

PRESSEMITTEILUNG

Was können Frauen 2020 sein? – ALLES! findet Douglas.

- Douglas setzt zum Women's Day 2020 auf weibliches Selbstbewusstsein
- Kampagne im Zeichen von #FORWARDBEAUTY: modern, vielseitig, sozial relevant
- Die Botschaft der 360° Kampagne in 19 Ländern: [„Frauen können alles sein, was sie sein wollen.“](#)
- Groß angelegte Influencer-Kampagne unter dem Douglas-Claim #youarewomen
- Susanne Cornelius, Douglas Group CMO: „Wir wollen Frauen (be-)stärken und die Veränderung überholter Stereotype anstoßen.“

Düsseldorf, 6. März 2020. Als einer der führenden Premium Beauty-Händler Europas setzt Douglas immer wieder Zeichen für Individualität, Akzeptanz und Gender-Equality. Zum Weltfrauentag 2020 wendet sich Douglas deshalb erneut mit einer klaren Botschaft an seine Kundinnen: „You are everthing you want to be. You are women.“ Zu Deutsch: „Ihr könnt alles sein, was ihr sein möchtet. Ihr seid Frauen“. So entfernt man sich von stereotypen Schönheitsidealen und macht klar: es geht um individuelle Schönheit. Der Wert einer Frau wird ausschließlich von ihr selbst definiert - egal, ob über individuelle Charakterzüge, berufliche wie private Erfolge, volle Lippen oder glänzendes Haar.

Ziel der Kampagne ist es, dass Eigenschaften wie Erfolg, Stärke oder Ehrgeiz bei Frauen nicht mehr als etwas Ungewöhnliches wahrgenommen werden. Doch der Weg zu dieser gleichberechtigten Wahrnehmung hat gerade erst begonnen. Es braucht auch weiterhin Selbstliebe, gegenseitige Unterstützung und Unternehmen, die ihre kommunikative Reichweite für das Thema einsetzen und Frauen motivieren, ihre Ziele zu verfolgen. Damit in Zukunft alle Frauen ganz selbstverständlich auch alle Freiheiten für sich nutzen können.

„Ein Großteil unserer Zielgruppe, wie auch unserer Mitarbeiter sind Frauen. Wir sind uns unserer Verantwortung als Beauty Retailer hier absolut bewusst. Daher liegt es uns am Herzen, nicht nur die gesellschaftlichen Standards zu hinterfragen, sondern Frauen auch immer wieder weiter zu stärken und die Veränderung überholter Stereotype anzustoßen“, sagt Susanne Cornelius, Douglas Group CMO.

DOUGLAS

Um mit der Kampagne eine möglichst große Reichweite zu erzielen, werden auch die Sozialen Medien umfangreich eingebunden. Dies erfolgt über eine groß angelegte Influencer-Kampagne: Passend zum Douglas Claim #youarewomen sollen die Influencer ihr eigenes Statement verfassen und mit Hilfe eines Douglas-Plakats in ihrem Instagram-Feed präsentieren. Dabei wird besonderer Wert auf die Diversität der ausgewählten Influencer gelegt: Frauen jeder Altersgruppe und Hautfarbe, Dragqueens sowie Transgender sind die Protagonisten der Kampagne.

ÜBER DOUGLAS:

Douglas ist einer der führenden Multichannel Premium Beauty-Händler in Europa mit rund 2.400 Filialen und einer einzigartigen E-Commerce Plattform, die aktuell zu einem kuratierten Beauty-Marktplatz ausgeweitet wird. Den Weg in die Zukunft des Omnichannel-Handels definiert das Strategieprogramm #FORWARDBEAUTY. Douglas ist bereits heute die erste Adresse für Beauty in 26 Ländern und bietet den Kunden ein attraktives Portfolio mit rund 55.000 hochwertigen Produkten von über 750 Marken aus den Bereichen Parfümerie, dekorative Kosmetik und Hautpflege sowie Nahrungsergänzung und Accessoires. Damit erwirtschaftete Douglas im Geschäftsjahr 2018/2019 einen Umsatz von 3,5 Milliarden Euro. Rund 20.000 Beauty Experten ermutigen und inspirieren Douglas Kunden jeden Tag dabei, ihre individuelle Schönheit zu leben.

#doitforyou

Credentials Kampagne:

Verantwortlich bei Douglas: Susanne Cornelius: Chief Marketing Officer; Lena Krömer: Senior International Brand Director; Christiane Reis: Senior International Brand Manager; Anna Clemens: International Brand Manager

PRESSEKONTAKT:

Douglas Press Office: pr@douglas.de

Douglas Presse-Portal: www.douglas-beautynews.de