

## Pressemitteilung

Hamburg, 26. Oktober 2023

### **bonprix Halbjahresbilanz: Positiver Trend in Deutschland bei insgesamt gebremster Umsatzentwicklung**

**Im ersten Geschäftshalbjahr 2023/24 bestimmten schwierige wirtschaftliche Rahmenbedingungen und eine anhaltende Konsumzurückhaltung der Verbraucher\*innen das internationale Geschäft von bonprix. Dies führte für das Unternehmen auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> insgesamt zu einem Umsatzrückgang von acht Prozent gegenüber dem Vorjahr bei positiver Rendite (EBIT-Marge). Indes konnte bonprix im Heimat- und Kernmarkt Deutschland gegen den aktuellen Markttrend eine positive Entwicklung verzeichnen und mit einem Umsatzzuwachs von vier Prozent gegenüber dem Vorjahr abschließen.**

Das herausfordernde makroökonomische Umfeld drückt sich in der Halbjahresbilanz 2023/24 von [bonprix](#) in einem heterogenen Gesamtbild aus. Mehrere Märkte des Modeunternehmens haben an Umsatz eingebüßt, während einige sich stabil halten oder Umsatzsteigerungen verzeichnen konnten. „In vielen Ländern spüren wir bei unseren Kund\*innen weiter krisen- und inflationsbedingt eine Preissensibilität und Kaufzurückhaltung. Umso erfreulicher ist die Entwicklung in unserem anspruchsvollen Kernmarkt Deutschland, wo wir uns mit einem vierprozentigen Plus gegenüber dem Vorjahr gegen den hiesigen rückläufigen Markttrend behaupten konnten. Hier hat sich unsere angepasste Markt- und Angebotsstrategie besonders ausgezahlt“, resümiert Dr. Kai Heck, für den Finanzbereich verantwortlicher Geschäftsführer bei bonprix die Geschäftsentwicklung.

#### **Länderentwicklung**

In der Gesamtbetrachtung der bonprix-Märkte zeigen sich in der ersten Geschäftsjahreshälfte 2023/24 unterschiedliche Dynamiken.

Eine stabile Performance mit Zuwächsen im niedrigen einstelligen Bereich lieferten die DACH-Länder Schweiz und Österreich. Deutschland als größter Markt erzielte ein Umsatzplus von 4 Prozent zum Vorjahr.

Schwierige wirtschaftliche Rahmenbedingungen beeinflussten vor allem die Entwicklung in einigen osteuropäischen Märkten, aber auch in Frankreich und Italien. Die gesunkene Ausgabebereitschaft führte zu einem Rückgang der Umsätze im jeweils ein- bis zweistelligen Bereich. Einige europäische Länder konnten sich auf niedriger Umsatzbasis positiv weiterentwickeln, darunter Slowenien und Finnland.

---

<sup>1</sup> Ohne Russlandgeschäft. Die Sonderbelastungen durch den Rückzug aus dem russischen Markt bewirken eine weitere Umsatzminderung um zwei Prozentpunkte (Umsatzrückgang inklusive Sonderbelastungen entsprechend = zehn Prozent).

Besonders herausfordernd bleiben die Bedingungen im sehr wettbewerbsintensiven US-amerikanischen Markt für die Marke VENUS, die sich in einem zweistelligen Umsatzrückgang manifestieren. Die eingeleitete digitale Transformation wird hier weiter forciert, um im laufenden Geschäft ihre Kraft zu entfalten.

## **Strategischer Fokus auf Digitalisierung und Produkt**

Mit der Konzentration auf strategische Digitalisierungsthemen investiert bonprix weiter in die Zukunftsfähigkeit seines Geschäftsmodells und setzt neben der Zentralisierung von Prozessen in den europäischen Märkten zudem einen besonderen Fokus auf das Produkt und die Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette. So soll unter anderem ein rein virtuelles 3D-Produktdesign bis 2025 fast vollständig ohne physische Produktsamples auskommen. Durch die so erzielte Flexibilität und Materialreduktion wird die Produktentwicklung insgesamt schneller, kosteneffizienter und nachhaltiger. Grundsätzlich will sich das Unternehmen mit dem Einsatz neuer Technologien und KI-Lösungen in allen Bereichen vom Sourcing über das Design bis hin zum Verkauf in die Lage versetzen, die Bedürfnisse seiner internationalen Kund\*innen optimal zu erfüllen.

## **Ausblick**

Auch im laufenden zweiten Geschäftshalbjahr 2023/24 bleibt das Marktumfeld herausfordernd. Zudem hatte der ungewöhnlich warme September eine geringere Nachfrage saisonaktueller Bekleidung zur Folge. Dr. Richard Gottwald, Vorsitzender der Geschäftsführung bei bonprix und verantwortlich für den internationalen Vertrieb, ist mit Blick auf die nächsten Monate dennoch zuversichtlich: „Die Situation für den Online-Modehandel ist weiterhin angespannt, aber wir agieren mit unserem Geschäftsmodell auf einer äußerst soliden Basis. Ich bin daher überzeugt, dass wir durch eine flexible und sehr auf Effizienz bedachte Steuerung unserer internationalen Märkte trotz dieser krisenhaften Zeit positive Entwicklungen verzeichnen werden.“

## **Über bonprix**

bonprix ist ein international erfolgreiches Mode- und E-Commerce-Unternehmen. 1986 als Katalog-Versandhändler in Hamburg gegründet, beschäftigt bonprix heute etwa 2.900 Mitarbeitende weltweit. Mehr als 16 Millionen aktive Kund\*innen in über 25 Ländern shoppen vor allem in den bonprix Webshops und Apps Kleidung und Accessoires für Damen, Herren und Kinder sowie Home- und Living-Produkte. Als vertikale Fashion Brand vertreibt bonprix ausschließliche eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Im Geschäftsjahr 2022/2023 (28. Februar 2023) erwirtschaftete die bonprix Gruppe einen Umsatz von 1,76 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen in der Otto Group. In Deutschland gehört [www.bonprix.de](http://www.bonprix.de) zu den größten Onlineshops und ist auf Platz 4 der Onlineshops mit dem Hauptproduktsegment Mode.\*

*\*Quelle: Ranking umsatzstärkste Onlineshops „E-Commerce-Markt Deutschland 2023“ von EHI Retail Institute/ecommerceDB*

## **Logo- und Bildmaterial**

Unter [www.bonprix.de/corporate/presse](http://www.bonprix.de/corporate/presse) und auf Anfrage (Copyright: bonprix)

## Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH

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

Jan Starke: +49 (0)40 / 64 62-6010

E-Mail: [corporate@bonprix.net](mailto:corporate@bonprix.net)

Presseportal: [www.bonprix.de/corporate/presse](http://www.bonprix.de/corporate/presse)