

LUXURY BOX

Pressemitteilung

Berlin, 29. Januar 2014

Die Luxury Box – High-End-Beauty von Kopf bis Fuß

Das Warten für Beauty-Addicts hat ein Ende, denn ab sofort gibt es die Luxury Box mit High-End-Kosmetikprodukten. Neue Marken, Trends und Tipps für die Schönheit: Das alles beinhaltet die Luxury Box.

Die Luxury Box launcht seine offizielle Homepage – Auf luxurybox.de können sich alle Kosmetikfans Luxus-Beautyprodukte im Abo nach Hause bestellen. Die Box richtet sich an alle Damen, die sich gerne etwas Besonderes gönnen und bietet sechs Luxus-Beautyartikel in Original- oder Sondergrößen von High-End-Beautymarken. In der ersten Box erwarten die Abonentinnen einzigartige Hautpflegeprodukte, da diese besonders in den kalten Wintermonaten eine extra Portion Pflege benötigt. SENSAI Cellular Performance Lotion & Emulsion basiert auf zwei perfekt aufeinander abgestimmten Pflegeschritten – der Doppel-Befeuchtung, SkinCeuticals versorgt die Haut mit Anti-Aging Pflege und Filabé of Switzerland spendet nachhaltig Feuchtigkeit mit den Ultra-Mikrofasertüchern, die eine bis zu 100-mal höhere Wirkstoffkonzentration als konventionelle Crèmes enthalten. Auch die Augenpartie wird intensiv mit dem Lifestyle - Gel au Cristal von Rosa Graf gepflegt. Paul Mitchell's Super Skinny Serum verkürzt die Trockenzeit der Haare und verleiht einen atemberaubenden Glanz. Das Highlight der Box werden die Düfte von Balenciaga sein: Während Florabotanica geheimnisvoll blumig riecht, steht die neueste Duftkreation des Hauses für die Rose, Rosabotanica. Ein beigegefügtes Magazin, in dem die Produkte und deren Anwendung ausführlich beschrieben werden, rundet die Luxury Box perfekt ab. Ebenso wie der Online-Blog auf luxurybox.de, der alle Beautyholics mit zusätzlichen Tipps und Tricks versorgt.

Die edel verpackte Box wird für 49,95 Euro versandkostenfrei nach Hause geliefert und bietet somit ihren Kundinnen die Möglichkeit, alle Beautyprodukte in Ruhe zu testen. Aber damit nicht genug: In der ersten Luxury Box gibt es eine Golden-Ticket-Aktion, bei der in jeder 50. Box eine zusätzliche Überraschung im Wert von über 300 Euro wartet und eine Verlosung, bei der die Kundinnen ein Luxus-Wochenende in Berlin oder Einkaufsgutscheine für KaDeWe.de bzw. Net-a-porter.com gewinnen können. Die quartalsweise erscheinende Luxury Box kann auch als Halbjahres- oder Jahres-Abonnement online bestellt werden. Hier können sich die Abonnenten über einen Rabattvorteil freuen: Im Halbjahres-Abonnement erhält man zwei Boxen für 79,95 Euro und im Jahres-Abonnement vier Boxen für nur 149,95 Euro.

www.luxurybox.de – Luxus im Abonnement

facebook.com/LuxuryBox.de

twitter.com/LuxuryBox_de

LUXURY BOX

Über Luxury Box:

Die aktuell im Januar 2014 gelaunchte Luxury Box ist eine elegant verpackte Beauty-Box, gefüllt mit sechs Kosmetik-Produkten von Luxusmarken und hochwertigen neuen Brands aus den Bereichen Haare, Körper, Gesicht und Make-up. Zudem stellt ein beigegefügtes Magazin die Produkte im Detail vor und im Online-Blog gibt es hilfreiche Tipps zum Thema Beauty und Co.

Die vierteljährlich erscheinende Luxury Box kostet im offenen Abonnement 49,95 Euro und ist jederzeit kündbar. Im Halbjahres-Abonnement erhält man zwei Boxen für 79,95 Euro (20% Rabatt) und vier Boxen im Jahres-Abonnement für nur 149,95 Euro (25% Rabatt). Diese können online gebucht werden und enden automatisch.

Die Luxury Box soll besonders beautyaffine und trendbewusste Frauen ansprechen, die mitten im Berufsleben stehen und sich bewusst auch gerne luxuriöse und exklusive Beautyprodukte leisten. Mit ihren hochwertigen Kosmetikartikeln können die Kunden in die Welt der Beauty-Luxusprodukte eintauchen: Sie bietet Informationen zu aktuellen Trends und inspiriert jeden, ganz besondere Beautygoldstücke zu entdecken. Die Luxury Box arbeitet mit einer Vielzahl renommierter und qualitativ hochstehender Marken, wie Balenciaga, Filabé of Switzerland, Paul Mitchell, Rosa Graf, SENSAI und SkinCeuticals, der internationalen Beauty-Branche zusammen. Hinter der Luxury Box steht die RM Buch und Medien Vertrieb GmbH - ein Unternehmen der DirectGroup Germany.

Über die DirectGroup Germany:

Die DirectGroup Germany bündelt die deutschsprachigen Medienvertriebs- und Direktmarketinggeschäfte der Bertelsmann SE & Co. KGaA mit mehr als 1,5 Millionen Kunden.

Unter den Marken „Der Club Bertelsmann“ und „zeilenreich“ bieten wir Endkunden in Deutschland eine breite Medienauswahl an. In rund 150 Filialen deutschlandweit, im Katalog sowie in Online- und Mobile-Shops überzeugen wir mit Auswahl, Service und Preisvorteil. Das Konzept lautet „ein Buch, zwei Preise“: Stammkunden erhalten auf ausgewählte Bücher einen Preisvorteil von bis zu 25 Prozent, alle anderen Kunden bezahlen den gebundenen Buchhandelspreis. In Österreich betreuen wir unsere Kunden unter der Marke Donauland, in der Schweiz betreibt die Bertelsmann Medien (Schweiz) AG die beiden Online-Shops NSB – Neue Schweizer Bücherwelt und robinBook.ch

Darüber hinaus entwickeln wir auf Basis unserer Direktmarketing-Kompetenz neue Produkte und Geschäftsmodelle im Endkunden-Markt – zum Beispiel den Lindt Chocoladen Club und die Pink Box.

Die dritte Geschäftssäule der DirectGroup Germany ist das Angebot von Dienstleistungen – etwa von Nionex, dem IT-Dienstleister für individuelle Kommunikationslösungen im Internet.

Die DirectGroup Germany ist Teil der Club- und Direktmarketinggeschäfte der Bertelsmann SE & Co. KGaA.

www.directgroupgermany.de

Pressekontakt:

PRESS FACTORY GmbH | Karl-Marx-Allee 81 | D-10243 Berlin

Karoline Müller | karoline.mueller@press-factory.de

Tel. +49 (0)30 28 87 90 07 | Fax +49 (0)30 28 87 90 03 / www.press-factory.de