

Pressemitteilung**Hamburg, 21. November 2023****OTTO und bonprix machen Mediaplus zur neuen Media-Agentur****Zusammenarbeit startet ab März 2024**

Nach einem intensiven Auswahlprozess setzt sich die Münchener Agentur Mediaplus zusammen mit ihrem Hamburger Standort gegen zehn Mitstreiter durch. Strategisches Ziel der Zusammenarbeit: OTTO und bonprix noch stärker in den Relevant Sets der Zielgruppen zu verankern.

Jan-Philipp Wachsmuth, Division Manager Marketing Channels & Products bei OTTO, sagt: „Mit Mediaplus haben wir einen starken Agentur-Partner für die aktuellen Herausforderungen der Media-Landschaft gefunden. Das Team hat strategisch, konzeptionell und auch menschlich auf ganzer Linie überzeugt.“ In den vergangenen Jahren hat OTTO sein Geschäftsmodell verändert und das Unternehmen vom Händler zur Plattform mit Marktplatzpartnern und eigenen Werbeservices transformiert. Mit diesen Veränderungen begründet Onlinemarketing-Chef Wachsmuth auch die Agentur-Ausschreibung: „Wir brauchen heute integrierte Mediakonzepte für eine immer stärker fragmentierte Mediennutzung. Diese Aufgabe hat Mediaplus im Pitch-Prozess erkannt und immer wieder in den Konzepten adressiert.“

Ziel der Zusammenarbeit von OTTO und Mediaplus ist es, den Hamburger Onlineshop noch stärker im Relevant Set seiner Zielgruppen zu verankern. „Mit mehr als 17 Millionen Artikeln von über 6.500 Partnern bieten wir Konsument*innen heute ein extrem breites Sortiment – das wollen wir zeigen und zwar auf allen Kanälen“, ergänzt Wachsmuth. „Wir sind überzeugt, dass Mediaplus dafür genau der richtige Partner ist.“

Im Zuge ihres Markenrelaunches präsentiert sich bonprix seit März diesen Jahres unter anderem mit einem neuem Logo und dem Claim „Fashion Made smarter“ und ist mit einem geschärften Profil über alle Kommunikationskanäle sichtbar. Corinna Meyen, Abteilungsleiterin Social Media Advertising und Programmatic & Classic Media bei bonprix, freut sich vor diesem Hintergrund besonders auf die Zusammenarbeit mit der Münchner Mediaagentur: „Unser Ziel ist, die Positionierung von bonprix noch fester in der Wahrnehmung unserer Kund*innen zu verankern. Ich bin überzeugt davon, dass wir mit Mediaplus einen Partner auf Augenhöhe gefunden haben, der den Modemarkt hervorragend versteht und uns bei der Weiterentwicklung unserer digitalen Fashion Brand erfolgreich unterstützen wird. Im Auswahlprozess hat das Team ein sehr gutes Verständnis für unsere Herausforderungen gezeigt und uns mit innovativen Ansätzen begeistert, bei denen die gewünschte Nähe zu unserer Zielgruppe eindrucksvoll demonstriert wurde.“

Zusammenarbeit startet ab März 2024

Für OTTO übernimmt die Agentur im neuen Set-up gemeinsam mit den OTTO-Teams Strategie, Planung, Einkauf und Reporting aller Brand-Media-Aktivitäten in TV, Audio, (Digital-) Out-of-Home, Display und Online-Video. Florian Haller, CEO Serviceplan Group, freut sich: „OTTO als Kunden betreuen zu dürfen, ist ein Game Changer für Mediaplus und das House of Communication in Hamburg. Die Werteorientierung des Unternehmens, seine ikonische Marke und die Marktstellung im E-Commerce als größter deutscher Onlineshop machen den Reiz aus. Unser Ziel für die Zusammenarbeit mit OTTO in zwei Worten: ‚unboxing growth‘. Bonprix wiederum gehört in Deutschland zu den stärksten digitalen Marken für Mode und wir sind hochmotiviert, die bonprix Teams bei ihrer spannenden Markentransformation weiter strategisch zu begleiten und die Zielgruppe mit neuen kreativen Lösungen zu erreichen. Unsere Schlüsselkompetenz ist der ganzheitliche, interdisziplinäre Blick auf mediale Performance.“

Mediaplus gehört zur Serviceplan Group und ist eine international tätige Media-Agentur mit Sitz in München. Die Zusammenarbeit von OTTO und bonprix mit Mediaplus startet pünktlich zum neuen Geschäftsjahr der Unternehmen im März 2024. Mit dem Startschuss der Zusammenarbeit löst Mediaplus die bisherigen Etat-Halter bpn und Weischer.JvB ab.

Über OTTO

Mit 17 Millionen Artikeln von mehr als 19.000 Marken, rund 11,3 Millionen Kund*innen und über 6.500 Partnern ist OTTO (otto.de) der größte deutsche Onlineshop. Im Geschäftsjahr 2022/23 erzielte OTTO einen Umsatz (GMV) von 6,3 Milliarden Euro. OTTO ist Teil der international tätigen Otto Group mit Sitz in Hamburg und beschäftigt deutschlandweit 6.000 Menschen. Mehr Infos: otto.de/unternehmen.

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 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 und auf Anfrage (Copyright: bonprix)
Und unter www.ottogroup.com/de/medien/downloads/ (Copyright: OTTO)



Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH

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

E-Mail: corporate@bonprix.net

Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse

OTTO GmbH & Co KG

Annika Remberg: +49 (0) 40 6461 8477

E-Mail: presse@otto.de

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/annika-remberg-83554b142/>