



Beauty-Metropole Stuttgart: Mehr als 20.000 Besucher auf der 10. Glow by dm © Julia Blank

01.04.2019 11:14 CEST

Stuttgart wird Beauty-Metropole: Mehr als 20.000 Besucher auf der größten GLOW by dm aller Zeiten

Zweieinhalb Fußballfelder voller Beauty und Influencer – das war die zehnte [GLOW by dm](#), die am 30. und 31. März Stuttgart zur Beauty-Metropole machte. Mehr als 20.000 Besucher verwandelten das Messegelände der baden-württembergischen Landeshauptstadt in ein knalliges Pink. Die zehnte GLOW by dm war gleichzeitig auch die größte aller Zeiten: Auf rund 26.000 Quadratmetern begeisterten mehr als 100 angesagte Beauty- und Fashion-Marken die Besucher, die auf Europas größter Beauty-Convention die

neuesten Trends, die coolsten Produkte und allerhand bekannte Stars und Influencer erleben konnten.

Ein besonderes Highlight der Beauty Convention war der Besuch von [Vanessa Mai](#). Die Sängerin stellte ihre [Naturkosmetik-Produkte mit dem Namen „Wolke 7“](#) vor, die sie zusammen mit dm-drogerie markt unter der beliebten dm-Marke [alverde NATURKOSMETIK](#) entwickelt hat. Vier verschiedene Limited Editions wird es dieses Jahr von „Wolke 7“ geben. Die erste [Limited Edition](#), die ab sofort online auf dm.de und in den dm-Märkten erhältlich ist, beinhaltet [Handcreme](#), [Duschgel](#), [Bodylotion](#) und [Bodyspray](#). „Ich möchte den Leuten nahebringen, dass Naturkosmetik einfach gut ist und mit innovativen Produkten und trendigen Verpackungen überzeugt. Man tut eben nicht nur sich selbst, sondern auch der Umwelt etwas Gutes damit, das ist mir wichtig“, sagt die Vanessa Mai über die Zusammenarbeit und die Produkte.

Auf der schicken dm-Plaza waren viele beliebte dm-Marken wie [trend IT UP](#), [Balea](#), [alverde NATURKOSMETIK](#) oder [SEINZ](#), vereint, die die Besucher mit Neuigkeiten überraschten. Neben sommerlichen Limited Editions und frischen Neuheiten erwarteten die Besucher auch exklusive Produkte, die es in begrenzter Stückzahl nur auf der Beauty-Convention und im Onlineshop dm.de zu kaufen gab. Auch Influencerin Paola Maria und Model Stefanie Giesinger statteten der Beauty Convention und ihren Fans einen Besuch ab und präsentierten den Produkt-Zuwachs ihrer dm-exklusiven Kooperationsmarken [LVLY](#) und [МОЙ](#). Die beiden [Langhaarmädchen](#) Julia und Mona verpassten in ihrem Stylingbus BOP interessierten Messebesuchern bezaubernde Haarstylings und gaben Tipps, wie das Haarkunstwerk möglichst lange hält.

„Wir freuen uns, mit der GLOW by dm wieder einmal so viele beauty-affine Menschen begeistern zu können. Wir bieten ihnen mit der Beauty Convention die Möglichkeit, die neuesten Trends und Produkthighlights zu entdecken und ihren persönlichen Stars näher zu kommen. Zum fünften Mal sind wir nun als Partner bei der GLOW by dm dabei und machen mit unseren starken Partnern und unserer eigenen Expertise die Beauty-Welt auf ganz besondere Art und Weise erlebbar“, berichtet Christoph Werner, dm-Geschäftsführer für das Ressort Marketing + Beschaffung.

Auch dieses Jahr gab es bei der Convention viele Highlights: Auf dem Pink Carpet präsentierten sich Stars und Sternchen der Branche. Bonnie Strange, Dagi Bee, Anna Maria Damm, Raffa's Plastic Life und noch viele mehr standen

für Selfies und kurze Gespräche zur Verfügung. Coole Music Acts wie Selina Mour oder Newcomer AMA („Ask me anything“) verbreiteten gute Stimmung. Bei den verschiedenen Panel Talks wurde über die neuesten Beauty-Trends, den Alltag von Influencern oder Kreativität und Self-Love geredet. Auch an den Ständen gab es immer etwas zu erleben. Spannende Gewinnspiele und unzählige Mitmach-Aktionen wie DIY- Haarschmuck am Bus der Langhaarmädchen, Fotoboxen und Schaukeln für hübsche Erinnerungsfotos oder Surfboards und Bällebäder sorgten für den nötigen Fun Faktor.

Einige Marken waren zum ersten Mal Teil der Beauty-Convention und lockten die Besucher mit aufregenden Neuheiten an ihre Stände. So feierten die UK-Marke pixie, K-Beauty Company it's skin oder auch Naturkosmetik von No Planet B oder pure97 – beide sind exklusiv bei dm erhältlich – am Wochenende ihr GLOW-Debüt.

An diesem Trend kam auf der GLOW by dm keiner vorbei: Flower Power Pur! Prachtvolle Blumenwände boten die perfekte Selfie Location, auf dem Kopf, als Schmuck oder als Prints waren Blüten überall zu entdecken und coole Naturkosmetikmarken stellten Produkte mit pflegenden Blütenextrakten vor. Passend zum Frühling war die GLOW by dm also in ein Blumenmeer getaucht.

Über dm-drogerie markt

Das Schönheitssortiment des – laut Kundenmonitor 2018 – beliebtesten Drogeriemarkts Deutschlands bietet passende Produkte für jeden Typ. Die Auswahl reicht von modernen Make-up-Produkten über besonders hochwertige Pflegelinien bis hin zur besonders hautverträglichen Naturkosmetik. Die dm-Kunden schätzen zudem eine kompetente und typgerechte Beratung durch geschulte Mitarbeiter. Neben bekannten Markenartikeln, wie NYX, L'Oréal Paris, oder bh cosmetics, finden Kunden im Pflege- und Kosmetikbereich eine Vielzahl von dm-Marken wie Balea, trend It Up, 183 DAYS oder die meistverkaufte zertifizierte Naturkosmetikmarke alverde. Zudem hat dm gemeinsam mit Influencern und Prominenten mehrere dm-exklusive Kooperationsmarken, wie Langhaarmädchen, STRASSENKICKER und LVLY, entwickelt. Balea wurde von den Kunden kürzlich sogar zur beliebtesten Marke der Deutschen im Bereich "Pflege und Kosmetik" gewählt. Die dm-Marke alverde Naturkosmetik erhielt das Green Brand Gütesiegel 2017 für nachweisbar ökologische Nachhaltigkeit entlang

der gesamten Wertschöpfungskette.

Kontaktpersonen



So erreichen Sie das dm-Presseteam

Pressekontakt

dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de

+49 721 5592 1195

Herbert Arthen

Pressekontakt

Pressesprecher

herbert.arthen@dm.de

+49 721 5592 1195