



Pressemitteilung

Hamburg, 18. September 2020

„fashion connect“ Storekonzept von bonprix gewinnt „World Retail Award“

Der „fashion connect“ Store von bonprix wurde gestern Nachmittag im Rahmen des „World Retail Congress“ mit einem der international angesehenen „World Retail Awards“ ausgezeichnet. Das Unternehmen erreichte gleich zwei Nominierungen und konnte sich einen Preis in der Kategorie „Best Customer Experience Initiative – Retailer“ sichern. Die renommierte internationale Jury überzeugte vor allem der Innovationscharakter und die Zukunftsfähigkeit des digital assistierten und lernfähigen Konzeptes, das die Online- und Offlinewelt für seine Kund*innen zu einem einzigartigen Shopperlebnis verschmilzt.

„Wir freuen uns sehr über die internationale Anerkennung, die wir mit diesem Preis erfahren. In den anderthalb Jahren nach der Eröffnung des Stores haben wir viel dazugelernt und sind weiter im permanenten Austausch mit unseren Partnern, Experten, Mitbewerbern und natürlich unseren Kund*innen. Diese Bestätigung auch auf internationaler Ebene zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind, die Zukunft des modernen Retail mitzugestalten. Dafür möchte ich dem gesamten „fashion connect“ Team danken,“ sagt Rien Jansen, Geschäftsführer der bonprix Handelsgesellschaft und zuständig für die Bereiche Einkauf, Marketing und Retail. Er nimmt auch Bezug auf die besondere Situation, mit der sich der stationäre Handel im Zuge der Corona-Pandemie konfrontiert sieht: „Für uns ist es in dieser Zeit besonders wichtig, unseren Kund*innen ein sicheres, kontaktarmes und entspanntes Einkaufserlebnis zu bieten. Das können wir mit unserem Storekonzept gewährleisten.“

Der innovative „fashion connect“ Store von bonprix war im Februar 2019 nach über zweijähriger Entwicklungszeit gemeinsam mit einem interdisziplinären Team aus bonprix Experten, Otto Group Spezialisten und externen Partnern – darunter u. a. dan pearlman, dgroup, Vizona, Mieloo & Alexander, apploft, GK Software und SAP – in zentraler Lage in der Hamburger Innenstadt an den Start gegangen. Ziel ist es, den Kund*innen ein neu- und einzigartiges Shopperlebnis zu bieten, das die klassischen Schwachstellen des Stationärhandels durch digitale Unterstützung minimiert und kontinuierlich weiterentwickelt wird. Anstatt voller Regale und langer Schlangen an Anprobe und Kasse erwartet die Besucher*innen eine voll assistierte Shoppingtour per bonprix App. Mit dem eigenen Smartphone können die im Laden gezeigten Produkte gescannt, zur sofortigen Anprobe in die Kabine bestellt und über den Easy Checkout gekauft werden.

Erst im Januar dieses Jahres wurde „fashion connect“ mit einem Sonderpreis im Rahmen des 16. Deutschen Handelsimmobilienkongresses zum „Store of the Year“ gekürt. Nun konnte das Konzept auch auf internationaler Ebene überzeugen und wurde neben renommierten Marken gleich zwei Mal auf die Shortlists der „World Retail Awards“ gewählt: neben der Gewinner-Kategorie „Best Customer Experience Initiative – Retailer“ auch in der Kategorie „Outstanding Store-Design < 1.200 sqm“.

Konzeptverantwortlicher und Head of Retail bei der bonprix Handelsgesellschaft, Daniel Füchtenschneider, ist überzeugt, dass der Einsatz von moderner Technologie der Schlüssel zu einer ganz neuen Form des Kund*innenservices ist: „In diesem Jahr haben wir uns auf die weitere Verbesserung der Customer Journey konzentriert. Durch das wichtige Feedback unserer Kund*innen konnten wir einige Bereiche des Stores anpassen, beispielsweise durch neue Features für die Kabinendisplays und die Einführung von sogenannten Endless-Aisle-Elementen, über die im Sinne eines verlängerten Warenregals aus dem Store heraus weitere Produkte aus dem bonprix Onlineshop bestellt werden können. Wir werden weiter arbeiten und lernen, um unsere Vision des komplett digital vernetzten Shopperlebnisses Wirklichkeit werden zu lassen. Ein wichtiges zukünftiges Ziel ist die nahtlose Integration des gesamten Online-Sortiments in die Customer Journey im Store.“

Die „World Retail Awards“ werden seit über 10 Jahren im Rahmen des „World Retail Congress“ verliehen, der jährlich führende Köpfe aus Handel, Wirtschaft und Industrie zusammenbringt. Highlight des Kongresses ist die Auszeichnung mit den „World Retail Awards“ in neun Kategorien (2020). Eine Jury aus namhaften, internationalen Experten kürt aus den Finalisten jeder Kategorie jeweils einen Gewinner. 2020 wurden der Kongress sowie die Preisverleihung aufgrund der Corona-Pandemie virtuell abgehalten.

Weiterführende Links:

<https://fashion-connect.store/>

<https://www.worldretailawards.com>

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kund*innen in 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 4.000 Mitarbeiter*innen weltweit. Im Geschäftsjahr 2019/2020 (29. Februar 2020) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1,74 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kund*innen Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder im fashion connect Store in Hamburg. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit über 85 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zehn umsatzstärksten Onlineshops und ist im Bereich Fashion die Nummer 2.* 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 sowie Home- und Living-Produkte.

**Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2019“ von EHI Retail Institute/Statista*

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH

Katharina Schlensker: +49 (0)40 / 64 62-2070

Marleen Kort: +49 (0)40 / 64 62-4053

E-Mail: corporate@bonprix.net

Presseportal: <https://www.bonprix.de/corporate/presse/>