

PRESSEINFORMATION

COSMOPOLITAN FEIERT MIT DEM PRIX DE BEAUTÉ EIN VIERTELJAHRHUNDERT SCHÖNHEIT

AUSZEICHNUNG DER INNOVATIVSTEN BEAUTY-PRODUKTE MIT DEM „OSCAR DER KOSMETIKINDUSTRIE“ – ERSTMALIG AUCH MIT LESERINNEN-VOTING

Hamburg, 14. Februar 2017 – Die diesjährige Preisverleihung des Prix de Beauté war in vielerlei Hinsicht etwas ganz Besonderes: Das Premiummagazin *COSMOPOLITAN* vergab am 13. Februar die Auszeichnung an herausragende Produktinnovationen der internationalen Kosmetikbranche bereits zum 25. Mal. Somit hatten nicht nur die Gewinner in 14 Kategorien (Liste im Anhang) allen Grund zum Feiern, sondern auch die Gastgeber zelebrierten ein Vierteljahrhundert voller Schönheit. Zum Jubiläum gab es eine Premiere: In fünf der 14 Kategorien entschieden erstmalig die Leserinnen von *COSMOPOLITAN.de*, wer sich mit dem „Oscar der Kosmetikbranche“ in Form eines Diamanten schmücken kann.

Der Prix de Beauté ist mit über 500 eingereichten Produkten so begehrt wie eh und je: „Die hohe Anzahl an innovativen und herausragenden Einreichungen von mehr als 150 internationalen Unternehmen zeigt, dass der Prix de Beauté als renommiertes Qualitätssiegel eine feste Größe in der Branche ist“, sagt Helma Spieker, Mitglied der Geschäftsleitung Bauer Advertising. Robert Sandmann, Verlagsgeschäftsführer Bauer Premium, ergänzt: „Der Diamant steht zu Recht für Glaubwürdigkeit und Kompetenz, denn unsere hochkarätige Fachjury (Liste im Anhang) bewertet die Produkte streng und urteilt über Kriterien wie Innovationskraft, Wirksamkeit und Design.“

Im stilvollen Kurhaus Wiesbaden hießen Verlegerin Yvonne Bauer und Konzerngeschäftsführer Jörg Hausendorf die über 300 geladenen Gäste zur Preisverleihung und dem anschließenden Galadinner willkommen. Gemeinsam mit den anwesenden Entscheidern der Beauty-Branche feierten sie die langjährige und vertrauensvolle Partnerschaft. TV-Moderator Jochen Schropp führte zusammen mit *COSMOPOLITAN*-Chefredakteurin Anja Delastik und weiteren Chefredakteuren der Bauer Premium Magazine durch den glamourösen Abend. Die glücklichen Gewinner erhielten ihren Prix de Beauté-Diamanten von Germany's Next Topmodel-Gewinnerin Kim Hnizdo.

2/5

Hinweis für Redaktionen:

Impressionen des Abends sowie Informationen, Bilder und Filme zum Prix de Beauté können bei Anna Hezel, T +49 40 30 19 10 74, anna.hezel@bauermedia.com angefordert werden. Mehr Informationen hier: <http://www.cosmopolitan.de/prix-de-beaute>

Über COSMOPOLITAN

COSMOPOLITAN ist die weltweit bekannteste Premiummarke, erscheint mit 53 Ausgaben in 79 Ländern und ist mit rund 42 Millionen Leserinnen das größte Frauenmagazin der Welt. Auch in Deutschland ist COSMOPOLITAN die reichweitenstärkste monatliche Medienmarke und erreicht 1,55 Millionen Leserinnen. In der werberelevanten Zielgruppe der Frauen von 14 bis 49 Jahren führt COSMOPOLITAN das Segment mit einer Reichweite von 1,33 Millionen Leserinnen an. Mehr als 1,4 Millionen Unique User erreicht die 360-Grad-Brand über die Digital-Kanäle – von der Webseite über Facebook und Instagram bis hin zu Snapchat und WhatsApp. „Fun.Fearless.Female.“ – Mit diesem redaktionellen USP und Empowerment Leitsatz unterstützt COSMOPOLITAN ihre Leserinnen crossmedial in allen Lebensbereichen: Job & Karriere, Partnerschaft & Erotik sowie Beauty & Fashion! Die cosmopolitische, moderne und selbstbewusste Leserin ist zwischen 20 und 49 Jahre alt, erfolgreich im Job und finanziell unabhängig. COSMOPOLITAN erzielte 2016 einen durchschnittlichen Gesamtverkauf von 247.540 Exemplaren (IVW 1-4 2016).

Über Bauer Premium

Unter der Dachmarke BAUER PREMIUM bündelt die Bauer Media Group ihre sieben Premiummarken COSMOPOLITAN, Happinez, JOY, Maxi, MYWAY, SHAPE und InTouch Style. Inhaltlich unterschiedlich positioniert, sprechen sie die unterschiedlichen Premium-Frauen-Zielgruppen in ihrer ganzen Breite 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 verkauft mehr Exemplare im monatlichen Premiumsegment (1,1 Mio. durchschnittlicher Gesamtverkauf IVW 1-4 2016). Mit diesem Portfolio ist der Verlag die marktführende Größe bei anspruchsvollen Premium-Frauen-Zielgruppen. 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 2017

Fachjury-Voting

Gesichtspflege Damen

LVMH Parfums & Kosmetik/Christian Dior
Capture Totale Dreamskin Cushion

Gesichtspflege Herren

L'Oréal Deutschland/Biotherm
Aquapower Eye De-Puffer

Gesichtspflege Anti-Aging Damen

Clarins GmbH
Multi-Active Jour Toute Peaux

Haarpflege

John Frieda
Brilliant Brunette Deeper Glow Serie

Körperpflege Damen

Kanebo Cosmetics Deutschland GmbH
SENSAI CELLULAR PERFORMANCE
Throat and Bust Lifting Effect

Körperpflege Herren

Coty Germany GmbH, Mainz
Bottega Veneta Pour Homme Essence
Aromatique Seife + Scrub

Sonnenkosmetik

Avène
Eau Thermale Avène Cleanance Sonne SPF 50+

4/5

Technical Beauty

ghd Deutschland GmbH
Platinum Styler

Liebling der Fachjury

Starskin
Masken

Leserinnen-Voting

Dekorative Kosmetik

ARTDECO cosmetic GmbH
3 in 1 Make-up Fixing Spray

Duft Damen

PUIG Deutschland GmbH
La Femme Prada

Duft Herren

Beaute Prestige International GmbH
Zadig&Voltaire THIS IS HIM!

Haarstyling

Estée Lauder Companies/Aveda
Shampure Dry Shampoo

Produktdesign

NOBILIS GROUP GmbH
Moschino Fresh Couture

5/5

Prix de Beauté: Die Fachjury 2017

Anja Delastik

Chefredakteurin COSMOPOLITAN

Marieke Abt

Managing Editor COSMOPOLITAN.de

Marie-Luise Wenzlawski

Beauty Leitung COSMOPOLITAN

Caroline Prenzler

Parfümerie Wilhelm Liebe GmbH & Co. KG

Beauty Alliance

Lutz Herrmann

Lutz Herrmann Design GmbH & Co. KG

Professor Dr. Ulrike Heinrich

DermaTronnier GmbH & Co. KG

Institut für experimentelle Dermatologie an der Universität Witten/Herdecke

Professor Dr. med. Martina Kerscher

Studiengang Kosmetik und Körperpflege Universität Hamburg

Jens Peuckert

Marketing Direktor Parfümerie Douglas GmbH

Dr. med Wolfgang Niederdorfer

Dermatologe

Martin Ruppman

Geschäftsführer VKE - Verband der Vertriebsfirmen Kosmetischer Erzeugnisse e. V.

Frank J. Schnitzler

Geschäftsführer Schnitzler Consulting