

Beauty Now: flaconi kündigt Eröffnung von drei Flagship-Stores in Deutschland an



Berlin, 20.05.2026 – flaconi, der führende Online-Shop für Beauty und Parfum in Deutschland, kündigt für das vierte Quartal 2026 die Eröffnung des ersten von insgesamt drei geplanten Flagship-Stores an. Unter dem Namen „Beauty Now“ transformiert das Unternehmen seine erfolgreiche App-Strategie „Beauty in your Pocket“ in ein physisches Einkaufserlebnis. Das Projekt versteht sich dabei als konsequente Erweiterung der fest etablierten „Digital First“-DNA bei flaconi. Die Eröffnung des Münchner Stores in der Innenstadt Nähe Marienplatz ist für Q4 2026 geplant, die Eröffnung der weiteren zwei Standorte Berlin (Hackescher Markt) und Frankfurt (Zeil) folgt gestaffelt bis Q2 2027.

Retail neu gedacht: Kuratierte Erlebniswelten statt klassischer Verkaufsflächen

Die neuen flaconi Stores heben sich bewusst von den üblichen Retail-Konzepten ab: Statt klassischer Verkaufsflächen entstehen kuratierte Erlebniswelten, die unter anderem durch vier exklusive Concept Destinations strukturiert werden: den flaconi Hair Care Club, das Korean Studio, das Niche Atelier sowie das Pharma Lab. **Anna Gruhn, Head of Retail bei flaconi, erklärt:** *„Unser Anspruch ist es, Retail besser zu denken und konsequent vom Kunden aus zu entwickeln. Deshalb verstehen wir unsere Flagship-Stores als ‚Experience Hubs‘, in denen Kund:innen Produkte in einem Premium-Umfeld entdecken, testen und individuell erleben können. Neben regelmäßigen Masterclasses und Events bieten wir kuratierte Beauty-Services und innovative Sampling-Konzepte an, die unsere Stärke aus dem Online-Geschäft in den stationären Handel übertragen. Am Berliner Standort ergänzt zudem ein integrierter Friseur das Store-Konzept.“*

#WEcommerce: Offline-Experience als starkes Signal an Brand-Partner:innen

Mit der Eröffnung der neuen Flagship-Stores folgt flaconi seinem #WEcommerce-Leitgedanken und bietet Brand-Partner:innen exklusive Flächen, um ihre Markenwelten jenseits des Bildschirms zu inszenieren. *„Digital First bleibt unsere unangefochtene Kernstrategie. Gleichzeitig verstehen wir #WEcommerce als Versprechen, unseren Markenpartner:innen die innovativsten Plattformen zu bieten – ob virtuell oder physisch. Mit unseren neuen Stores schaffen wir eine erlebbare Bühne, auf der wir nicht nur individuelle Markenwelten, sondern auch gemeinsame Projekte und Partnerschaften neu inszenieren können.“*, sagt **Alexandra Szarmach, Geschäftsführerin und CHRO bei flaconi.**

flaconi setzt auf Female Leadership



Für ‚Beauty Now‘ setzt flaconi auf eine weibliche Doppelspitze: **Alexandra Szarmach, CHRO & Geschäftsführerin bei flaconi und Anna Gruhn, Head of Retail bei flaconi** verknüpfen fundierte Retail-Erfahrung sowie umfassende People- & Leadership-Expertise mit E-Commerce-Kompetenz.

Den Startschuss macht die Eröffnung in München im Q4 2026, gefolgt von Frankfurt und Berlin als ‚Home of flaconi‘ im ersten Halbjahr 2027. Die Standortwahl fokussiert sich auf die größten Einkaufsstädte Deutschlands, wobei flaconi maßgeblich von Daniel Pflumm (Joda GmbH) beraten und unterstützt wurde. Für die architektonische Umsetzung arbeitet flaconi mit den renommierten Architekten brüderl mit Sitz in München zusammen. Das Designkonzept spielt mit Kontrasten: Organische Formen treffen auf futuristische Akzente sowie ein modernes Look & Feel, das sich nahtlos in die flaconi Corporate Identity einfügt.