

Pressemitteilung

Hamburg, 9. März 2023

Markenrelaunch bei bonprix: Modeunternehmen präsentiert sich mit neuem Logo und Markenauftritt

Das internationale Modeunternehmen bonprix zeigt sich ab heute in neuem Look: Ein einzeiliges Logo in Schwarz, das moderner, digitalfähiger und Ausdruck für die Positionierung als smarte Fashion Brand ist, bringt gemeinsam mit dem neuen Claim „Fashion made smarter“ das Leistungsversprechen von bonprix auf den Punkt. Auch im Corporate Design gibt es Veränderungen: Das Unternehmen hat unter anderem seine Bildsprache überarbeitet und zeigt das Ergebnis erstmals in der neuen bonprix Kampagne, die ab dem 9. März die Frühjahrestrends der Marke in Szene setzt.

Ab sofort ist das zur bonprix Zielgruppe und zum digitalen Zeitalter passende, geschärfte Profil der Fashion Brand in den internationalen Webshops, Apps und über alle Kommunikationskanäle sichtbar.

[bonprix](#) hat sich in den letzten Jahren als digitale Fashion Brand stark weiterentwickelt und gehört heute in Deutschland zu den Top 3 der umsatzstärksten Onlineshops für Mode.¹ „Die Veränderungen, die wir nun umsetzen, sind sichtbare Meilensteine in unserer Markentransformation. Wir präsentieren uns in einem visuell zeitgemäßen und ganzheitlichen Ansatz, um unsere Positionierung noch fester in der Wahrnehmung unserer Kund*innen zu verankern“, erklärt Lars Gerber, Bereichsleiter Brand & Communication Global und verantwortlich für den Markenrelaunch.

Neues Logo und neuer Markenclaim

Das neue bonprix Logo erscheint in einer eigens für bonprix kreierten, mit Bandzugfeder handgeschriebenen und im zweiten Schritt digital optimierten Schrift moderner und gleichzeitig femininer. Hierfür verabschiedet sich bonprix sowohl von der bisherigen bildhaften Logoform als auch von seiner bekannten Farbsprache in Rot, die schnell ausschließlich mit einem attraktiven Preisangebot assoziiert wird. Dennoch wird bewusst mit Reminiszenzen an das Altbekannte gespielt und beispielweise an gelernten Elementen wie der Kleinschreibung festgehalten. Das neue Logo wurde in mehreren Kernmärkten getestet und ist in der Marktforschung auf sehr positive Kund*innenresonanz gestoßen.

¹ Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2021“ von EHI Retail Institute/Statista

Entwickelt wurde das Logo gemeinsam mit der renommierten Design Solutions Manufaktur Studio Oeding in Hamburg, die passend dazu auch den neuen Markenclaim „Fashion made smarter“ erarbeitet hat, der das bisherige „it's me“ ablöst.

Katrin Oeding, Gründerin und Geschäftsführerin von Studio Oeding, gibt Einblick in den Relaunchprozess und das Ergebnis: „Die Grundlage für den Markenrelaunch von bonprix war die gemeinsam entwickelte Strategie, die wir dann in ein ganzheitliches Corporate Design übersetzten. Die Positionierung als leidenschaftliche, inspirierende, authentische und smarte Marke wird jetzt in allen Branding-Disziplinen sichtbar. Die markantesten Komponenten sind dabei das Logo, die individuell entwickelte Markenschrift und der Markenclaim zusammen mit der Bildsprache. bonprix ist damit in allen Kanälen bereit für das smarte Shopperlebnis von morgen.“

Veränderte, moderne Bildsprache in neuer Frühjahrskampagne

In einer sichtbar veränderten Bildsprache setzt bonprix in seiner heute gelaunchten Frühjahrskampagne unter dem Motto „Spring is calling“ auf neue Perspektiven, situative Momentaufnahmen, viel Dynamik und Leichtigkeit, wie man sie aus dem Storytelling der Social Media-Welt kennt. Die abwechslungsreiche Inszenierung von farbenfrohen Styles macht mit angesagten Pastelltönen und floralen Designs Lust auf die warme Jahreszeit. Erstmals lernt die bonprix Kundin hier auch das neue Logo mit dem Claim „Fashion made smarter“ kennen. Die Kampagne wurde gemeinsam mit der Digital Agentur oddity entwickelt und wird international in einem breit angelegten Marketingmix insbesondere mit zahlreichen Online-Spot-Varianten für diverse Digital- und Social-Media-Kanäle sowie über Medien- und Influencer-Kooperationen, Liveshopping und Radioformate gelauncht.

Lars Gerber ist überzeugt: „Wir bieten unseren Kund*innen weltweit ein vielfältiges, modisches und immer nachhaltigeres Sortiment zu attraktiven Preisen, dafür steht bonprix. Mit unserem Markenrelaunch bringen wir dieses Leistungsversprechen auf das nächste Level, um eine noch größere Wiedererkennbarkeit im Markt zu generieren. Marken verändern sich visuell, insbesondere im digitalen Raum, daher sind wir sicher, dass unsere Kund*innen das neue Logo und Corporate Design begeistert aufnehmen werden.“

Weitere Schritte des Markenrelaunches werden im Jahr 2023 sukzessive folgen und für die bonprix Kund*innen weltweit sichtbar werden. Im Fokus steht dabei die Weiterentwicklung der primär digitalen Touchpoints wie beispielsweise der bonprix App für ein noch inspirierenderes Shopperlebnis.

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht heute ca. 15 Millionen aktive Kund*innen in rund 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und beschäftigt etwa 3.700 Mitarbeitende weltweit. Im Geschäftsjahr 2021/2022 (28. Februar 2022) erwirtschaftete die bonprix Gruppe einen Umsatz von 1,94 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Otto Group. Bei bonprix erleben Kund*innen Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder im bonprix Store in Hamburg. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit rund 90 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zwölf erfolgreichsten Onlineshops und ist im Bereich Fashion die Nummer 3.* 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 2021“ von EHI Retail Institute/Statista*

Logo- und Bildmaterial

Unter 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
Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse