



**Erschienen auf:** [www.firmenpresse.de](http://www.firmenpresse.de)

**Erschienen am:** 07.01.2010

**Link:** <http://www.firmenpresse.de/pressinfo150236.html>

## **HORMOCENTA Kosmetik: Relaunch unter neuem Lizenznehmer**

**Pressemitteilung von:** *be: public relations GmbH*

Zum 01.01.2010 wechselt der Lizenznehmer. Ab sofort ist die HORMOCENTA Kosmetik GmbH mit Sitz in Hamburg und Berlin für die Schönheit reiferer Haut zuständig. Pünktlich zum Jahreswechsel bringt die HORMOCENTA Kosmetik GmbH eine neue Pflegelinie auf den Markt. Diese verbindet bewährte Inhaltsstoffe wie Vitamin A und E, Provitamin B5 und wertvolle pflanzliche Ölen mit einem neuen Pflanzen-Wirkstoff-Komplex aus Rotklee, Traubensilberkerze, Isoflavonen und weiteren bioaktiven Pflanzenstoffen.

Hamburg, Januar 2010. Die Traditionsmarke HORMOCENTA startet schwungvoll in das Jahr 2010. Die HORMOCENTA Kosmetik GmbH mit Sitz in Hamburg und Berlin ist seit dem 01.01.2010 exklusiv verantwortlich für die weltweite Markenführung und löst die Böttger GmbH als bisherigen Lizenznehmer ab. 2008 gegründet, hat das Unternehmen den Marken- und Produktauftritt überarbeitet, die Rezepturen verbessert und die Produktpalette ergänzt. Das Ergebnis: Eine moderne Pflegelinie, die bewährte Inhaltsstoffe mit einem neuen Pflanzen-Wirkstoff-Komplex verbindet.

Der Name HORMOCENTA und die HORMOCENTA-Schönheitspflege blicken auf eine lange Tradition zurück. Generationen von Frauen haben dieser Marke vertraut und ihre Schönheit mit HORMOCENTA-Produkten bewahrt. Ursprünglich gedacht für die Pflege der Haut jeden Alters, hat sich HORMOCENTA im Laufe der Jahre zum Spezialisten für die Bedürfnisse der reiferen Haut entwickelt. Die Produktpalette besteht derzeit aus Tages- und Nachtcreme, einer 24-Stunden-Creme sowie einer Spezialcreme für die besonders trockene Haut. Reinigungsmilch und Gesichtswasser sowie eine neue kombinierte Augen- und Lippenkonturcreme runden das Sortiment ab.

Markeninhaber Gerhard Haseloff ist überzeugt, mit Dr. Reimer Hintzpeter und Andreas Zinkhan die passenden Partner für eine langfristige Zusammenarbeit gefunden zu haben. Die beiden verantwortlichen Geschäftsführer der HORMOCENTA Kosmetik GmbH sind seit Jahren in unterschiedlichen Geschäftsfeldern und im Bereich der Markenentwicklung erfolgreich. Erklärte Ziele der beiden Unternehmer: Der langfristige, konsequente Ausbau der Marke und die nachhaltige Positionierung im Segment „Best Ager“, dem Wachstumsmarkt der kommenden Jahre.

Hintzpeters und Zinkhans Strategie: „In die Kommunikation werden wir signifikant investieren. Mit neuen, zielgruppenorientierten Marketingkonzepten für Konsumenten und Handelspartner, passgenauen Kooperationen sowie einem insgesamt neuen, werblichen Auftritt wollen wir HORMOCENTA-Verwenderinnen stärker an die Marke binden und neue Kundinnen gewinnen. Die typischen Bedürfnisse reiferer Frauen sollen dabei eine zentrale Rolle spielen.“