



10.01.2018 - 11:02 Uhr

cosnova Beauty knackt 400-Millionen-Umsatzgrenze / Erfolgsjahr 2017: zweistelliges Wachstum und alle Zeichen auf Digitalisierung



Sulzbach (Taunus) (ots) -

- Querverweis: Die Pressemitteilung als PDF liegt in der digitalen Pressemappe zum Download vor und ist unter <http://www.presseportal.de/pm/129219/3835529> abrufbar -

cosnova Beauty blickt erneut auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück: Auch in 2017 ist das Unternehmen um die vier Geschäftsführer Christina Oster-Daum, Javier González, Mathias Delor und Hilko Prahl zweistellig gewachsen. Erstmals überschreitet cosnova Beauty die 400-Millionen-Umsatzgrenze: Mit einem Netto-Umsatz in Höhe von 424,9 Millionen Euro - nach vorläufigen Zahlen - liegt das inhaber-geführte Unternehmen 15,0 Prozent über dem Vorjahresergebnis.

"Wir sind ausgesprochen zufrieden mit dem Wachstum und der Performance des vergangenen Jahres. Dass wir als immer noch recht junges Unternehmen - unsere erste Marke essence feierte dieses Jahr ihren 15. Geburtstag - und bei der mittlerweile erreichten Umsatzgröße weiterhin jährlich zweistellig wachsen, ist für uns eine große Bestätigung und gleichzeitig starker Antrieb Richtung Zukunft", so Mathias Delor, Geschäftsführer von cosnova Beauty.

Deutschland ist nach wie vor der stärkste Markt des Unternehmens, welches vom Headquarter in Sulzbach aus global über 80 Länder steuert. Mit insgesamt 35,1 Prozent in Menge* erzielte cosnova Beauty im zweiten Jahr in Folge den höchsten Marktanteil in Deutschland.

Neben dem starken nationalen Wachstum expandiert cosnova Beauty auch weiterhin international erfolgreich: "Die Erschließung neuer Märkte trägt einen immensen Beitrag zu unserer Weiterentwicklung und zu unserem Erfolg bei", ergänzt Hilko Prahl, Geschäftsführer cosnova Beauty, im Hinblick auf das internationale Wachstum. "Unser Bruttoumsatz außerhalb des deutschen Kernmarktes ist im letzten Jahr um 18,6 Prozent gewachsen. Folglich haben wir das höchste Wachstum international seit Unternehmensgründung erreicht", so Hilko Prahl. Märkte wie der US-amerikanische sind dabei mit einem erreichten Wachstum um

30 Prozent ein Teil der Erfolgsgeschichte.

DIGITALISIERUNG ALS STRATEGISCHES THEMA IN 2017 UND 2018

Das Thema Digitalisierung war in den letzten Monaten der strategische und unternehmensübergreifende Fokus bei cosnova Beauty. "2017 war für uns das entscheidende Jahr, um die digitale Transformation voranzutreiben. Größte Treiber für uns sind dabei unsere Konsumentinnen und unser Ziel, ihre Wünsche und Bedürfnisse mit digitalen Möglichkeiten und Angeboten noch besser zu erfüllen. Unsere Konsumentinnen sind nahezu über alle Altersgruppen hinweg digital unterwegs; Produkte und Markenwelten, die individuell auf sie zugeschnitten sind, auch online zu erleben, gehört für sie dazu. Umso mehr freuen wir uns, dass 2018 das Jahr wird, in dem wir unsere Produkte markenübergreifend auch online anbieten können", bekräftigt Christina Oster-Daum, Gründerin und Geschäftsführerin von cosnova Beauty.

Im ersten Halbjahr 2018 wird cosnova Beauty nach L.O.V auch den Online Shop für die Marken essence und CATRICE starten und seine Konsumentinnen mit neuen, spannenden Markenerlebnissen überraschen.

"Das Thema Individualisierung von Produkten und die ganz persönliche Beratung spielen dabei eine immer wichtigere Rolle - neben dem Online-Erlebnis wird jedoch auch das Angebot am klassischen POS nach wie vor stark im Fokus stehen", ergänzt Christina Oster-Daum.

DIGITALE TOOLS UND TEAMS

Im Zuge der Digitalisierung wurden 2017 bei cosnova Beauty neue Systeme wie etwa PIM oder eine neue digitale Plattform eingeführt, um in Sachen effektivere Datenpflege sowie Datenverfügbarkeit intern und extern noch besser aufgestellt zu sein.

Auch ein Umdenken im Hinblick auf Strukturen und bessere Zusammenarbeit ist Teil der digitalen Transformation bei cosnova Beauty, wie Christina Oster-Daum berichtet: "Um die Digitalisierung voranzutreiben, möchten wir unsere Mitarbeiter und Partner auf die digitale Reise mitnehmen. Ein eigens dafür geschaffenes interdisziplinäres Team, unsere Digital Unit, arbeitet bereits an vielen spannenden Projekten und hat im kommenden Jahr viel vor."

AUSBLICK

Neben den beiden bereits bestehenden Niederlassungen in New York (USA, 2008) und Mailand (Italien, 2017) nimmt cosnova Beauty 2018 Kurs auf Brasilien. "Der brasilianische Kosmetikmarkt zählt zu den bedeutendsten Märkten weltweit und bietet ein ungemeines Potenzial für unsere Marken. Wir haben cosnova Brasil Cosméticos Ltda in São Paulo, Brasilien, gegründet und freuen uns besonders darauf, 2018 unsere Marke essence zu lancieren", so Javier González, Gründer und Geschäftsführer cosnova Beauty.

Für das Geschäftsjahr 2018 hat sich das cosnova Team vorgenommen, die cosnova Beauty Erfolgsgeschichte weiterzuschreiben und das Jahr mit einem erneut zweistelligen Umsatzwachstum abzuschließen.

* Quelle: Nielsen, KW 1-44 2017

ÜBER COSNOVA BEAUTY

cosnova Beauty mit Headquarter in Sulzbach/Deutschland wird von den Geschäftsführern Christina Oster-Daum, Javier González, Mathias Delor und Hilko Prahl geführt. Zum Ende des Geschäftsjahres 2017 beschäftigte cosnova Beauty weltweit rund 500 Mitarbeiter. Die drei Kosmetikmarken essence, CATRICE und L.O.V werden mittlerweile in über 80 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.

Kontakt:

Eva Kalkuhl
Head of PR & Blogger Relations
e.kalkuhl@cosnova.com
Tel.: +49 6196 76156-1425

Marina Holm
PR & Blogger Relations Manager
m.holm@cosnova.com
Tel.: +49 6196 76156-1414

Medieninhalte



cosnova Beauty Logo. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/129219 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/cosnova GmbH"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100063696/100811029> abgerufen werden.