

CRM 2.0

DOUGLAS legt Europas führendes Beauty-Treueprogramm mit neuer Beauty Card neu auf

- Eines der erfolgreichsten Kund*innenbindungsprogramme im Beauty-Handel in Europa mit rund 59 Millionen Mitgliedern
- Stärkere Personalisierung und gezielte Anreize für Omnichannel-Shopping: Die neue DOUGLAS Beauty Card belohnt Loyalität mit Premium-Vorteilen sowohl online als auch in den Filialen
- Einführung von drei Stufen mit individuellen Erlebnisprämien, die über finanzielle Vorteile hinausgehen
- Internationale Harmonisierung: Schrittweise gruppenweite Einführung des neuen Programms
- Einführung begleitet von internationaler 360-Grad-Marketingkampagne „YOUR BEAUTY, YOUR BENEFITS. AGAIN & AGAIN.“

Düsseldorf, 9. April 2025 – Die DOUGLAS Group, Europas führender Omnichannel-Anbieter für Premium-Beauty, legt ihr beliebtes Kund*innenbindungsprogramm, die DOUGLAS Beauty Card, mit neuen Vorteilen und Services, die noch stärker auf die Interessen und Bedürfnisse der Kund*innen zugeschnitten sind, neu auf. Das neue stufenbasierte Programm startet heute in den Niederlanden und Belgien, weitere Länder folgen in Kürze. Die Aktivierung im deutschsprachigen Raum ist für Sommer 2025 geplant.

Die DOUGLAS Beauty Card ist mit rund 59 Millionen Mitgliedern (Stand: 30. September 2024) eines der erfolgreichsten Kund*innenbindungsprogramme im Beauty-Handel in Europa. Vor 30 Jahren in Deutschland eingeführt, besitzt heute jeder dritte Haushalt in den größten Märkten des Unternehmens eine Beauty Card. „Mit der neuen DOUGLAS Beauty Card möchten wir unseren Kundinnen und Kunden ein noch persönlicheres und emotional ansprechenderes Beauty-Einkaufserlebnis bieten – mit Erlebnisprämien und Premium-Vorteilen sowohl online als auch in unseren Filialen“, so Eva Molsich, SVP Group CRM & Analytics bei der DOUGLAS Group. "Unser Ziel ist es, unsere Kundinnen und Kunden langfristig an uns zu binden und den Umsatz zu steigern, indem wir die Frequenz und Anzahl der Einkäufe pro Jahr erhöhen.“

Anreize für Omnichannel-Shopping

Das überarbeitete Treueprogramm ist zentraler Bestandteil eines ganzheitlichen Omnichannel-CRM-Ansatzes, der in der ‚Let it Bloom‘-Strategie der DOUGLAS Group und dem Anspruch, das kund*innenfreundlichste Omnichannel-Erlebnis zu bieten, verankert ist. Es verknüpft die Online-Kanäle mit den rund 1.900 DOUGLAS- und NOCIBÉ-Filialen und lädt Kund*innen in eine Welt exklusiver Beauty-Vorteile ein, die sie sowohl online als auch offline erleben können. Innovationen wie die Funktion ‚Lieblingsfiliale‘ und der Zugang zu Beauty-Services und Events in den Filialen schaffen dabei überzeugende Anreize für Omnichannel-Shopping.

Das erweiterte Programm besteht aus drei Stufen: Beauty Card, Beauty Card Gold und Beauty Card Platinum. Kund*innen werden je nach Anzahl der Beauty Points, die sie bei ihren jährlichen Online- und Offline-Einkäufen gesammelt haben, einer Stufe zugeordnet. Jede Stufe bietet eine Reihe von

personalisierten Geschenken und Rabatten, Beauty-Services und exklusiven Zugang zu Mitglieder-Events, um Anreize zu schaffen, die nächste Stufe mit weiteren Vorteilen zu erreichen.

Digitale und physische Karte in modernem Design

Kund*innen können sich sowohl online als auch in der Filiale für das Omnichannel-Beauty-Card-Programm anmelden und zwischen einer digitalen und / oder einer physischen Karte wählen. Die neue physische Karte besteht zu mindestens 98% aus recyceltem Kunststoff, ist vollständig recycelbar und verfügt über ein modernes, schimmerndes Design in der Markenfarbe Mint, das die Premium-Markenpositionierung von DOUGLAS widerspiegelt.

Kommunikation durch innovative internationale 360-Grad-Marketingkampagne

Die Einführung des neuen Treueprogramms wird durch eine internationale 360-Grad-Marketingkampagne unter dem Motto „YOUR BEAUTY, YOUR BENEFITS. AGAIN & AGAIN.“ unterstützt. Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein mintfarbener Beauty-Card-Rahmen, der die Form der physischen Karte aufgreift und als wiederkehrendes Element in allen Kampagnenmotiven fungiert. Der Rahmen hebt Personen, Gesichter und Produkte hervor und symbolisiert die vielseitigen Anwendungen und personalisierten Vorteile der neuen Beauty Card, während der Fokus von der physischen auf die digitale Karte verlagert wird.

Nach dem Start in den Niederlanden und Belgien wird das neue Kund*innenbindungsprogramm im Zuge der Vereinheitlichung der IT-Infrastruktur der DOUGLAS Group schrittweise in der gesamten Gruppe eingeführt. Die nächsten Länder, in denen das Programm 2025 eingeführt wird, sind die Schweiz, Italien, Deutschland, Österreich, Ungarn, Polen und Litauen. Alle anderen Länder werden in den kommenden Jahren sukzessive integriert, um ein gruppenweit einheitliches Programm zu schaffen.

Über die DOUGLAS Group

Die DOUGLAS Group ist mit ihren Marken DOUGLAS, NOCIBÉ, parfumdreams und Niche Beauty der führende Omnichannel-Anbieter für Premium-Beauty in Europa. Die DOUGLAS Group inspiriert ihre Kund*innen, ihre eigene Art von Schönheit zu leben, indem sie ein einzigartiges Sortiment online und in rund 1.900 Geschäften anbietet. Die DOUGLAS Group ist der Partner der Wahl für Brands und bietet ein ausgewähltes Sortiment exklusiver Marken sowie eigener Unternehmensmarken. Das Sortiment umfasst Düfte, Make-up, Hautpflege, Haarpflege, Accessoires sowie Beauty-Dienstleistungen. Die Stärkung der erfolgreichen Omnichannel-Positionierung und die konsequente Weiterentwicklung des Kund*innenerlebnisses stehen im Mittelpunkt der Unternehmensstrategie „Let it Bloom - DOUGLAS 2026“. Das erfolgreiche Geschäftsmodell stützt sich auf das Omnichannel-Angebot, die führenden Marken und die Datenkompetenz der DOUGLAS Group. Im Geschäftsjahr 2023/24 erwirtschaftete die DOUGLAS Group einen Umsatz von 4,45 Milliarden Euro und beschäftigte europaweit rund 19.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die DOUGLAS Group wurde von Forbes 2024 als weltweit führender Arbeitgeber für Frauen im Bereich Einzel- und Großhandel ausgezeichnet. Die DOUGLAS Group (Douglas AG) ist an der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

Für weitere Informationen besuchen Sie die [DOUGLAS Group Website](#).

Pressekontakt

Maren Peters
Corporate Communications Manager
Telefon: +49 211 16847 6644
E-Mail: newsroom@douglas.de