



PRESSEINFORMATION

Geschäftsjahr 2014: cosnova Beauty feiert Rekordjahr und ist weiter auf Wachstumskurs

cosnova Beauty ist weiterhin auf der Überholspur. Das Kosmetikunternehmen kann für das Geschäftsjahr 2014 neue Rekorde verkünden. Mit dem höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte, den meisten Distributionsländern und mit der höchsten Mitarbeiterzahl seit Gründung des Unternehmens, blickt die cosnova Beauty auf ein äußerst erfolgreiches Jahr zurück.

Insgesamt erwirtschaftete das Unternehmen ein **Umsatzplus von 13 Prozent** im vergangenen Geschäftsjahr. Damit konnte das Vorjahresergebnis von 247,5 Millionen Euro auf einen **Netto-Umsatz von 279,3 Millionen Euro** gesteigert werden. cosnova Beauty setzt damit den durchweg positiven Umsatztrend der letzten Jahre fort.

„Mit dem Ergebnis für 2014 haben wir seit der Unternehmensgründung 2001 alle Geschäftsjahre in Folge mit einem zweistelligen Umsatzplus beendet. Dies zeigt eindrucksvoll, dass unsere beiden Kosmetikmarken essence und CATRICE von Frauen aller Altersgruppen aus allen Teilen der Welt für ihre qualitativ hochwertigen Produkte zu absolut günstigen Preisen geliebt werden“ so Christina Oster-Daum, Inhaberin und Geschäftsführerin von cosnova Beauty.

Gesamtentwicklung

Die cosnova Beauty konnte durch die innovative Produktgestaltung der beiden Kosmetikmarken sowie durch die geographische Ausbreitung der Distribution und den Ausbau neuer Absatzwege sowohl in Deutschland als auch international ein nochmals gesteigertes Wachstum erzielen. Infolgedessen ist essence mittlerweile in fast 80 Ländern und CATRICE in über 50 Ländern erhältlich.



„Wir haben im Jahr 2014 bei Umsatz und Ergebnis deutlich zugelegt und Marktanteile gewonnen. Im Inland konnten wir trotz eines kaum vorhandenen Marktwachstums ein zweistelliges Umsatzwachstum verzeichnen, während wir im Ausland sogar einen starken überproportionalen Umsatzzuwachs erzielen konnten. **Als damit stärkste Absatzregion liefert das Ausland einen Umsatzanteil von über 50 Prozent unseres Gesamtumsatzes**“, berichtet Javier González, Inhaber und Geschäftsführer von cosnova Beauty.

Mit der Erschließung der neuen, für cosnova strategisch wichtigen großen Märkte Großbritannien und Frankreich konnte cosnova Beauty den Vertriebsausbau im internationalen Bereich weiter vorantreiben. Dabei wächst cosnova Beauty weiterhin schneller als die Märkte und dies nicht nur in den neuen Märkten (Osteuropa, Asien, Lateinamerika und Mittlerer Osten), sondern auch in Europa, wo sonst kein nennenswertes Marktwachstum vorhanden ist.

„Damit ist cosnova Beauty eines der am schnellsten organisch wachsenden Unternehmen weltweit sowie eines der erfolgreichsten Kosmetikunternehmen im internationalen Vergleich. Es konnte laut Women’s Wear Daily (WWD), dem renommierten internationalen Fachmagazin, im aktuellen BEAUTY’S-TOP-100-Ranking* sieben Plätze zum Vorjahr gutmachen und liegt seit 2014 nun weltweit auf Position 61“, berichtet Mathias Delor, Geschäftsführer von cosnova Beauty.

Marken und Produkte

Mit der Unternehmensphilosophie, perfekte Sortimente für trendbewusste Verbraucher anzubieten, die Wert auf hohe Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legen, hat cosnova Beauty im Markt der dekorativen und pflegenden Kosmetik weltweit ein rasantes Wachstum erzielt.

So ist die Kosmetikmarke **essence** laut Euromonitor International die **global größte dekorative Kosmetikmarke im Niedrigpreissegment**. Aber die Marktführerschaft im Niedrigpreissegment ist nicht das erklärte Ziel der cosnova Geschäftsführung, sondern die Mengenmarktführerschaft über alle Preissegmente im dekorativen Kosmetikmarkt.



Dies kann cosnova Beauty mit der Marke essence für Europa seit 2012 verbuchen. Laut aktueller Euromonitor International-Daten** kann essence für sich beanspruchen, die **größte dekorative Kosmetikmarke über alle Preissegmente in Europa zu sein.**

Diese Marktposition weiter zu stärken und auszubauen, ist eines der Ziele von cosnova Beauty für das Jahr 2015. Dazu Christina Oster-Daum: „**Die erfolgreiche Ausweitung unseres essence Sortiments auf drei Meter und CATRICE Sortiments auf zwei Meter bei unseren Handelspartnern im In- und Ausland hat bereits erste positive Abverkaufsergebnisse gezeigt.**

Wichtig war uns, dass wir den zusätzlich gewonnenen Platz in den Verkaufstheken nicht wie in der Branche üblich mit mehrfach platzierten Produkten füllen, sondern weiterhin unserem Anspruch gerecht werden, innovative und einzigartige Produkt-Linien mit Liebe zum Detail zu lancieren und zu etablieren.“ Sie fährt fort: „Wir wollen unabhängig von der zur Verfügung gestellten Fläche nach wie vor beweisen, dass Trends, Innovationen *und* hervorragende Qualität keine Frage des Preises sind.“

Durch **globale Kommunikationsarbeit in den klassischen Medien sowie verstärkt im Social-Media-Bereich, aber auch durch umfangreiche Partnerschaften** konnten Markenbekanntheit und -image der beiden Marken kontinuierlich international auf- und ausgebaut werden. Im Jahr 2014 war essence erneut Partner der MTV European Music Awards und sponserte exklusiv den „Best Look“ Award. CATRICE hingegen war 2014 zum zweiten Mal in Folge offizieller Make-up-Partner des international aufstrebenden Design-Labels Lala Berlin und erstmalig Make-up-Partner bei Nachwuchs-Designer Dawid Tomaszewski bei der Berliner Fashion Week. Mit den 2014 eingegangenen Partnerschaften hat CATRICE einmal mehr gezeigt, dass diese moderne international aufgestellte Kosmetikmarke eng mit dem globalen Fashion-Kosmos verbunden ist.

Positiver Ausblick

Für das Geschäftsjahr 2015 haben sich die Geschäftsführer Christina Oster-Daum, Javier González und Mathias Delor **erneut ein zweistelliges Umsatzwachstum** vorgenommen.



Mathias Delor: „Das ist ein realistisches Ziel, da sich unser nationales und internationales Geschäft weiterhin ausgezeichnet entwickelt und wir im Zuge der Distributionserweiterung und steigender Abverkaufsmengen an bestehenden POS mit wachsendem Volumen rechnen. Um diese logistische Herausforderung für die Zukunft gut zu meistern und weiterhin die zeitnahe Belieferung in die ganze Welt gewährleisten zu können, investieren wir bereits heute in den **Bau eines großen modernen Hochregallagers** mit Platz für 40.000 Paletten, welches Anfang 2016 fertiggestellt werden soll.“

Über cosnova Beauty

cosnova Beauty mit Headquarter in Sulzbach/Deutschland wird von den Geschäftsführern Christina Oster-Daum, Javier González und Mathias Delor geführt. Zum Ende des Geschäftsjahres 2014 beschäftigte cosnova Beauty weltweit über 350 Mitarbeiter.

Die Kosmetikmarke essence wird in mittlerweile fast 80 Ländern und die Kosmetikmarke CATRICE in über 50 Ländern in Europa, Nord- und Südamerika, im Mittleren und Nahen Osten, in Asien, Ozeanien sowie in Afrika vertrieben. Zu den Kunden des Unternehmens zählen Drogeriemärkte, der Lebensmittelhandel, Kauf- und Warenhäuser, Parfümerien sowie Fashion-Ketten.

Februar 2015

* Die *WWD Beauty Inc.* Top-100-Liste führt jährlich die weltweit größten Kosmetikhersteller auf. Die Unternehmen wurden nach ihrem Beauty-Umsatz im Jahr 2013 geordnet. Dabei wird der Umsatz folgender Beauty-Produkte berücksichtigt: Duft, Make-up, Haut-, Körper- und Haarpflege, Sonnenschutz, Deodorants sowie Cellulite- und Rasierprodukte.

** Quelle: Euromonitor 2013 European value data, converted in units by cosnova using average prices from Nielsen/IRI, excluding CIS.

Kontakt:

Petra Schönegger

E-Mail: p.schoenegger@cosnova.com

Director Communication

Telefon: +49 (0) 61 96-7 61 56 1220

Kim Wegener

E-Mail: k.wegener@cosnova.com

Head of Public Relations

Telefon: +49 (0) 61 96-7 61 56 1262

cosnova Beauty . Am Limespark 2 . D-65843 Sulzbach . Fon: +49 (0) 6196-76156-0
Fax: +49 (0) 6196-76156-1299 . info@cosnova.com . www.cosnova.eu
Geschäftsführer: Christina Oster-Daum, Javier González, Mathias Delor