



GLOW launcht erste eigene Duft-Kollektion zur GLOW by dm in Berlin

Europas größte Beauty Convention die "GLOW by dm" feiert wieder in der Hauptstadt. Am 27. und 28. Oktober 2018 wird die STATION Berlin zum Sehnsuchtsort für die immer größer werdende Community von Beauty-Begeisterten, Power-Girls und Social Media Popstars.

Als besondere Überraschung für die Fans präsentiert die Veranstaltung, die längst selber zum Lovebrand geworden ist, eine limitierte Parfümkollektion aus eigener Kreation, die es natürlich exklusiv bei dm zu kaufen geben wird.

Berlin, 16.10.2018 - Die GLOW by dm stellt am letzten Oktoberwochenende die eigene limitierte Parfümlinie vor. Die drei Düfte repräsentieren die Welt der GLOW by dm und geben allen GLOW-Fans die Möglichkeit das ganze Jahr als wahre GLOWGIRLS die Welt zu erobern. Die Düfte sind selbstbewusst, authentisch, auffällig und eher laut als leise. Um ein wirklich hochwertiges und überzeugendes Produkt zu kreieren, hat sich das Team der GLOW mit ihrem Partner dm, dem Traditionsparfumeur drome und dem auf Highlight-Editionen spezialisierten Produzenten The Scientist zusammengetan. Das Ergebnis kann sich riechen lassen und zwar gleich in drei unterschiedlichen Varianten.

Der Duft "YOU ARE THE SHOW" ist das Herzstück der Convention: Glamour, Bling und Excitement sind hier zu Hause, wurden hier erfunden, werden hier exzessiv gelebt.

"AND WE'RE LIKE: OH MY GOODIENESS!" ist gleichermaßen Ausruf wie state of mind und steht für das wohlige Wirbeln im Kopf, wenn die Community sich dem Produktrausch hingibt - Goodies, Make-Up und Freebies - überall!

Der dritte Duft **"BE AWESOME (OR LEAVE!)"** entspringt den beliebten Quotes aus den sozialen Medien des GLOW Universums. Klare Botschaften und inspirierende Claims gehören zur DNA der GLOW, sie sind witzig, edgy, vertraut aber auch überraschend, provokativ, kraftvoll und wegweisend. Time for realltalk!

Die Limited Edition feiert auf der GLOW by dm Berlin ihr Publikumsdebüt. Ab dem 27.10.2018 sind die Parfüms exklusiv auch online im neuen GLOW Webshop unter glowcon.de/shop, sowie ab dem 29.10.2018 auch in sämtlichen dm-Märkten und im dm Online-Shop erhältlich.

Viele weitere auf der GLOW by dm vertretene Marken, wie zum Beispiel Balea, bh cosmetics, LVLV, CATRICE, Maybelline New York, Judith Williams, sebamed, 183 DAYS und Bed Head by TIGI präsentieren ganz neue Produkte und haben wie immer viele spannende Standaktionen und Highlights zum Ausprobieren für die Besucher im Gepäck. Auf der GLOW by dm kann getestet und gestylt werden so viel das Beautyherz begehrt. "Die GLOW by dm hat für uns einen ganz besonderen Charme: Wir probieren gemeinsam mit unseren Kunden neue Produkte aus und erhalten direktes Feedback, das wir in unsere Sortimentsgestaltung miteinbeziehen", erklärt Christoph Werner, als dm-Geschäftsführer verantwortlich für das Ressort Marketing + Beschaffung. Für die männlichen Begleiter oder die Boyfriends

zu Hause gibt es dieses Mal den exklusiven "Better Boyfriend Bag". Ein Goodiebag voller Produkte, die die GLOW-Girls einsetzen können um ihre Boyfriends Beauty- und Pflege-technisch zu pimpen.

Auf der großen GLOW Stage erwarten Jorge Blanco, Faye Montana und Manhattan Ambassador Ace Tee die Besucher als musikalische Highlights, im Wechsel mit spannenden Interviews, Talks, Tutorials und Brand-Showcases von NikkieTutorials, Boris Entrup, Dagi Bee, Stefanie Giesinger u.v.m.

Diese einzigartige und bunte Mischung aus Stars, Brands, Show und Fans rundet das Live-Erlebnis-Konzept der GLOW by dm ab. *"Das live Erlebte wird von den Fans wieder in die Sozialen Netzwerke und auf die online Kanäle übertragen, auf der GLOW by dm wird somit jeder Fan zum Influencer und Markenbotschafter."*, so Maiko Heinrich, Managing Director der Shine Conventions und Veranstalter der GLOW by dm.

Die Tickets für die GLOW by dm in Berlin waren bereits wenige Tage nach Verkaufsstart im März restlos ausverkauft. Alle weiteren Veranstaltungsinformationen finden Sie auch auf der Webseite des Events unter www.glowcon.de.

Presse Server: www.glowcon.de/presse

Zur GLOW by dm

Seit 2016 etabliert sich die GLOW mit ihrem einzigartigen Konzept aus Marken, Online Stars und deren Reichweite als größte Beauty- und Lifestyle-Convention im B2C Bereich in Europa. Seit Ende 2017 kooperiert die GLOW mit dem Drogerieunternehmen dm, welches als authentischer Partner und Hauptsponsor die Convention ergänzt. Mittlerweile findet die GLOW by dm zwei Mal jährlich in deutschen Metropolregionen statt. Online Stars & Beauty Experten wie Dagi Bee, Judith Williams, MRS BELLA, Boris Entrup und Paola Maria sind regelmäßig Stargäste des Events. Bekannte Marken wie L'Oréal Paris, Maybelline New York, Nivea und auch Lifestyle-Start-ups finden auf der GLOW by dm den perfekten Rahmen zur Präsentation ihrer neuesten Produkte. Sie setzen Trends und interagieren direkt mit der jungen, reichweitenstarken Zielgruppe. Weitere Informationen zur aktuellen Convention gibt es auf glowcon.de/events/berlin/ und auf unserem [Instagram Profil](#).

Zu dm-drogerie markt

Das Schönheitssortiment des – laut Kundenmonitor 2018 – beliebtesten Drogeriemarkt 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 tyggerechte Beratung durch geschulte Mitarbeiter. Neben bekannten Markenartikeln, wie NYX oder L.O.V, finden Kunden im Pflege- und Kosmetikbereich eine Vielzahl von dm-Marken wie Balea, trend IT UP, 183 DAYS oder die meistverkaufte zertifizierte Naturkosmetikmarke alverde. 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. Seit Juli 2015 können Kunden im unternehmenseigenen Onlineshop dm.de zum günstigen Dauerpreis einkaufen. Dort sind mehr als 14.000 Produkte verfügbar und das Angebot wird laufend erweitert. Täglich gehen rund 1,8 Millionen Kunden in die mehr als 1.900 dm-Märkte in Deutschland einkaufen.