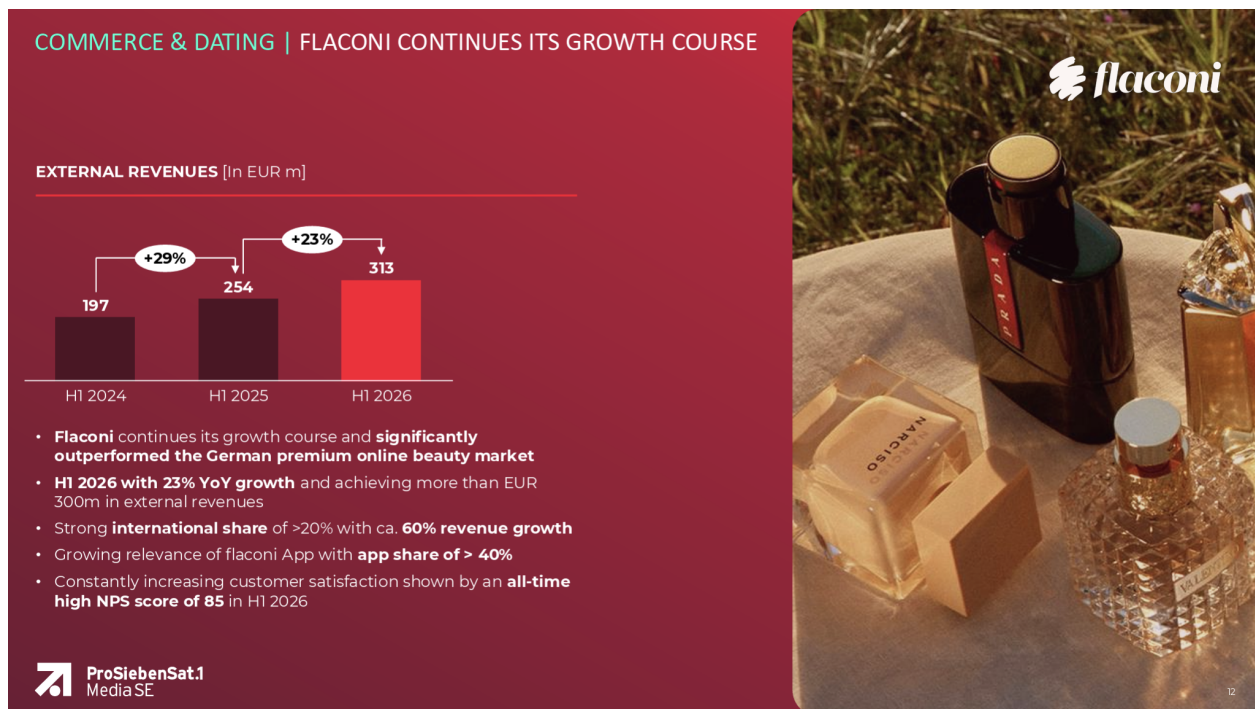


## Erstes Halbjahr 2026: flaconi wächst um 23 Prozent und forciert europäische Marktführerschaft weiter

- **Wachstum gegen den Trend – Skalierung in Europa:** Mit +23 % YoY Wachstum und mehr als 300 Millionen Euro Umsatz übertrifft flaconi den Markt erneut deutlich. International wächst der Online-Händler um rund 60 %, der Auslandsanteil steigt auf über 20 % des Gesamtumsatzes.
- **Digital- und Kund:innenzentrierung:** Die Mobile-First-Strategie treibt den App-Anteil auf über 40 %; die Kund:innenzufriedenheit (NPS) erreicht ein Allzeithoch von 85.
- **flaconi Media House:** Mit dem Launch des [flaconi Media House](#) erweitert flaconi sein Kerngeschäft strategisch und positioniert sich als unabhängiger Anbieter globaler Medialeistungen.



**Berlin, 06. August 2026** – flaconi, der führende Onlineshop für Beauty und Parfum in Deutschland, schließt das erste Halbjahr 2026 mit einem Wachstum von 23 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum ab, wobei das Unternehmen einen Umsatz von mehr als 300 Millionen Euro verzeichnet. Während flaconi den deutschen Premium-Online-Beauty-Markt weiterhin übertrifft, entwickelt sich auch das internationale Geschäft rasant zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

## Deutschland bleibt das Fundament – Europa wird zum Wachstumstreiber

Mit 23 % Wachstum und mehr als 300 Millionen Euro Umsatz im ersten Halbjahr baut flaconi seinen Vorsprung als führender Online-Player für Premium Beauty in Deutschland weiter aus. Gleichzeitig gewinnt das internationale Geschäft zunehmend an Bedeutung: Mit einem Umsatzwachstum von rund 60% trägt das Auslandsgeschäft inzwischen mehr als 20% des Gesamtumsatzes bei. Dieser Erfolg belegt die nahtlose Übertragbarkeit des flaconi-Geschäftsmodells auf neue Märkte und die exzellente operative Ausführung der internationalen Rollouts. Nach fünf Markteröffnungen im letzten Jahr treibt flaconi in diesem Jahr die Expansion in sieben weitere Märkte voran – darunter Norwegen, UK, Irland, Spanien, Portugal, Rumänien und Ungarn. **Bastian Siebers, CEO von flaconi, erklärt:** *„Wir wachsen im Heimatmarkt weiterhin gegen den Trend und beweisen zeitgleich, dass unsere Strategie auch europaweit skaliert. Wir verfügen über das Setup – von der besten Technologie bis hin zu den besten Talenten und dem richtigen Mindset –, um flaconi zur führenden Beauty-Destination in Europa zu machen. Das ist für uns der nächste logische Schritt.“*

## flaconi Media House

Ein weiterer Meilenstein des ersten Halbjahres 2026 war der Launch der [flaconi Media House GmbH](#). Mit der Gründung eines eigenen Media Houses bricht flaconi das traditionelle Retail-Media-Modell auf und positioniert sich als unabhängiger globaler Anbieter für Full-Funnel-Markenaktivierung. **Bastian Siebers, CEO von flaconi:** *„Mit dem flaconi Media House erweitern wir unser Kerngeschäft strategisch und untermauern unsere Rolle als führendes, datengetriebenes Beauty-Ökosystem. Wir möchten Europas Nummer 1 für Premium-Beauty werden – angetrieben von unserem exzellenten E-Commerce-Business und einem starken Mediengeschäft.“*

## Tech-DNA und Rekord-Loyalität im Fokus

Die konsequente Mobile-First-Strategie “Beauty in your Pocket” spiegelt sich in einer stark wachsenden Relevanz der eigenen App wider: Mittlerweile werden über 40 Prozent der Umsätze direkt über die flaconi-App generiert. Unterstützt wird die digitale Exzellenz von einer beispiellosen Kund:innenbindung. Im ersten Halbjahr 2026 erreichte der Net Promoter Score (NPS) ein Allzeithoch von 85. Die Prämisse dahinter ist im aktuellen E-Commerce-Umfeld entscheidend: Wer die treuesten Kund:innen hat, gewinnt den Markt.