



## **Yvonne Wutzler und Thorsten Mühl als "CMO of the Year" 2025 ausgezeichnet**

**Sulzbach/München, 15. Oktober 2025** – Die Jury des „CMO of the Year“ Councils hat Yvonne Wutzler, Chief Brand Officer Catrice & cosnova und Thorsten Mühl, Chief Digital Marketing Officer, zu den CMO of the Year 2025 ernannt. Die Auszeichnung des Marketingfachmagazins HORIZONT gilt als eine der renommiertesten Ehrungen für herausragende Marketingleistungen im deutschsprachigen Raum.

Wutzler und Mühl wurden für ihre klare Social-Media-Orientierung, ihre kreativen Content-Strategien und den Einsatz innovativer Kanäle ausgezeichnet. Mit diesen Ansätzen trugen sie maßgeblich dazu bei, essence und Catrice international als erfolgreiche „Love Brands“ zu etablieren. Im Geschäftsjahr 2024 erzielte cosnova einen Umsatzrekord von 954 Millionen Euro, ein Plus von 17 Prozent.

Heute ist essence die meistverkaufte Kosmetikmarke Europas und zählt zugleich zu den führenden Beauty-Marken auf Social Media – der TikTok-Kanal rangiert unter den Top 5 weltweit. Im eigenen Content-Studio produziert cosnova jährlich tausende Inhalte, die täglich Millionen Konsument\*innen erreichen. Die eigene Community mit rund 3,5 Millionen Follower:innen unterstützt darüber hinaus die schnelle Einführung relevanter Produktneuheiten.

„Es ist eine große Ehre, gemeinsam mit meinem Kollegen Thorsten diesen Preis entgegenzunehmen. Für mich ist es vor allem eine Anerkennung für die Leidenschaft und Kreativität unseres gesamten Teams, das mit Mut und Innovationskraft tagtäglich daran arbeitet, durch essence und Catrice Schönheit für alle zugänglich zu machen. Wir haben in den letzten Jahren gezeigt, dass man mit Nähe zur Community, authentischen Inhalten und einer klaren Product-first-Orientierung auch in einem herausfordernden Marktumfeld wachsen und Millionen Konsument:innen weltweit inspirieren kann“, so Yvonne Wutzler.

Thorsten Mühl ergänzt: „Es ist eine unglaublich große Freude, diesen Preis gemeinsam mit Yvonne gewinnen zu dürfen und vor allem eine Anerkennung für unsere gemeinsame Vision und das außergewöhnliche Team, das uns trägt. Wir gestalten Marketing social- und community-first, wir wollen das Content Game noch besser spielen, um dadurch noch näher an der *culture* zu sein. Aber wir sind auch ambitioniert, was die technologischen Innovationen rund um AI angeht. Genau dieses Zusammenspiel macht cosnova aus – und für mich ist es vor allem Ausdruck von großer Dankbarkeit und Verpflichtung gegenüber unseren Teams.“

Mit ihrer „TikTok- und Social Entertainment First“-Strategie haben Wutzler und Mühl eine Marketingausrichtung etabliert, die Konsument\*innen in den Mittelpunkt stellt und so Content, Preisgestaltung und Community-Nähe konsequent miteinander verbindet. Ergänzt wird der Ansatz durch innovative Formate, wie etwa essence als erste Beauty-Marke auf der gamescom, die Präsenz auf Plattformen wie Roblox und Twitch sowie den Einsatz generativer KI.

### **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.