

Digital Recap



ABOVE THE CLOUDS

Networking Event

Hamburg, 5. November 2025

-

Ein Abend voller Begegnungen und neuer Impulse

Wir möchten uns herzlich bei allen Gästen bedanken, die Above the Clouds zu einem besonderen Abend gemacht haben. Für uns stand der persönliche Austausch im Vordergrund: Zeit für Wiedersehen, für neue Begegnungen und für Gespräche, die im Alltag oft zu kurz kommen. Diese Mischung aus vertrauten Kontakten und frischen Perspektiven hat dem Abend seine besondere Atmosphäre verliehen.

Die beiden Impulsvorträge von **Philipp Andrée** und **Steven Mattwig** haben den Abend auf besondere Weise bereichert. Sie gaben uns wertvolle Einblicke, konkrete Learnings und inspirierende Gedankenanstöße. Hier haben wir die wichtigsten Punkte beider Beiträge noch einmal kompakt zusammengefasst.

Wir haben uns sehr über das durchweg positive Feedback gefreut und nehmen es als Ansporn, Above the Clouds 2026 fortzusetzen.



- ## Die Zukunft des Beauty-Handels: Insights von Dr. Philipp Andrée (Douglas)

Die Kraft einer ungewöhnlichen Eigentümerstruktur

Douglas bewegt sich im Spannungsfeld zweier Welten: einer traditionsreichen Familienunternehmer-DNA und dem konsequenten Ergebnisfokus eines Private-Equity-Investors. Gerade diese Kombination verleiht dem Unternehmen eine seltene Stärke: kulturelle Stabilität einerseits, hohe Transformationsgeschwindigkeit andererseits. Philipp Andrée beschreibt die Kultur als politikfrei, fordernd und vorwärtsgewandt. Ein klarer Incentive-Mechanismus schafft gemeinsame Ausrichtung, verhindert Energieverlust durch interne Reibung und verstärkt das Bewusstsein für Ergebnisverantwortung.

Philipps Fazit: „Culture eats strategy for breakfast.“ Und das täglich neu.

Ein Marktführer in zwei Welten

Douglas ist europaweit einzigartig: Marktführer online und offline – ein Status, den kaum ein Retailer in anderen Branchen erreicht. Das Online-Geschäft ist hochprofitabel, sodass kanalneutral gearbeitet wird. Das ist ein entscheidender Vorteil, weil interne Konkurrenz zwischen Kanälen wegfällt.

Gen Z: Wachstumstreiber und kultureller Katalysator

70 Prozent des Wachstums im Premium-Beauty-Markt stammen aus der Gen Z – für Douglas ein Turbo. TikTok-Content, Social Commerce und Creator-getriebene Produktentdeckung sorgen für starke Zuwächse junger Kunden online und in den Stores. Premium Beauty ist zum Kultobjekt geworden.



Dr. Philipp
Andrée, CCO
Douglas Group

**„Culture eats
strategy for
breakfast.“**

- **Glow25 und die Zukunft moderner D2C-Brands:
Insights von Steven Mattwig**

Vom Kollagen-Start-up zum Marktführer

Glow25 ist erst viereinhalb Jahre alt und wächst in einer Dynamik, die selbst in der D2C-Szene außergewöhnlich ist.

Der Erfolg basiert auf radikaler Fokussierung: kein breites Produktpotfolio, kein Biohacking-Hype, sondern klare Ausrichtung auf eine Zielgruppe, die im Markt lange übersehen wurde – Frauen zwischen 40 und 60 Jahren. Die Produktstory ist simpel, aber fokussiert: Die körpereigene Kollagenproduktion sinkt ab 25 Jahren. Glow25 positioniert sich genau dort, wo das Problem beginnt.

Remote als bewusstes Organisationsprinzip

Remote-Arbeit ist bei Glow25 kein Experiment, sondern ein bewusst gewähltes Organisationsmodell. Kein Büro, keine Historie von Präsenz-Kultur, keine Vermischung alter und neuer Arbeitsweisen.

Persönliche Nähe entsteht nicht über räumliche Präsenz, sondern über bewusste Rituale: Atemübungen vor Vorstandssitzungen, Offsites mit meditativen Formaten, Human Design

Readings. Eine gezielt gestaltete Kultur, die Tiefe statt Oberflächlichkeit in den Mittelpunkt stellt. Dafür wurde Glow25 bereits fünfmal mit dem Kununu Top Employer Award ausgezeichnet und erhielt den Titel „Most Responsible Employer 2025“.

Stevens Fazit: Glow25 hat Geschwindigkeit und Klarheit fest in seine DNA eingeschrieben.

Brand-Narrative schlägt reine Produktinnovation

Glow25 differenziert sich weniger über einzelne Wirkstoffe als über ein starkes Brand-Narrativ. Die Marke stützt sich auf eine aktive Facebook-Community mit 66.000 Mitgliedern, über 23.000 Amazon-Bewertungen und ein Geschäftsmodell, in dem Social Proof und reale Kundenerfahrungen im Zentrum stehen.

Ergänzt wird dies durch eine konsequente Testkultur: Wöchentlich entstehen rund 100 neue Creatives, von denen nur die besten 5-10 Prozent weiter skaliert werden. So gibt Glow25 einer Zielgruppe Sichtbarkeit, die im Fokus auf Gen Z lange übersehen wurde.

**„Geschwindigkeit
und Klarheit sind in
unserer DNA.“**



Steven Mattwig,
CEO Glow25

- **Meta-Insights aus beiden Impulsen:
Was die Zukunft prägen wird**

1.

KULTUR IST DER WAHRE HEBEL JEDER TRANSFORMATION.

Ob Private Equity oder Full Remote: Organisationen, die Klarheit schaffen, Politik minimieren und Entscheidungen beschleunigen, entwickeln eine Dynamik, die klassische Strukturen selten erreichen. Kultur macht Tempo – nicht Strategie.

2.

GEN Z PRÄGT MÄRKTE – ABER SIE IST NICHT ALLEIN.

TikTok Shop, Creator Commerce und Social Discovery treiben enorme Reichweite. Gleichzeitig entstehen neue, oft unterschätzte Zielgruppen wie Frauen 40–60, die stark wachsen. Marken, die beide Segmente konsequent bedienen, gewinnen an Tiefe und Breite.

3.

OMNICHANNEL UND D2C SIND ZWEI SEITEN DERSELBEN ENTWICKLUNG.

Kund:innen bewegen sich selbstverständlich zwischen TikTok, Webshop und Store – und erwarten überall eine konsistente Experience. Douglas zeigt, wie Große kanalübergreifend wirkt, Glow25, wie D2C durch digitale Präzision Vertrauen aufbaut. Am Ende zählt nicht der Kanal, sondern das Erlebnis.

4.

KI IST NICHT ZUSATZ – SIE IST DIE NEUE ORGANISATIONSLOGIK.

Von Customer Service über Content bis Wissensmanagement: KI strukturiert Arbeit neu, schafft Transparenz und beschleunigt Entscheidungen. Sie wird zu einem zentralen Enabler – sowohl im Corporate- als auch im D2C-Umfeld.

5.

WISSENSCHAFT, DATEN UND TECHNOLOGIE DEFINIEREN DIE NÄCHSTE BEAUTY-WELLE.

Wirkstoffinnovationen wie Triptide, personalisierte Lösungen auf Basis von Daten & Devices sowie die Geschwindigkeit von TikTok Commerce formen ein neues Beauty-Ökosystem. Effektivität, Evidenz und Individualisierung werden zum Standard – nicht zur Ausnahme.



•
Dwight Cribb

Personalberatung GmbH

Dornbusch 2
20095 Hamburg

Tel. +49(0)40 34 96 06 0
info@cribb.de

Part of Renovata

Hamburg • Berlin • Munich
London • Paris • New York

www.cribb.de