

PRESSEINFORMATION

COSMOPOLITAN EHRT MIT DEM 24. PRIX DE BEAUTÉ PRODUKTINNOVATIONEN DER KOSMETIKINDUSTRIE

ÜBER 300 GÄSTE FEIERN BEIM „OSCAR DER KOSMETIKBRANCHE“

Hamburg, 16. Februar 2016 – Das Premiummagazin *COSMOPOLITAN* zeichnete am 15. Februar 2016 bereits zum 24. Mal herausragende Produktinnovationen der internationalen Kosmetikindustrie mit dem *Prix de Beauté* aus. Gekürt wurden die Gewinnerprodukte in 16 Kategorien. Wie begehrt die Auszeichnung mit dem *Prix de Beauté*-Diamanten ist, belegt die hohe Anzahl eingereicherter Produkte: In diesem Jahr prüfte und bewertete die hochkarätige Fachjury (Liste im Anhang) rund 500 Produkte von etwa 150 Unternehmen nach Kriterien wie Innovationskraft, Wirksamkeit und Design.

Helma Spieker, Director Strategy & Sales und Mitglied der Geschäftsleitung Bauer Advertising, kennt die Branche seit Jahren und weiß, wie gefragt die Auszeichnung ist: „*COSMOPOLITAN* ist es gelungen, mit dem *Prix de Beauté* ein renommiertes Qualitätssiegel zu etablieren, das für Glaubwürdigkeit und Kompetenz steht. Das positive Marktfeedback belegt, dass dieser Award einer der wichtigsten internationalen Preise für Kosmetikinnovationen ist.“ Die Preisverleihung und das anschließende Galadinner fanden am 15. Februar 2016 im prunkvollen Kurhaus Wiesbaden statt. Nach der Begrüßung der über 300 geladenen Gäste durch Verlegerin Yvonne Bauer, die die Bedeutung von Luxus in der heutigen Zeit und für die Bauer Media Group unterstrich, führte TV-Moderator Jochen Schropp durch den glamourösen Abend. Prominente Unterstützung erhielt er von *COSMOPOLITAN*-Chefredakteurin Anja Delastik sowie *Germany's Next Topmodel*-Gewinnerin Vanessa Fuchs, die die *Prix de Beauté*-Diamanten an die Gewinner überreichte.

Warum *COSMOPOLITAN* für die Werbewirtschaft unverzichtbar ist, erklärt Monika Fendt, Verlagsgeschäftsführerin Bauer Premium: „Als weltweit größte Frauenzeitschrift und immer am Puls der Zeit kennen wir die Themen, Wünsche und Bedürfnisse dieser Premiumzielgruppe ganz genau. Und wir investieren weiter in Premium. Das ermöglicht es uns, innovative und maßgeschneiderte Vermarktungslösungen für Luxusmarken zu entwickeln.“

2/5

Hinweis für Redaktionen:

Impressionen des Abends sowie Informationen, Bilder und Filme zum *Prix de Beauté* finden Sie unter www.prixdebeaute.de. Bildmaterial kann bei Anna Hezel, T +49 40 30 19 10 74, anna.hezel@bauermedia.com angefordert werden.

Über COSMOPOLITAN

COSMOPOLITAN gehört zu den weltweit bekanntesten Premiummarken, erscheint mit 53 Ausgaben in 79 Ländern und ist mit rund 42 Millionen Leserinnen das größte Frauenmagazin der Welt. Auch in Deutschland ist COSMOPOLITAN das größte monatliche Frauenmagazin und erreicht 1,58 Millionen Leserinnen. In der werberelevanten Zielgruppe der Frauen von 14 bis 49 Jahren führt COSMOPOLITAN das Segment mit einer Reichweite von 1,34 Millionen Leserinnen an. fun. fearless. female. – Mit diesem Empowerment Leitsatz unterstützt COSMOPOLITAN ihre Leserinnen in allen Lebensbereichen mit höchster Kompetenz: Job & Karriere, Partnerschaft & Erotik sowie Beauty & Fashion – und das seit knapp 35 Jahren! Die cosmopolitische, moderne und visionäre Leserin ist zwischen 20 und 49 Jahre alt, erfolgreich im Job und finanziell unabhängig. COSMOPOLITAN begeistert mit einer starken Auflagen-Performance.

Über Bauer Premium

Unter der Dachmarke Bauer Premium bündelt die Bauer Media Group ihre sechs Premiummarken COSMOPOLITAN, Hapinez, JOY, Maxi, MYWAY und SHAPE. Inhaltlich unterscheiden sie sich deutlich voneinander und sprechen sehr unterschiedliche Frauen-Zielgruppen an. Für jede Marke gilt derselbe Premiumanspruch bei Produktqualität, Preispositionierung und Zielgruppe. Bauer Premium kennt Premiummärkte, -marken und -zielgruppen wie kein anderes Medienhaus: Auch bei den hochwertigen monatlichen Frauenzeitschriften ist die Bauer Media Group die Nr. 1: Kein Verlag erreicht mehr Frauen in diesem Segment als wir (3,04 Mio., ma Pressemedien 2016 I). Mit diesem Portfolio baut der Verlag die Relevanz bei anspruchsvollen Premium-Frauen-Zielgruppen aus. Bauer Premium ist Teil der Bauer Media Group, einem der erfolgreichsten Medienhäuser weltweit. Mehr als 600 Zeitschriften, über 400 digitale Produkte und über 100 Radio- und TV-Stationen erreichen Millionen Menschen rund um den Globus. Mit ihrer globalen Positionierung unterstreicht die Bauer Media Group ihre Leidenschaft für Menschen und Marken.

3/5

Prix de Beauté: Die Gewinner 2016

Gesichtspflege Damen:

Shiseido – Bio-Performance Glow Revival Serum

Gesichtspflege Anti-Aging Damen:

Estée Lauder – La Mer, The Renewal Oil Gesichtsoil

Gesichtspflege Herren:

Coty Germany – Bottega Veneta Gesichtspflege-Serie

Körperpflege Damen:

Douglas – Home Spa Serie

Dekorative Kosmetik:

Artdeco – Eyebrow Set

Dekorative Foundation:

L'Oréal – Vichy, Dermablend Korrigierendes Kompakt-Crème-Make-Up LSF30

Duft Damen:

BPI – Alaïa

Duft Herren:

LVMH – Dior, Sauvage

Design Damen:

PUIG – Paco Rabanne, Olympéa

Design Herren:

Dunhill – Icon

4/5

Sonnenkosmetik:

Alès Groupe – Lierac, Sunific Premium Serie

Haarpflege:

KAO – John Frida, Frizz Ease Unendliche Geschmeidigkeit Conditioner & Shampoo

Haarstyling:

Henkel – Syoss, Big Sexy Volume Serie

Technical Beauty:

P&G – Braun, Silk-Épil 9 Epilierer

Innovation:

Beiersdorf – In-Dusch Waschcreme & Make-Up Entferner

Green Beauty:

Weleda – Mandel Sensitiv Pflegelotion

5/5

Prix de Beauté: Die Fachjury 2016

Marieke Abt

Redaktionsleitung COSMOPOLITAN.de

Hannelore Auer

Beauty-Expertin

Anja Delastik

Chefredakteurin COSMOPOLITAN

Professor Dr. Ulrike Heinrich

Derma Tronnier Institut für experimentelle Dermatologie der Universität Witten-Herdecke

Dr. med. Wolfgang Niederdorfer

Dermatologe im Haut- und Laserzentrum München

Martin Ruppmann

Geschäftsführer VKE, Verband der Vertriebsfirmen kosmetischer Erzeugnisse

Olaf Schepers

Geschäftsführung Einkauf Parfümerie Douglas Deutschland GmbH

Frank Schnitzler

Inhaber Schnitzler Consulting Düsseldorf

Marie Luise Wenzlawski

Beauty-Chefin COSMOPOLITAN