger Kommentierungen und Ergebnisinterpretationen

# Trend Evaluation steht für eine Gewinnung repräsentativer Ergebnisse

2

Warengruppen



- Bekleidung (Damen/Herren)
- Baby + Kind
- Haushaltswaren/Küche
- Gartenartikel
- Heimtextilien
- Schreibwaren/Büroartikel
- Bücher/DVD
- Sport/Freizeit
- Elektro-Kleingeräte (SDA)
- Spielwaren
- Gesundheit
- Haustierzubehör
- Kosmetikzubehör (Taschen, etc.)
- Telekommunikation/Multimedia
- Guthabekarten/Gutscheine

# Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

2

Studieninhalte und Studiendesign



Ausweis von folgenden Soziodemografien:

**Geschlecht:**

männlich, weiblich

**Alter:**

Jahre 18-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60-69

**Generationenzugehörigkeit:**

Baby Boomers / Generation X / Generation Y / Generation Z

**Netto-Einkommen pro Monat:**

bis 1.000 Euro / 1.000-1.999 Euro / 2.000-2.999 Euro / 3.000-3.999 Euro / 4.000 Euro und mehr

**Gebiete:**

Nord-West / Nord-Ost / Thüringen-Sachsen / Mitte / NRW / Bayern-Baden Württemberg

**Kinder:**

Haushalte mit Kindern / Haushalte ohne Kinder

**Ortsgrößen:**

Großstadt > 100.000 Einwohner  
Mittelstadt 50.000 – 100.000 Einwohner  
Kleinstadt 5.000 – 20.000 Einwohner  
Landgemeinde < 5.000 Einwohner

# Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Konsumenten

3

Honorar



Die Ergebnisse der Shopper Insights „Non-Food in Drogeriemärkten 2026“ können Sie bestellen:

- per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die Shopper Insights „Non-Food in Drogeriemärkten 2026“ ist:

4.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Shopper Insights liegen Mitte März 2026 vor
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Eine Online-Präsentation der Ergebnisse und Insights bieten wir Ihnen für Euro 500,- an (eine ca. einstündige Videokonferenz mit Microsoft Teams)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH finden Sie unter: [www.mafowerk.de/impressum](http://www.mafowerk.de/impressum)

Unser Angebot ist gültig bis zum 20.02.2026

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.  
Sie können uns jederzeit erreichen - per email oder telefonisch



## Kontaktieren Sie uns

Tel: +49 (0) 911 20 01 840

E-Mail: [info@mafowerk.de](mailto:info@mafowerk.de)

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

[www.mafowerk.de](http://www.mafowerk.de)

[info@mafowerk.de](mailto:info@mafowerk.de)

tel 0911 2001 840

mafowerk GmbH

Gustav-Weißkopf-Straße 12

D - 90768 Fürth

