



PRESSEINFORMATION

cosnova Beauty mit rasantem Wachstum in Umsatz und Marktanteilen

Weiter auf Überholspur: Die cosnova Beauty übertrifft deutlich das Planergebnis für das Geschäftsjahr 2010. Mit einem Netto-Umsatz von 133,3 Millionen Euro wurde das Vorjahresergebnis um 46% gesteigert. Darüber hinaus konnten die Marktanteile in Deutschland und im Ausland weiter erhöht sowie neue Märkte in und außerhalb Europas erschlossen werden.

Sulzbach/Taunus. Die im Jahr 2001 gegründete cosnova Beauty konnte im Vergleich zum eher verhaltenen Wachstum des dekorativen Kosmetikmarktes ihr Ergebnis signifikant steigern und damit die Erfolgsstory der letzten Jahre fortschreiben. Die Marke essence konnte 2010 nach AC Nielsen einen Mengen-Marktanteil von 23,7% sowie einen Wertmarktanteil von 9,7% in Deutschland für sich verbuchen und bleibt damit seit 2007 die meistverkaufte Kosmetikmarke. Darüber hinaus erreichte essence im Jahr 2010 die Mengen-Marktführerschaft in der Schweiz, Österreich, den Niederlanden, Irland, Ungarn, Kroatien, Bosnien und Slowenien sowie eine starke Position in mehreren anderen Ländern West- und Osteuropas. Damit konnte essence die Position der meistverkauften Marke im Niedrigpreissegment in Europa weiter ausbauen.

Diese Marktführerschaft weiter zu stärken, ist eines der Ziele von cosnova Beauty in 2011. Dazu Christina Oster-Daum, Inhaberin und Geschäftsführerin von cosnova Beauty: „Die erfolgreiche Listung unserer Marken essence und CATRICE bei der Douglas Holding eröffnet uns seit vergangem Jahr neue Absatzwege, die es nun weiter auszubauen gilt. Gleichzeitig sind wir bestrebt, bei möglichst vielen unserer Handelspartner



das essence Sortiment auf zwei Meter zu erweitern sowie eine Volldistribution für das neue und innovative CATRICE Sortiment zu erhalten.“

Auch Marken-strategisch stehen die Zeichen auf Wachstum: „essence wird die im vergangenen Jahr eingeführte professionelle Nagel-Produktlinie „studio nails“ mit weiteren Innovationen wie „essence better than gel nails“ ausbauen sowie die neue Pflegelinie „my skin“, die mit Frucht- und Pflanzenkombinationen speziell für die junge Haut entwickelt worden ist, launchen. Darüber hinaus werden wir den Relaunch unserer zweiten Marke CATRICE in 2011 vollenden. CATRICE wird mit dem komplett neuen Markenauftritt innovative Impulse und Trends im Kosmetikmarkt setzen“, so Christina Oster-Daum und fährt fort: „Denn wir wollen weiter beweisen, dass Trend, Innovation und hervorragende Qualität keine Frage des Preises ist.“

Zum 10jährigen Jubiläum im Jahr 2011 haben sich die Inhaber und Geschäftsführer Christina Oster-Daum und Javier González darüber hinaus erneut ein zweistelliges Umsatzwachstum vorgenommen. Javier González: „Das ist ein realistisches Ziel. Unser Geschäft in Mittel- und Osteuropa entwickelt sich weiterhin ausgezeichnet. In Südeuropa gehen wir von einer Fortsetzung des rasanten Wachstums von 2010 aus, wo wir eine Umsatzverfünffachung in Italien und eine Umsatzverdopplung in Spanien erreichen konnten. Nach der erfolgreichen Einführung bei ULTA in USA in 2010 wurde der Grundstein für die Ausweitung des Geschäfts auf Nordamerika gelegt. Die bevorstehende Listung von essence bei Shoppers Drug Mart in Kanada im Sommer 2011 ist ein weiterer entscheidender Schritt in Nordamerika. Gleichzeitig werden wir die weitere Entwicklung des europäischen Marktes sowie die Expansion in Nahost, Asien, Lateinamerika und Afrika vorantreiben.“



Mit ihrer Unternehmensphilosophie, die für eine einzigartige Innovations- und Trendkompetenz in Verbindung mit qualitativ hochwertigen Produkten zu absolut günstigen Preisen steht, hat cosnova Beauty im Markt der dekorativen Kosmetik mittlerweile weltweit neue Akzente gesetzt. Die beiden Marken essence und Catrice bieten perfekte Sortimente für trendbewusste Verbraucher, die trotzdem Wert auf hohe Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legen.

Die cosnova Beauty vertreibt aktuell in mehr als 35 Ländern in Europa, Nordamerika, Nahost und Afrika. Die Kosmetikmarken essence und Catrice sind in ca. 14.000 Verkaufsstellen erhältlich, zu den Kunden des Unternehmens zählen Drogeriemärkte, Lebensmittelhandel, Kauf- und Warenhäuser und Parfümerien.

März 2011

Kontakt:

Frau Petra Schönegger
Director Communication

Email: p.schoenegger@cosnova.com
Telefon: +49 (0) 61 96-7 61 56 1220

Frau Kim Werkmeister
Public Relations Manager

Email: k.werkmeister@cosnova.com
Telefon: +49 (0) 61 96-7 61 56 1262