

PRESSEMITTEILUNG

Douglas setzt auf Clean Beauty

- Als einer der führenden Beauty-Händler Europas setzt Douglas neue Maßstäbe bei Sortimentspolitik und lanciert neues Clean Beauty Konzept in Deutschland
- Clean Beauty Produkte bei Douglas frei von Inhaltsstoffen, die in Bezug auf Gesundheit kontrovers diskutiert werden, u. a. Silikone, Sulfate und Mineralöle
- Ausgewählte Clean Beauty Produkte ab dem 24. Juni auch auf Trend Möbeln in 55 deutschen Stores erhältlich
- Douglas Group CEO, Tina Müller: „Dem immer größer werdenden Trend des bewussten und gesunden Lebensstils unserer Kunden tragen wir als Marktführer mit Clean Beauty Rechnung. Douglas steht für intensive Beratung und innovative Sortimentspolitik. Daher ist es für uns ein konsequenter Schritt, mit Clean Beauty den Wünschen unserer Kunden zu entsprechen.“

Düsseldorf, 14. Juni 2019. Douglas, einer der führenden Premium-Beauty-Händler Europas, lanciert ein eigenes Clean Beauty Konzept und bietet Kunden jetzt auch Produkte frei von Inhaltsstoffen, die im Hinblick auf Gesundheit kontrovers diskutiert werden. Mit Clean Beauty verfolgt Douglas seinen Ansatz konsequent weiter, die Themen Schönheit und Gesundheit zu verbinden. Das Konzept bietet Kunden eine einfache und schnelle Orientierung bei der Kaufentscheidung, wenn sie bewusst auf bestimmte Inhaltsstoffe in ihren Kosmetikprodukten verzichten möchten.

Clean Beauty bei Douglas

Trendbeobachtungen und Marktforschungsanalysen offenbaren großes Interesse an bewusstem und nachhaltigem Konsum und zeigen einen erhöhten Bedarf an transparenter Kommunikation über Inhaltsstoffe - auch in der Kosmetikindustrie. Clean Beauty ist dabei längst nicht mehr nur ein kurzweiliges Phänomen, sondern mittlerweile eine echte Bewegung. Douglas hat daher ein eigenes Clean Beauty Label entwickelt, das auf einer Liste mit bestimmten Inhaltsstoffen basiert, die nicht in den als Clean Beauty klassifizierten Produkten enthalten sind. Dabei sind Silikone, Parabene, Sulfate und Mineralöle nur einige der Stoffe, die berücksichtigt wurden. Zudem sind alle Clean Beauty Produkte tierversuchsfrei. Grundsätzlich steht Clean Beauty jedoch nicht für „besser als“, sondern für „frei von“. Damit bietet Douglas seinen Kunden mehr

DOUGLAS

Transparenz und Sicherheit bei ihrem Beauty-Einkauf. Clean Beauty Produkte bei Douglas sind:



„Dem immer größer werdenden Trend des bewussten und gesunden Lebensstils unserer Kunden tragen wir als Marktführer mit Clean Beauty Rechnung. Douglas steht für intensive Beratung und innovative Sortimentspolitik. Daher ist es für uns ein konsequenter Schritt, mit Clean Beauty den Wünschen unserer Kunden zu entsprechen,“ so Tina Müller, CEO Douglas Group.

Start in Deutschland, sukzessiver Rollout in Europa

Das Konzept startet zunächst in Deutschland und wird sowohl online als auch in den Stores sichtbar. Ab dem 24. Juni finden Kunden Clean Beauty Produkte z. B. von HONEST Beauty oder Ellis Brooklyn im Douglas Online-Shop. Während HONEST Beauty – die Marke der amerikanischen Schauspielerin Jessica Alba – Make-Up und Pflege-Produkte mit wissenschaftlich anerkannten Inhaltsstoffen auf Pflanzenbasis anbietet, können sich Kunden bei Ellis Brooklyn auf Duft- und Körperpflege-Kollektionen mit anspruchsvollen und vielschichtigen Kompositionen freuen, die umweltfreundlich, tierversuchsfrei und frei von Parabenen sind. Diese und weitere ausgewählte Clean Beauty Produkte wie die zertifizierten Bio- und Naturprodukte von KORA Organics werden zudem auf den Douglas' Trend Möbeln in 55 deutschen Filialen erhältlich sein. Bereits heute Bestandteil des Douglas Online-Sortiments sind zahlreiche Clean Beauty Produkte diverser Marken, von bareMinerals mit Make-Up auf Basis hautverschönernder Mineralien, über Produkte

DOUGLAS

von Nude by Nature mit natürlichen Wirkstoffen aus Australien bis hin zur Marke Tozaime, ein Slow-Aging-Pflegekonzept mit fermentierten, natürlichen Inhaltsstoffen und Rezepturen beruhend auf alten japanischen Schriftrollen. Im Online-Shop sind alle Clean Beauty Produkte entsprechend gekennzeichnet. In den kommenden Monaten wird Douglas sein Sortiment kontinuierlich weiter prüfen und ausbauen, um seinen Kunden eine noch größere Vielfalt an Clean Beauty Produkten anzubieten. Zudem wird das Konzept online und über die Trend Table in den Stores in weiteren Ländern sukzessive ausgerollt.



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 Experts 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:

Julia Scherger
Corporate Social Media & PR Officer
Telefon: +49 (0) 211 16847-8254
E-Mail: j.scherger@douglas.de