



Pressenews

Das Unternehmen hinter den Marken essence und Catrice stellt sich vor

Internationaler Player mit Wurzeln im Taunus: cosnova startet erste große Employer Branding-Kampagne

Sulzbach/Frankfurt am Main, 11. März 2025 – Die cosnova GmbH, das Familienunternehmen hinter den Marken essence und Catrice, startet ab Mitte März 2025 seine erste Employer Branding-Kampagne. In einer umfangreichen Out-of-Home (OOH), Online- und Social Media-Präsenz zeigt cosnova seine starke Haltung zu Themen wie dem Umgang mit Inhaltsstoffen und demonstriert seine Innovationskraft als international agierendes Unternehmen mit mehr als 900 Mitarbeitenden weltweit. Das Unternehmen mit Sitz in Sulzbach/Taunus in der Nähe von Frankfurt am Main will damit vor allem im Rhein-Main-Gebiet für neue Talente sichtbar werden.

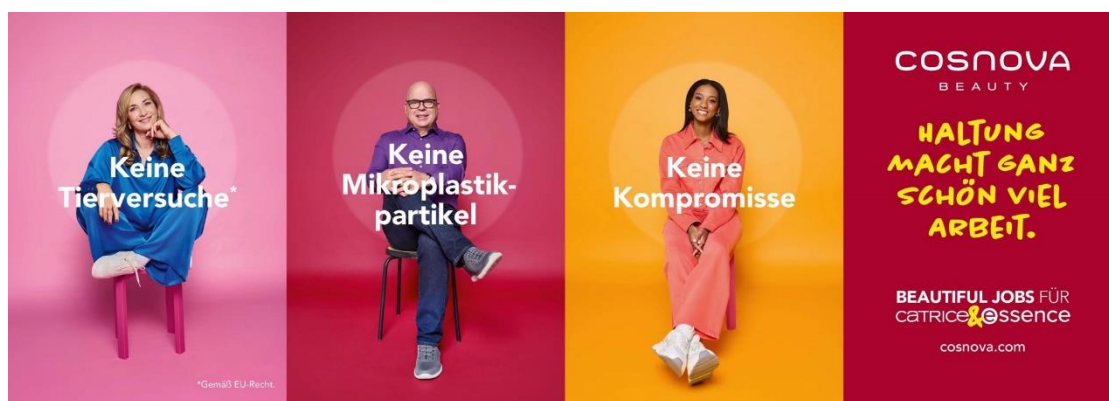
Die Kampagne wird ab Mitte März 2025 prominent im öffentlichen Raum zu sehen sein: Auf Plakatwänden, Litfaßsäulen, Bussen und City-Light-Postern setzen aufmerksamkeitsstarke Motive cosnova und seine Mitarbeitenden in Szene. Zusätzlich wird die Kampagne einen starken Online- und Social Media-Schwerpunkt haben. Entwickelt wurde die Kampagne in Zusammenarbeit mit der Kreativagentur Butter.People und der Agentur für Mediaplanung Zanatta. Die zweite Kampagnenphase folgt im September 2025.

Bühne für cosnova als Arbeitgeber

Die verschiedenen Motive zeigen Mitarbeitende von cosnova aus unterschiedlichen Berufsgruppen und Altersklassen. Mit augenzwinkernden Slogans wie „Oberflächlichkeit in der Kosmetikbranche? Kannst du dich abschminken!“, „Was wir mit Mikroplastikpartikeln machen? Gar nix mehr!“ oder „Sulzbach hat zwei Bäcker – und einen global Player!“ unterstreicht cosnova seine Haltung zu relevanten Themen und positioniert sich als eines der weltweit größten Unternehmen für dekorative Kosmetik mit Wurzeln im Taunus. Die Kampagne greift dabei die Unternehmensfarben auf und rückt die Menschen hinter cosnova ins Rampenlicht.



„Viele Menschen kennen essence und Catrice, aber nur wenige wissen, wer eigentlich hinter diesen Marken steckt. Wir sind ein global agierendes Unternehmen mit einer Markenpräsenz in über 90 Ländern und Sitz im beschaulichen Sulzbach - und genau das möchten wir mit unserer Kampagne sichtbar machen“, sagt Johanna zu Knyphausen, Team Lead Corporate Communications bei cosnova. „Unsere Arbeitskultur ist kreativ, innovativ und bunt - genau das spiegelt sich auch in unserer ersten Employer Branding-Kampagne wider.“



Bildunterschrift: In einer umfangreichen Out-of-Home, Online- und Social Media-Präsenz zeigt cosnova seine starke Haltung zu Themen wie dem Umgang mit Inhaltsstoffen und demonstriert seine Innovationskraft als international agierendes Unternehmen mit mehr als 900 Mitarbeitenden weltweit. Quelle: cosnova



PRESSEKONTAKT COSNOVA

Johanna zu Knyphausen
Team Lead Corporate Communications
j.knyphausen@cosnova.com
Tel.: +49 (0)6196 / 76156-1269

Madeleine Stephan
Senior Corporate Communications Manager
m.stephan@cosnova.com
Tel.: +49 (0)6196 / 76156-1268

Über cosnova Beauty

cosnova Beauty hat ihren Hauptsitz in Deutschland und vertreibt die dekorativen Kosmetikmarken essence und Catrice in rund 90 Ländern weltweit. 2024 hat das Familienunternehmen einen Nettoumsatz von 954 Mio. Euro erzielt. cosnova ist das sechstgrößte Unternehmen für „Dekorative Kosmetik“ weltweit und das zweitgrößte nach Stückzahlen.

Parallel zum Beautybereich investiert die cosnova-Gruppe in eine Vielzahl von Unternehmen und Vermögenswerten zur Nutzung von Synergien im Beautybereich sowie in Form von eigenständigen Investitionen. Seit der Gründung vor mehr als 20 Jahren ist cosnova stark gewachsen: Rund 900 Mitarbeitende an verschiedenen Standorten rund um die Welt engagieren sich für die Erfolgsgeschichte des Unternehmens.