



Hamburg, 29. Oktober 2018

## **„fashion connect“: bonprix definiert Shopping-Erlebnis neu und kündigt Pilot Store in Hamburger Innenstadt an**

**Konsequent Kundinnen-zentriert, digital und lernfähig: Diese Maximen gelten für ein neuartiges Store-Konzept von bonprix, das in der Hamburger Mönckebergstraße umgesetzt wird. Unter dem Motto „fashion connect“ verbindet das international erfolgreiche Modeunternehmen der Otto Group die Vorzüge des stationären Handels mit denen des Onlineshoppings und inszeniert aktuelle Modetrends auf besondere Weise – all das unter Einbindung intuitiver Technologien. Die Eröffnung des innovativen Fashion Stores ist für das erste Quartal 2019 geplant.**

Als einer der umsatzstärksten Onlineshops Deutschlands bringt bonprix seine E-Commerce-Expertise mit einem neuen Pilotkonzept auf die Ladenfläche. Nach einer rund zweijährigen Konzeptions- und Testphase in Kollaboration mit der Otto Group erfolgt aktuell die Umsetzung in 1A-Lage in der Mönckebergstraße 11 in Hamburg.

bonprix setzt mit „fashion connect“ auf einen digital unterstützten Einkaufsprozess, der die Konsumentenbedürfnisse konsequent in den Fokus rückt: „Wir führen unsere Kundin komplett App-assistiert durch alle Stationen ihres Store-Besuchs. So soll ein einzigartiges Shopping-Erlebnis entstehen, das für sie inspirierend und besonders komfortabel ist“, verrät Rien Jansen, Geschäftsführer bei der bonprix Handelsgesellschaft für die Bereiche Einkauf, Marketing und Retail.

Gleichzeitig ist der Pilot Store nicht nur Markenflaggschiff, sondern auch experimentelles Shopping Lab: „Wir haben keinesfalls den Anspruch, eine feststehende Idee zu präsentieren. Im Gegenteil: Wir werden immer wieder neue Trends einfließen lassen und Technologien testen, um daraus zu lernen und den Store weiterzuentwickeln“, ergänzt Daniel Füchtenschnieder, der als Geschäftsführer der bonprix Retail GmbH für die Entwicklung und Realisierung des Store-Konzepts verantwortlich ist.

Im Piloten wird erstmalig auch ein weiterentwickeltes, digital-optimiertes Corporate Design von bonprix eingesetzt. Der neue Look beinhaltet unter anderem eine behutsame Evolution des Marken-Logos und wird im kommenden Jahr sukzessive in allen bonprix-Kanälen international ausgerollt.

Weitere Details zu Konzept und Store werden Anfang des nächsten Jahres vorgestellt.

## **Über bonprix**

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kunden in 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute über 3.000 Mitarbeiter weltweit. Im Geschäftsjahr 2017/2018 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1.56 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kunden Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder in einem der Fashion Stores. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit mehr als 80 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört [www.bonprix.de](http://www.bonprix.de) zu den zehn umsatzstärksten Onlineshops\*. Mit den Eigenmarken bpc, bpc selection, BODYFLIRT, RAINBOW und John Baner vertreibt bonprix ausschließlich eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Sortiment umfasst Damen-, Herren- und Kindermode, Accessoires, Heimtextilien und Wohnartikel.

*\*Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2018“ von EHI Retail Institute/Statista*

## **Pressekontakt**

Katharina Schlensker  
Leiterin Externe Unternehmenskommunikation  
bonprix Handelsgesellschaft mbH  
Tel.: +49 (0)40 / 64 62-2070  
E-Mail: [katharina.schlensker@bonprix.net](mailto:katharina.schlensker@bonprix.net)  
<https://www.bonprix.de/corporate/presse/>