

PRESSEMITTEILUNG

Douglas vollzieht strategischen Schritt vom Omnichannel-Händler zur digitalen Beauty-Plattform

- Fokussierung der erfolgreichen Wachstumsstrategie #FORWARDBEAUTY auf „Digital First“-Versprechen
- Integration von Online-Shops, Marketplace und Filialen auf einer vernetzten, datenbasierten Beauty-Plattform
- Verstärkung der Digitalorganisation mit über 100 neuen Tech-Mitarbeitern
- Start des schnell wachsenden Beauty-Marketplace in zwei weiteren Kernmärkten bis Ende des Jahres
- Tina Müller, Group CEO Douglas: „Douglas ist die erste voll integrierte europäische Beauty-Plattform. Digital First ist der entscheidende Schritt vom Händler mit Onlineshop zum Digitalunternehmen mit stationärem Geschäft.“

Düsseldorf, 13. November 2020. Douglas, einer der führenden Premium-Beauty-Händler, wird zur führenden Premium-Beauty-Plattform Europas. Dazu hat das Unternehmen das erfolgreiche Strategieprogramm #FORWARDBEAUTY gezielt weiterentwickelt. Unter der Prämisse DIGITAL FIRST integriert Douglas Online-Shops, Marketplace und Filialen künftig auf einer digital vernetzten, datenbasierten Beauty-Plattform. Damit stellt Douglas den digitalen Beauty-Handel ins Zentrum seiner Wachstumsstrategie.

Mit gezielten Investitionen wird Douglas seine Digitalorganisation weiter stärken und die Belegschaft im Technologiebereich mit über 100 neuen Mitarbeitern deutlich vergrößern. Darüber hinaus wird der erfolgreiche Beauty-Marketplace, der das Douglas Gesamtsortiment auf inzwischen über 100.000 Produkte erweitert, international ausgerollt. Nach dem starken Start im deutschen Heimatmarkt ist das exklusive Partnerprogramm bereits in Österreich aktiv und wird bis zum Jahresende in zwei weiteren Kernmärkten ausgerollt.

Tina Müller, Group CEO Douglas: „Mit #FORWARDBEAUTY haben wir E-Commerce frühzeitig ins Zentrum gerückt und Douglas zu einem erfolgreichen Omnichannel-Händler mit stark wachsendem Online-Geschäft gemacht. Jetzt gehen wir den entscheidenden Schritt und entwickeln Douglas zur ersten voll integrierten europäischen Beauty-Plattform. Digital First wird dabei unsere neue Grundhaltung. Unser Ziel ist, alle

DOUGLAS

Prozesse im Unternehmen mit digitalen Lösungen besser zu machen. **Wir werden vom Händler mit Onlineshop zum Digitalunternehmen mit stationärem Geschäft.“**

In den vergangenen Jahren ist der E-Commerce-Umsatz durchschnittlich um rund 35 Prozent pro Jahr gewachsen und erreicht inzwischen über 750 Millionen Euro jährlich (LTM). Douglas nähert sich damit mit großen Schritten der Umsatzmilliarde im E-Commerce. Gestützt auf die gewachsene Onlinekompetenz konnte das Unternehmen zuletzt aktiv auf die Corona-Pandemie reagieren und die Nachfrage der Kunden verstärkt in digitale Kanäle lenken. Douglas geht davon aus, dass diese Verschiebung in Teilen nachhaltig sein und sich langfristig weiter in diese Richtung entwickeln wird. Bereits im vergangenen dritten Quartal verzeichnete Douglas mit +70,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen Wachstumsrekord im E-Commerce-Geschäft.

Als integraler Bestandteil der vernetzten, datenbasierten Beauty-Plattform wird die Filiale mehr als ein reiner Verkaufspunkt sein und als Erlebniswelt in den Innenstädten ein wesentlicher Bestandteil der ganzheitlichen Customer Journey bei Douglas. In den Filialen geht es um Beratung, Erlebnis und Service sowie um Neukundengewinnung für das Online Geschäft. Die Trennung zwischen den Kanälen wird so schrittweise aufgehoben. Über zielgenaue Programme sind die Filialen auch direkt am Erfolg des E-Commerce beteiligt, etwa bei erfolgreicher Neukundenakquise für die App. Über digitale Serviceangebote wie „Click & Reserve“ oder „Click & Collect“ sind die Filialen mit dem E-Commerce-Geschäft vernetzt. Die Verzahnung von Technologie und Logistik ermöglicht zudem „Ship from Store“, das bereits heute flächendeckend in französischen Filialen erfolgreich eingesetzt wird und noch vor Weihnachten auch in ausgewählten deutschen Filialen startet. Durch den Zugriff des Online-Shops auf die Bestände einzelner Filialen werden Lagerbestände im gesamten Filialnetz so effizient aktiviert. Damit werden die Filialen Teil des digitalen Marktplatzes und erhalten eine neue Rolle auf der integrierten Beauty-Plattform.

Für die Umsetzung der digitalen Wachstumsstrategie wird Douglas das E-Commerce-Team mit Tech-Experten, Data Analysten und Marktplatzspezialisten erweitern. „Mit weiteren Investitionen in unser Digital-Team, einer datenbasierten Optimierung unserer Prozesse - online wie offline - sowie dem internationalen Rollout unseres erfolgreichen Marketplace beschleunigen wir die Digitalisierung bei Douglas,“ sagte Vanessa Stütze, Douglas Group CDO. „Als Vorreiter der Branche haben wir bereits erfolgreich den ersten Marketplace für Beauty-Produkte in Europa etabliert. Mit diesem strategisch wichtigen Schritt werden wir unsere Position als erste Anlaufstelle für Beauty weiter ausbauen.“

Ende 2019 hatte Douglas seinen Marketplace für Beauty in Europa im deutschen Heimatmarkt gestartet. Durch das exklusive Partnerprogramm hat Douglas mit dem

DOUGLAS

Marketplace das Gesamtsortiment binnen zwölf Monaten auf über 100.000 hochwertige Produkte verdoppelt und bietet europaweit das breiteste Sortiment. Über den Marketplace erweitert Douglas sein Online-Sortiment um Angebote exklusiv ausgewählter Partner, ohne zusätzliche Warenbestände aufzubauen. Kooperationspartnern ermöglicht der Marketplace, die bestehende Infrastruktur (z. B. Zahlungsabwicklung) zu nutzen und von der Bekanntheit und Marktstellung von Douglas zu profitieren: Die Partner haben Zugang zu rund 44 Millionen Douglas-Beauty-Card-Kunden. Neben Deutschland haben auch Kund*innen in Österreich Zugang zu dem erweiterten Sortiment. Der Marktstart in zwei weiteren Kernmärkten erfolgt bis zum Jahresende.



ÜBER DOUGLAS:

Douglas ist Europas führende Premium-Beauty-Plattform. Mit über 100.000 Beauty- und Lifestyle-Produkten in Online-Shops, Beauty-Marketplace und mehr als 2000 Filialen inspiriert Douglas in nie dagewesener Vielfalt, individuelle Schönheit zu leben. Der weitere Ausbau des wachstumsstarken E-Commerce steht im Zentrum des Strategieprogramms #FORWARDBEAUTY.DIGITALFIRST. Im Geschäftsjahr 2018/2019 erwirtschaftete Douglas einen Umsatz von 3,5 Milliarden Euro in den Bereichen Parfümerie, dekorative Kosmetik, Haut- und Haarpflege sowie Nahrungsergänzung und Accessoires.

#letsdobeautiful

PRESSEKONTAKT:

Eva Krüger
Corporate Communications Manager
Telefon: +49 211 16847 6644
E-Mail: e.krueger@douglas.de