

PRESSEMITTEILUNG

Douglas beteiligt sich an Start-up Welmoa im Beauty At Home Sektor

- Douglas investiert in das führende Beauty On Demand Start-up Welmoa und erweitert somit sein Engagement im Bereich Beauty-Services
- In einer Pilotphase wird die Resonanz auf das neue Angebot über unterschiedliche Media-Kanäle in München getestet
- Douglas Group CEO, Tina Müller: „Als erste Adresse für Schönheit in Europa setzen wir stets neue Maßstäbe. Dazu gehört auch, dass wir unseren Kunden nicht nur einzigartige Einkaufserlebnisse in unseren Filialen und angeschlossenen Salons bieten, sondern auch zuhause. Wir sind von dem Konzept, sich am Wunschort mit hochwertigen Beauty-Services verwöhnen zu lassen, so überzeugt, dass wir als Investor tätig werden.“

Düsseldorf, 17. April 2019. Douglas, einer der führenden europäischen Premium-Beauty-Händler, investiert in das Beauty Start-up Welmoa, eine Beauty On Demand Plattform aus München, die bereits in sechs Städten in Deutschland vertreten ist.

Mobile Beauty-Angebote und Wellness-Services

Die 2016 gegründete Plattform bietet mobile Beauty- und Wellness-Services, die über ein online-Buchungssystem direkt an den vom Kunden gewünschten Standort geliefert werden. Das Angebot reicht von Make-up und Massagen, über Nagelpflege, bis hin zu Haarstyling und -entfernung. Mit wenigen Klicks kann man Beauty-Experten buchen, die an sieben Tage die Woche und an jedem gewünschten Ort eine Behandlung bieten, die auf die persönlichen Bedürfnisse und den individuellen Alltag zugeschnitten sind.

Beauty-Experten mit höchsten Qualitätsstandards

Die mobilen Beauty-Experten von Welmoa bringen das benötigte Equipment mit und verwandeln jede Lokalität in eine Beautyoase und einen Ort der Entspannung. Sie beherrschen ihr Handwerk auf höchstem Niveau und durchlaufen ein dreistufiges Auswahlverfahren, um erstklassigen und exklusiven Service zu bieten.

Eine Win-Win-Partnerschaft durch Media-For-Equity Investment

DOUGLAS

„Als erste Adresse für Schönheit in Europa setzen wir stets neue Maßstäbe. Dazu gehört auch, dass wir unseren Kunden nicht nur einzigartige Einkaufserlebnisse in unseren Filialen und angeschlossenen Salons bieten, sondern auch zuhause. Durch die Kooperation mit Welmoa möchten wir unseren Kunden diesen innovativen und exklusiven Service ermöglichen. Wir sind von dem Konzept, sich am Wunschort mit hochwertigen Beauty-Services verwöhnen zu lassen, so überzeugt, dass wir als Investor tätig werden,“ sagt Tina Müller, Group CEO von Douglas.

Douglas beteiligt sich nicht nur als klassischer Venture Capitalist an Welmoa, sondern fungiert auch als Media-for-Equity-Investor. In einer Pilotphase wird die Resonanz auf das neue Angebot in München getestet. Bestehende Douglas Kunden profitieren zusätzlich von Einstiegsangeboten.

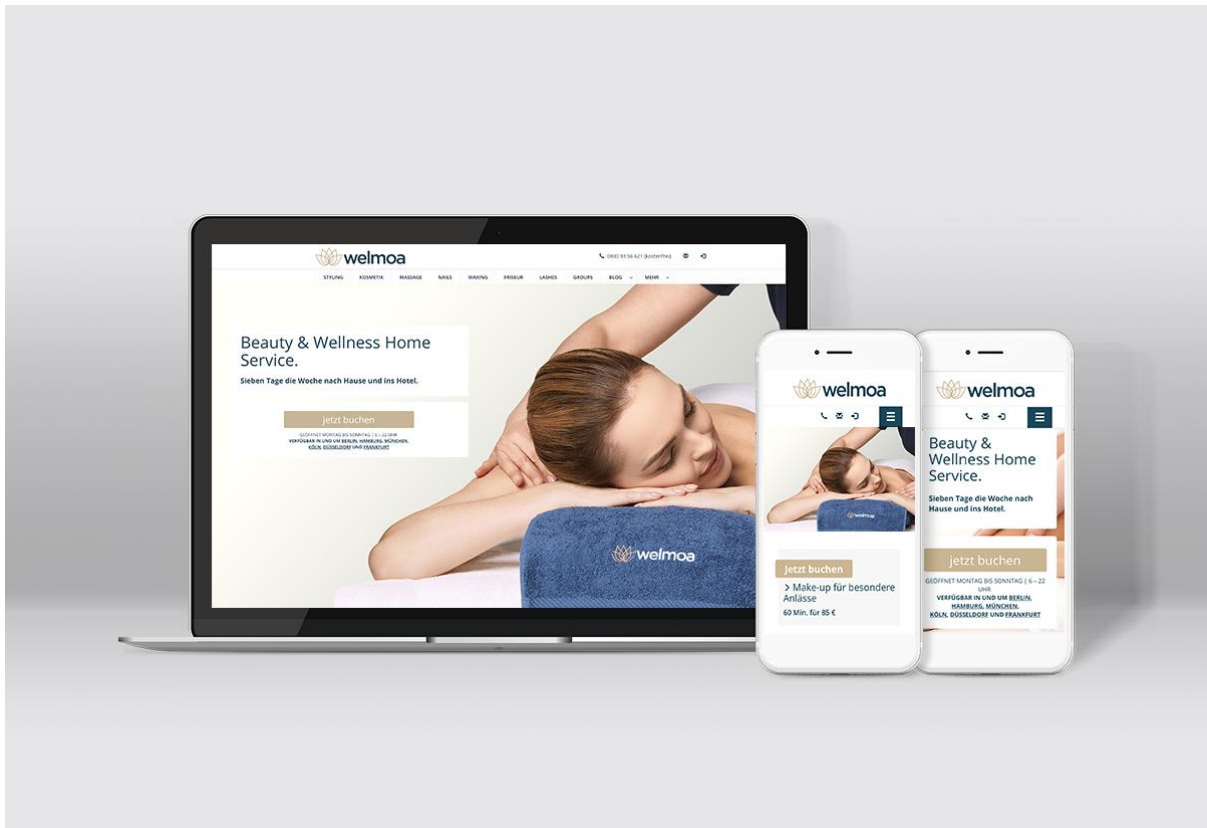
Douglas CMO Lucas van Eeghen: „Als innovativer Beauty-Player sind wir immer auf der Suche nach spannenden Investitionsmöglichkeiten, die auf unsere #FORWARDBEAUTY Strategie einzahlen. Welmoa ist in Deutschland Vorreiter und aktuell die Nummer 1 für Beauty At Home - ein Markt, der in Amerika bereits boomt. Wir möchten gemeinsam mit Welmoa in diesen spannenden Bereich einsteigen und unseren Kunden Zugang zu Premium-Beauty-Services ermöglichen.“

Mit Douglas auf gemeinsamen Lernkurs

„Wir sehen Douglas als einen strategischen Investor, dessen Media Power und Marketing Expertise uns eine einzigartige Möglichkeit bietet, unseren Service noch gezielter publik zu machen und uns in unserer Expansion zu unterstützen“, so Analena Gabloner, Gründerin von Welmoa.

DOUGLAS

www.welmoa.de



ÜBER DOUGLAS:

Mit rund 2.400 Stores und wachstumsstarken Online-Shops in 24 europäischen Ländern ist Douglas einer der führenden Premium-Beautyhändler Europas. Im Geschäftsjahr 2017/2018 erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von 3,3 Milliarden Euro. Rund 20.000 Douglas Beauty Advisor streben täglich danach, ihre Kunden schöner und damit glücklicher zu machen. Douglas bietet rund 50.000 hochwertige Produkte von über 650 Marken aus den Bereichen Parfümerie, dekorative Kosmetik und Hautpflege sowie Nahrungsergänzung und Accessoires. Mit rund 40 Millionen Beauty Card-Inhabern verfügt Douglas über eines der größten Kundenbindungsprogramme in Europa. Durch exzellente Beratung und einzigartige Services ist Douglas eine der ersten Adressen für Beauty – sowohl stationär als auch online.

#doitforyou

PRESSEKONTAKT:

Dr. Julia Sosnizka
Head of Corporate Communications
Telefon: (0211) 16847 - 585
E-Mail: j.sosnizka@douglas.de