



DOUGLAS, Europas führender Anbieter von Premium-Beauty, profitiert dank Sensormatic von einem umfassenden Warensicherungskonzept.

Übersicht:

- **Branche:**
Omnichannel Einzelhandel für Premium-Beauty
- **Lösungen:**
 - Akusto-Magnetische (AM), elektronische Warensicherung (EAS)
 - Advertising Panels
- **Vorteile:**
 - Verbesselter Schutz gegen Diebstahl und Schwund
 - Mehr Sicherheit im Geschäft
 - Höhere Kundenzufriedenheit
 - Höhere Margen dank weniger Umsatzeinbußen

Die DOUGLAS Group ist mit ihren Marken DOUGLAS, NOCIBÉ, parfumdreams und Niche Beauty der führende Omnichannel-Anbieter für Premium-Beauty in Europa. Mit 1920 Filialen und einer stetig wachsenden Online-Präsenz verbindet DOUGLAS erfolgreich stationären Handel mit digitalem Vertrieb. Kundinnen und Kunden profitieren nicht nur von einem vielfältigen Produktsortiment, sondern auch von persönlicher Beratung direkt vor Ort.

DOUGLAS erkennt die strategische Bedeutung von Retail Media und setzt gezielt auf Partnerschaften mit Markenherstellern, um das Potenzial seiner Plattform zu monetarisieren und innovative Werbelösungen anzubieten.



Die Herausforderung

„Unsere Markenartikel waren immer öfter Ziel organisierter Diebstähle – klassische Sicherheitsmaßnahmen reichten einfach nicht mehr aus. Uns war klar: Wenn wir unsere Margen, die Warenverfügbarkeit und vor allem das Vertrauen in unsere Marke schützen wollen, brauchen wir eine ganzheitliche, zukunftsfähige Lösung.“



Julia Grzybowska
Head of Compliance & Loss Prevention, DOUGLAS DACH

Die stark nachgefragten Markenprodukte im Sortiment von DOUGLAS – insbesondere Parfüm, Hautpflege und Make-up – machten die Filialen zunehmend zu einem bevorzugten Ziel für Ladendiebstähle. Die bestehenden Sicherheitsmaßnahmen waren dem nicht gewachsen: Es gab keine standardisierte Warensicherung, lediglich vereinzelt eingesetzte „Doormen“ oder Sicherheitspersonal. Die Waren wurden offen präsentiert, was sie jedoch besonders diebstahlgefährdet machte. In der Folge stiegen die Schwundraten und Inventurdifferenzen deutlich an. DOUGLAS musste handeln – zumal der finanzielle Verlust nicht nur die Ergebnisrechnung belastete, sondern auch zu Ineffizienzen in der Warenverfügbarkeit und Nachbestellung führte. Darüber hinaus gefährdete der wachsende Graumarkt die Markenintegrität und Preiskonsistenz – ein strategisches Risiko für ein Unternehmen, das stark auf Markenimage und Exklusivität setzt.

Intern stellte sich DOUGLAS weiteren Herausforderungen: Die Mitarbeitenden waren häufig nicht ausreichend geschult, um mit verdächtigen Situationen oder professionellen Diebstahlbanden umzugehen. Gleichzeitig fehlten standardisierte Prozesse zur Prävention und Nachverfolgung von Schwund. Der nötige Umbau hin zu einem wirksamen und gleichzeitig kundenfreundlichen Sicherheitskonzept erforderte nicht nur technologische Investitionen, sondern auch ein Umdenken in der Unternehmenskultur – insbesondere im Spannungsfeld zwischen Marketing, operativem Geschäft und „Loss Prevention“.

Eine Ausschreibung mit ambitionierten Zielen

Um sich diesen Herausforderungen zu stellen, initiierte DOUGLAS eine umfassende Ausschreibung mit ambitionierten Zielen. Im Mittelpunkt stand die Einführung eines modernen, flächendeckenden elektronischen Warensicherungssystems, das nicht nur technologisch auf dem neuesten Stand ist, sondern sich auch harmonisch in das hochwertige Store-Design einfügt. Die Lösung sollte vernetzt und skalierbar sein, um zukünftige Erweiterungen

problemlos zu ermöglichen – insbesondere im Hinblick auf Trends wie mobiles Bezahlen. Eine besondere Herausforderung stellte der enge Zeitrahmen dar: 301 Filialen sollten innerhalb von nur sechs Monaten ausgestattet werden. Zudem war es entscheidend, einen Partner zu finden, der über eine starke Präsenz in der gesamten DACH-Region verfügt und die Umsetzung zuverlässig begleiten kann.

„Dass wir den Piloten ausgerechnet in der umsatzstärksten Zeit des Jahres umgesetzt haben, war ein echter Stresstest – für das System, aber auch für die Zusammenarbeit. Gerade im Weihnachtsgeschäft mussten Technik, Prozesse und Support absolut reibungslos funktionieren. Diese Phase hat gezeigt, dass Sensormatic nicht nur technologisch überzeugt, sondern auch operativ liefern kann – unter realen Bedingungen und hohem Druck.“



Julia Grzybowska
Head of Compliance & Loss Prevention, DOUGLAS DACH

Die Lösung

Nach einem strukturierten Auswahlprozess entschied sich DOUGLAS für eine Partnerschaft mit Sensormatic – dem führenden Anbieter im Bereich intelligenter Warensicherungslösungen. Der Startschuss für die Zusammenarbeit fiel in der umsatzstärksten Zeit des Jahres: dem Weihnachtsgeschäft. In dieser kritischen Phase wurde ein Pilotprojekt aufgesetzt, das gezielt auf die besonderen Herausforderungen im Handel mit Premium-Beauty-Produkten einging.

Innerhalb von drei Monaten wurden sieben ausgewählte Filialen mit Warensicherungslösungen ausgestattet: und evaluiert. Sensormatic stellte dafür ein dediziertes Projektteam zusammen, das eng mit DOUGLAS zusammenarbeitete. Ziel war es, verschiedene Ansätze zur Sicherung unterschiedlicher Produkttypen – von Parfüm über Hautpflege bis hin zu Make-up – unter realen Bedingungen zu testen und zu evaluieren.



Komplexe Produktanforderungen erfordern individuelle Lösungen

Die besonderen Eigenschaften der Produkte im Beauty-Retail – häufig flüssig, in metallischen Verpackungen oder in sehr kleinen Formaten – stellten eine erhebliche Herausforderung für herkömmliche Warensicherungssysteme dar. Standardlösungen erwiesen sich in diesem Kontext als unbrauchbar. Sensormatic reagierte darauf mit maßgeschneiderten Konzepten, die speziell auf die Anforderungen von DOUGLAS zugeschnitten wurden.

Im Zentrum der Entwicklung standen innovative Etiketten- und Positionierungslösungen. So wurden beispielsweise besonders kompakte AM-Labels ausgewählt, die auch auf kleinsten Produktflächen zuverlässig funktionieren. Gleichzeitig musste die Platzierung der Sicherungsetiketten so erfolgen, dass metallische Verpackungen die Signalübertragung nicht beeinträchtigten – eine technische Herausforderung, die durch präzise Positionierungskonzepte gelöst wurde.

Besonderes Augenmerk galt dabei dem Markenerlebnis: Die Lösungen sollten nicht nur effektiv vor Diebstahl schützen, sondern auch die Ästhetik der Produkte und das hochwertige Einkaufserlebnis nicht beeinträchtigen. Sensormatic gelang es, Sicherheit und Markenpräsentation in Einklang zu bringen – ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Akzeptanz der Maßnahmen im Store.

Mobiles Bezahlen auf der Fläche – nahtlos und sicher

DOUGLAS bietet seinen Kundinnen und Kunden ein besonders komfortables Einkaufserlebnis: Sie haben die Möglichkeit, direkt beim Verkaufspersonal auf der Fläche mobil zu bezahlen.

Damit dieser Service reibungslos funktioniert, musste auch die Deaktivierung der Warensicherungsetiketten flexibel gestaltet werden.

Für diesen speziellen Anwendungsfall entwickelte Sensormatic eine maßgeschneiderte Lösung: einen mobilen Handdeaktivator, der es dem Verkaufspersonal ermöglicht, Etiketten direkt nach dem mobilen Bezahlvorgang zu deaktivieren – ganz ohne den klassischen Kassenbereich. So bleibt das Einkaufserlebnis für die Kundschaft nicht nur bequem, sondern auch sicher und effizient.

Zusätzliche Einkünfte aus Marketing-Kooperationen

Durch die Anbringung von Advertising Panels an den Warensicherungsantennen profitiert DOUGLAS von einem doppelten Mehrwert: Der Schutz vor Diebstahl wird mit einem attraktiven Werbeformat kombiniert, das zusätzliche Einnahmen generiert und gleichzeitig die Markenbindung im Store-Erlebnis stärkt.



Das Ergebnis

„Unsere Inventurzahlen haben sich mehr als deutlich verbessert: Die Schwundrate konnte um 50 % gesenkt werden – ein Erfolg, den wir zu einem großen Teil dem Einsatz des Warensicherungssystems zuschreiben.“



Julia Grzybowska
Head of Compliance & Loss Prevention, DOUGLAS DACH

Die Einführung des Warensicherungssystems hat bei DOUGLAS einen echten Wendepunkt markiert. In Kombination mit weiteren Maßnahmen konnte **die Schwundrate dank elektronischer Artikelsicherung um 50 % reduziert werden** – ein überzeugender Beleg für die Wirksamkeit dieser Technologie.

Auch das Kundenerlebnis hat sich verbessert. Dank des gesteigerten Sicherheitsgefühls können sich Kundinnen und Kunden ungestört auf das Einkaufserlebnis konzentrieren – ein entscheidender Faktor im sensiblen Umfeld des Premium-Beauty-Handels.

Die eingesetzte Lösung überzeugt nicht nur im Hier und Jetzt, sondern ist auch zukunftssicher: Die skalierbare Technologie ermöglicht eine einfache Integration zukünftiger IoT-Anwendungen. Besonders positiv wurde zudem die einfache Handhabung des Systems bewertet – was sich in einer hohen Zufriedenheit innerhalb der Filialteams widerspiegelt.



Fazit

Die deutschlandweite Einführung des Warensicherungssystems bei DOUGLAS zeigt eindrucksvoll, wie technologische Innovation, strategische Planung und partnerschaftliche Zusammenarbeit eine komplexe Herausforderung erfolgreich meistern können.

Sensormatic überzeugte dabei mit:

- **einer maßgeschneiderten technischen Lösung, die exakt auf die Anforderungen des Beauty-Retail-Segments zugeschnitten war,**
- **operativer Exzellenz im Rollout, die sich in einer präzisen Planung, reibungslosen Umsetzung und termingerechten Ausführung widerspiegelte,**
- **sowie einer engen, kontinuierlichen Abstimmung mit dem Projektteam von DOUGLAS – von der Pilotphase über die Skalierung bis hin zur finalen Implementierung in allen Filialen.**

Diese partnerschaftliche Zusammenarbeit war ein zentraler Erfolgsfaktor: Herausforderungen wurden frühzeitig erkannt, Prozesse flexibel angepasst und Lösungen gemeinsam entwickelt. So konnte nicht nur ein technisch einwandfreier Rollout sichergestellt werden, sondern auch eine hohe Akzeptanz bei den Mitarbeitenden vor Ort.

Heute ist DOUGLAS nicht nur besser geschützt, sondern auch zukunftsfähig vernetzt – und das ganz ohne Kompromisse beim Markenerlebnis.



Gegründet in
1966

+185 000
ausgestattete
Läden

+85
Länder

Über Johnson Controls:

Johnson Controls (NYSE:JCI) verändert die Umgebung, in der Menschen leben, arbeiten, lernen und spielen. Als weltweit führender Anbieter von intelligenten, gesunden und nachhaltigen Gebäuden ist es unsere Aufgabe, die Leistung von Gebäuden im Dienste der Menschen, der Orte und des Planeten neu zu gestalten. Aufbauend auf einer stolzen Geschichte von fast 140 Jahren Innovation liefern wir mit OpenBlue, unserem umfassenden digitalen Angebot, die Blaupause der Zukunft für Branchen wie das Gesundheitswesen, Schulen, Rechenzentren, Flughäfen, Stadien, die Fertigung und darüber hinaus. Heute bietet Johnson Controls mit einem globalen Team von 100.000 Experten in mehr als 150 Ländern das weltweit größte Portfolio an Gebäudetechnik und Software sowie Servicelösungen von einigen der vertrauenswürdigsten Namen der Branche.

Besuchen Sie www.johnsoncontrols.com für weitere Informationen und folgen Sie [@johnsoncontrols](https://www.instagram.com/johnsoncontrols) auf sozialen Plattformen.

Über Sensormatic Solutions:

Sensormatic Solutions, das führende globale Portfolio für Einzelhandelslösungen von Johnson Controls, ermöglicht sichere und nahtlose Einkaufserlebnisse. Seit mehr als 50 Jahren steht die Marke an der Spitze schnell wachsender technologischer Entwicklungen in der Branche, definiert Einzelhandelsabläufe auf globaler Ebene neu und setzt Erkenntnisse in Aktionen um. Sensormatic Solutions bietet ein vernetztes Ökosystem von Lösungen zur Verlustprävention, intelligenten Bestandsverwaltung und Besucherfrequenzanalyse. Mit unseren Dienstleistungen und Partnern ermöglichen wir es Einzelhändlern weltweit innovativ und präzise zu agieren und datengesteuerte Ergebnisse zu erzielen, die die Zukunft des Einzelhandels gestalten.

Für weitere Informationen besuchen Sie [Sensormatic Solutions](https://www.sensormatic.com) oder folgen Sie uns auf [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/sensormatic), [X](https://www.x.com/sensormatic) und [YouTube](https://www.youtube.com/sensormatic).

