

Pressemitteilung

#FORWARDBEAUTYChallenge 2019: Douglas Wettbewerb für Kosmetik- und Tech-Start-ups geht in zweite Runde

- Ziel des Wettbewerbs ist es, hochinnovative neue Kosmetikmarken und Technologien für den Einzelhandel zu entdecken, die die Zukunft des Beauty-Markts vorantreiben
- Die Gewinneridee erhält die Chance, in das Douglas Sortiment aufgenommen oder im Douglas Online-Geschäft implementiert zu werden
- Tina Müller, Douglas Group CEO: „Nach dem überaus erfolgreichen Start der #FORWARDBEAUTYChallenge 2018 freuen wir uns darauf, das Format fortzusetzen. Der Wettbewerb unterstreicht unseren Anspruch, stets innovative Einkaufserlebnisse im Beauty-Bereich zu bieten. Die Zukunft unserer Branche wollen wir aktiv mitgestalten, indem wir Start-ups mit hohem Potenzial gezielt fördern.“

Düsseldorf, 9. Oktober 2019. Douglas, einer der führenden Premium-Beauty-Händler Europas, gibt den Startschuss zur zweiten Ausgabe der #FORWARDBEAUTYChallenge. Auch in diesem Jahr können vielversprechende Nachwuchs-Unternehmer in den Bereichen Kosmetik und Technologie im Einzelhandel Douglas ihre Ideen präsentieren. Der Wettbewerb bietet eine Bühne für bislang unentdecktes Potenzial und unterstützt Douglas dabei, innovative Entwicklungen auf dem Kosmetikmarkt voranzutreiben und seinen Kunden auch in Zukunft ein einzigartiges Beauty-Erlebnis zu bieten.

„Nach dem überaus erfolgreichen Start der #FORWARDBEAUTYChallenge 2018 freuen wir uns darauf, das Format fortzusetzen. Es verschafft uns einen völlig neuen Zugang zu großartigen Innovationen. Der Wettbewerb unterstreicht unseren Anspruch, stets innovative Einkaufserlebnisse im Beauty-Bereich zu bieten. Die Zukunft unserer Branche wollen wir aktiv mitgestalten, indem wir Start-ups mit hohem Potenzial gezielt fördern,“ so Tina Müller, Douglas Group CEO.

Wie schon 2018 werden auch bei der diesjährigen #FORWARDBEAUTYChallenge Start-ups aus den Bereichen Kosmetik und Technologie im Einzelhandel dazu aufgerufen, ihre Ideen einzureichen. Zwölf Teilnehmer werden anschließend eingeladen, ihre Ideen einer erfahrenen Jury vorzustellen. Zur Jury gehören unter anderem Tina Müller, CEO Douglas Group, Alexander Dibelius, Managing Partner bei CVC Capital Partners, Frank Dopheide, ehemaliger Geschäftsführer der Handelsblatt Media Group, und Lea-Sophie Cramer, CEO

DOUGLAS

und Gründerin von AMORELIE.

„Ich freue mich sehr, Teil der Jury bei der #FORWARDBEAUTYChallenge 2019 zu sein“, sagt Lea-Sophie Cramer. „Ich bin selbst Gründerin einer Love Brand und daher überzeugt, dass das Format jeder aufstrebenden Kosmetik- und Beauty-Technologie-Marke, die sich einen starken Partner wie Douglas wünscht, eine einmalige Chance bietet. Stores in ganz Europa und ein umfassendes Online-Geschäft bieten innovativen Ideen ungeahnte Möglichkeiten, ihr volles Potenzial zu entfalten.“

Die Gewinneridee der #FORWARDBEAUTYChallenge 2019 bekommt die Chance auf eine langfristige Partnerschaft mit Douglas. Abhängig vom Entwicklungsstatus der Idee kann dies eine fortlaufende, maßgeschneiderte Förderung durch Douglas beinhalten, einen Platz auf dem Douglas Trend Table, die Aufnahme in das Douglas Sortiment oder - bei Technologie-Ideen - die Implementierung in den Filialen und/oder im Online-Shop und in der Douglas App.

Bei der Challenge 2018 reichten mehr als 100 internationale Nachwuchs-Unternehmen aus den Bereichen Kosmetik und Technologie im Einzelhandel ihre Konzepte ein. Die Sieger KLARSKIN und BEARS WITH BENEFITS überzeugten die Jury durch die spannenden Geschichten der Gründer und den starken Kundenfokus bei der Produktentwicklung. KLARSKIN wendet sich mit seinen Produkten an Erwachsene, die unter unreiner Haut mit Tendenz zur Akne leiden - eine wachsende Zielgruppe. Die Gummibärchen von BEARS WITH BENEFITS wirken von innen, indem sie Haut und Haare mit dem Beauty-Vitamin Biotin optimal unterstützen. Beide Produkte wurden sowohl in den Filialen als auch im Online-Shop in das Sortiment aufgenommen. Zudem trug BEARS WITH BENEFITS maßgeblich zur Einführung der Kategorie Beauty Food bei Douglas bei und ist mittlerweile die Nummer vier der erfolgreichsten Marken in diesem Segment. Auch die folgenden Finalisten konnten die Jury überzeugen: SLEEP.INK, der erste natürliche Schlafdrink mit Melatonin, wurde bereits in das Douglas Sortiment integriert. SKIN MATCH, eine Technologie, die Produkt- und Kundendaten verknüpft und so online und in den Stores neue Maßstäbe in der Produktberatung setzt, wird in Kürze das E-Commerce-Angebot von Douglas ergänzen.

Die diesjährige #FORWARDBEAUTYChallenge findet am 29. November 2019 im internationalen Headquarter von Douglas in Düsseldorf statt.

Interessierte Start-ups können sich unter www.forwardbeautychallenge.com bewerben. Einsendeschluss ist am Sonntag, den 27. Oktober 2019, um 12:00 MEZ.

DOUGLAS

ÜBER DOUGLAS:

Mit rund 2.400 Stores und wachstumsstarken Online-Shops in 26 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 Experten 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: +49 211 16847 - 8254
E-Mail: j.scherger@douglas.de