

essence gewinnt mit CROSSMEDIA den German Brand Award 2018

Die Jahreskampagne zum 15-jährigen Jubiläum der Marke erhält „Gold“ bei der Preisverleihung

Düsseldorf, 22.06 2018: essence kommt aus dem Feiern gar nicht mehr heraus: Nachdem schon das Jubiläumsjahr 2017 mit der Kampagne „Celebrate Life in Pink“ so erfolgreich war, sichert die Kosmetikmarke sich nun zusammen mit der betreuenden Mediaberatungsagentur Crossmedia den German Brand Award in der Kategorie Industry Excellence in Branding – Beauty & Care. Mit „Gold“ ausgezeichnet wurde die Marke für ihre hohe Zielgruppenrelevanz und ihren innovativen Markenauftritt, der zum 15-jährigen Bestehen mit einer 360-Grad-Kampagne inszeniert wurde.

Mit einem bewusst niedrigen Preisniveau richtet sich die Marke essence an eine sehr junge Zielgruppe. Diese stand daher auch im Fokus der Kampagne, mit der 2017 nicht nur das Jubiläum, sondern auch der Spirit der Marke gefeiert wurde. Ein Highlight war der „Maker Shop“, der es den Fans der Marke etwa ermöglichte, ihren eigenen Lipgloss mit selbst ausgewählter Farbe, Finish und Spezialeffekten wie Glitzer, Duft und individueller Verpackung zu kreieren. Für Aufsehen in der jungen Zielgruppe sorgte auch der von Lukas Rieger speziell für essence eingesungene Geburtstagsong „Side by Side“ und der in einer Influencer-Kooperation von BibisBeautyPalace verlorete Dance-Workshop mit dem international bekannten Star-Choreographen Hamza Haimami.

Die unabhängige und inhabergeführte Agentur Crossmedia war für die gesamte Mediaplanung verantwortlich. Eine hohe Zielgruppenaffinität stand im Fokus der 360-Grad-Kampagne, deren Phasen über alle Touchpoints hinweg inszeniert wurden: Dazu gehörte u. a. ein „Thank You!“-Film, der in Verbindung mit den Blockbustern „Fack Ju Göhte 3“ und „Bad Moms 3“ im Kino lief, sowie der Auftritt der Marke auf der Beauty-Messe „Glow“. Alle Steps der Jahreskampagne wurden zielgruppengerecht in zahlreichen digitalen Kanälen begleitet. Crossmedia freut sich, dass die Kampagne nicht nur die Zielgruppe, sondern auch die Jury des German Brand Award begeistern konnte: „Wir sind auf die besondere Zusammenarbeit mit essence stolz und glücklich, dass wir zu dem Markenerfolg mit beitragen konnten. Für zukünftige Kampagnen haben wir schon viele neue Ideen parat“, so Georg Tiemann, geschäftsführender Gesellschafter bei Crossmedia. 2018 setzen essence und Crossmedia ihre Zusammenarbeit fort: Die „Glitter Gang“ ist bereits unterwegs und heizt die partybegeisterten Fans der jungen Marke ein.

Über essence

Die Marke essence wurde 2002 im Wohnzimmer von Firmengründerin Christina Oster-Daum gegründet. Seitdem überzeugt die Kosmetikmarke Beauty-Fans

durch innovative und qualitativ hochwertige Produkte zu kleinen Preisen. Aktuelle Trends werden von einem eigenen Innovationsteam aufgespürt und in relevante Produkte übersetzt. 2017 war essence mit dem größten Mengenmarktanteil auf dem deutschen Kosmetikmarkt die Kosmetikmarke Nummer 1. Das Unternehmen spricht sich klar gegen Tierversuche aus.

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 400 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit sieben Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessensneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Zum Kundenportfolio gehören neben essence u. a. Aktion Mensch, DER SPIEGEL, DPD, Fressnapf, LIDL, Messe Berlin, Messe Düsseldorf oder Tamaris.

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Nicole Weschke | Rania Ladwig
Hildebrandtstraße 24 A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.434
mobil: 0178.8151757
ladwig@crossmedia.de

Kundenkontakt

cosnova GmbH
Nicole Reichl
Am Limespark 2
65843 Sulzbach
fon: 06196.76156.1248
mobil: 0160 9696 1671
n.reichl@cosnova.com