

## **MYATTTD: VON MILLENIALS FÜR MILLENIALS MIT ATTITUDE**

Düsseldorf, 25.08.2020

**Am 25.08.2020, ab 20.00 Uhr, gibt es mit myATTTD die erste völlig schamlose Beauty Care Marke, die sich den Tabuthemen junger Erwachsener widmet. Das Besondere: myATTTD wurde ab dem ersten Tag speziell für Kunden und mit Kunden der Generation Y & Z entwickelt. Die Idee hinter myATTTD ist, eine Generation von jungen, einzigartigen Persönlichkeiten dazu zu inspirieren über Tabu-Themen zu sprechen und sich gegen einschränkende Konventionen und Stereotypen aufzulehnen.**

Seit Jahren verzeichnet der deutsche Einzelhandel stagnierende, teils rückläufige Umsatzentwicklungen während der E-Commerce boomt. Die weltweite Corona Pandemie hat diesen Trend nun verschärft. Insbesondere im Bereich Beauty Care ist es eine junge Zielgruppe, unter 34 Jahren, die für Wachstum sorgt – überwiegend online, versteht sich. Trotzdem ist der Markt für Körperpflegeprodukte relativ dicht besetzt. Wie differenziert man sich also zwischen der Vielzahl an Marken, die es heute offline und online zu kaufen gibt?

„Für mich ist das Einzigartige an myATTTD, dass unser künftiger Kunde Ausgangsbasis für die Geschäftsidee war und diese sogar zum Teil mitentwickelt hat. Mit meinen 33 Jahren bin ich die älteste im Team, das myATTTD die letzten Monate aufgebaut hat. Die Idee wurde also aus der eigenen Zielgruppe heraus entwickelt. Zudem konnten wir im Vorfeld ein Partnernetzwerk mit mehr als 12 Mio. jungen Followern für Zielgruppenforschung gewinnen und haben uns auch sonst sehr intensiv mit den Bedürfnissen und Problemen junger Erwachsener beschäftigt. So hoffen wir, nicht nur über die Auswahl und Qualität der Produkte einen Nerv in der Zielgruppe zu treffen, sondern sehen myATTTD auch als Leitidee, die die Menschen dazu inspirieren soll, Tabus zu hinterfragen und aus den Zwängen ihrer Konventionen und Stereotypen auszubrechen. Ich kenne keine Beauty Marke in Deutschland, die das in dieser Form versucht“, erklärt Daniela Proksch, Geschäftsführerin des Unternehmens.

Mit hochwertigen Intimpflegeprodukten und einigen „speziellen“ Anti-Transpirantien, hilft myATTTD dabei alltägliche Schamsituationen zu bewältigen und ermutigt Menschen dazu, sich zu Körperproblemen auszutauschen, über die sonst keiner spricht. Anders als andere Marken richtet sich die Marke dabei an alle Geschlechter. Mit dem TABOO-FREE-MOVEMENT unterstützt myATTTD auch eine Auswahl gemeinnütziger Organisationen, die sich für Gleichberechtigung und gegen Diskriminierung einsetzen. Zu kaufen gibt es die Produkte ausschließlich online über den eigenen Webshop unter [www.myatttd.com](http://www.myatttd.com). Auch das Marketing basiert zum Großteil auf Stimmen und Empfehlungen aus der Social Media Community: NO SHAME aber zu 100% REAL.



# THE TABOO-FREE MOVEMENT IS UNDERWAY!

## Einladung zum Launch Event als Instagram Livestream

Wer Lust hat den Launch von myATTTD live mitzuerleben, ist herzlich dazu eingeladen, dem Instagram-Kanal **@myatffd** zu folgen und am **25.08.2020 um 20.00 Uhr** vorbei zu schauen. Special Guests sind die beiden Influencer: @itsofficialmario und @bonnytrash, die einige ihrer Scham-Momente mit uns teilen werden.

## Über myATTTD

Die myATTTD GmbH hat ihren Sitz in Düsseldorf. Geschäftsführerin ist Daniela Proksch. Die Beauty Marke ist seit August 2020 in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf dem Markt. Über den Online Shop **www.maytttd.com** können Premium-Intimpflege-Produkte und Anti-Transpirantien bestellt werden. Zudem setzt sich das Unternehmen für das selbst initiierte **TABOO-FREE MOVEMENT** ein. Ziel ist es, vermeintlichen Tabu-Themen in der Gesellschaft den Kampf anzusagen. Jeder soll die Freiheit haben, er selbst zu sein.

## Pressekontakt

Martina Götschl

Mobil: 0159 06304975 | E-Mail: [martina.goetschl@myatffd.com](mailto:martina.goetschl@myatffd.com)

myATTTD GmbH | Graf-Adolf-Platz 15 | 40213 Düsseldorf | Germany

