

Pressemitteilung

Hamburg, 27. März 2024

Fashion Brand bonprix erzielt Umsatz von 1,52 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2023/24 – Neu aufgestellte Geschäftsführung ab April

Herausfordernde makroökonomische Rahmenbedingungen haben die Geschäftsentwicklung von bonprix gebremst. Das internationale Modeunternehmen beendet das Geschäftsjahr 2023/24 (1. März 2023 bis 29. Februar 2024) nach vorläufigen Berechnungen mit einem Gesamtumsatz von 1,52 Mrd. Euro (IFRS), das entspricht einem Umsatzrückgang von rund 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr (1,76 Mrd. Euro). Insbesondere viele ausländische Märkte waren von einer starken Konsumzurückhaltung im Modebereich geprägt. Das Geschäft im Heimat- und Kernmarkt Deutschland konnte bei einem leichten Umsatzrückgang von rund einem Prozent etwa an das Vorjahresniveau anknüpfen.

Zukünftig wird bonprix, Fashion Brand und Fokusunternehmen der Otto Group, von einer neu aufgestellten Geschäftsführung gelenkt. Wie im Dezember 2023 angekündigt, startet zum 1. April 2024 Dr. Torben Hansen als neuer Vorsitzender (CEO & Sales) und folgt damit auf Dr. Richard Gottwald, der sich zum 31. Mai 2024 in den Ruhestand verabschiedet. Gemeinsam mit seinen Kolleg*innen in der Geschäftsführung Carolin Klar (Product, Sourcing & Corporate Responsibility), Dr. Kai Heck (Finance) sowie Matthias Wlaka (Technology), der zu Beginn des Jahres ins Unternehmen kam, wird Dr. Torben Hansen das Geschäftsmodell strategisch weiterentwickeln und bonprix konsequent zu einer starken internationalen Modemarke ausbauen.

Internationale Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2023/24

Geopolitische Krisen und Inflation drückten im abgelaufenen Geschäftsjahr (1. März 2023 bis 29. Februar 2024) stark auf das Konsumklima. Auch bonprix konnte sich den rückläufigen Entwicklungen in vielen Märkten nicht entziehen. In den europäischen Auslandsmärkten führte die gesunkene Ausgabebereitschaft überwiegend zu Umsatzrückgängen im jeweils ein- bis zweistelligen Bereich, wobei Österreich und die Schweiz etwas besser abschnitten und Finnland ein leichtes Umsatzwachstum verzeichnete. Im sehr wettbewerbsintensiven US-amerikanischen Markt ist die Entwicklung der Marke VENUS zweistellig rückläufig. Der Kernmarkt Deutschland, der fast die Hälfte des Gesamtumsatzes ausmacht, liegt indes mit minus einem Prozent fast auf Vorjahr.

„Das internationale makroökonomische Umfeld war im zurückliegenden Geschäftsjahr schwierig, sodass wir aufgrund der weiter starken Preissensibilität und Kaufzurückhaltung unserer Kund*innen den Fokus klar auf eine effiziente und ergebnissichernde Steuerung unseres Geschäftes gelegt haben“, erläutert Dr. Kai Heck, für den Finanzbereich verantwortlicher Geschäftsführer bei bonprix, die Geschäftsentwicklung.

Deutschland als wichtiger Kernmarkt von bonprix liegt umsatzseitig im Vergleich über dem Marktniveau des hiesigen Onlinehandels. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) hat kürzlich für das Kalenderjahr 2023 einen Umsatzeinbruch beim Handel mit Waren im E-Commerce für das Cluster Bekleidung von 13,3 Prozent und für Einrichtung (Living) von 9,8 Prozent ausgewiesen.¹ Mit Blick auf diese Zahlen sieht Dr. Kai Heck bei annähernd stabilen Umsätzen positive Tendenzen für den Heimatmarkt von bonprix: „Das für uns traditionell stärkere erste Geschäftshalbjahr zeigte zum Teil erfreuliche Zuwächse und insgesamt lief hierzulande unser Geschäft deutlich besser als der textile Onlinemarkt gesamt. Daher bin ich zuversichtlich, dass wir mit einer passgenauen Markt- und Angebotsstrategie bessere Entwicklungen für das neue, bereits laufende Geschäftsjahr sehen werden.“

Neu aufgestellte Geschäftsführung stellt Weichen für die Zukunft

Im Dezember 2023 wurden Veränderungen in der Geschäftsführung von bonprix angekündigt. Zum 1. April tritt Dr. Torben Hansen als neuer Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO & Sales) und Nachfolger von Dr. Richard Gottwald in die Geschäftsführung von bonprix ein. Nach acht Jahren im Unternehmen und davon fünf Jahren in der Position des CEO geht Dr. Richard Gottwald Ende Mai 2024 in den Ruhestand.

Bereits zum Jahresanfang ist Matthias Wlaka in die Geschäftsführung von bonprix eingetreten. In der neu geschaffenen Position des CTO bündelt, synchronisiert und steuert er zentral alle IT-Aktivitäten des Unternehmens, um bonprix technologisch noch effizienter und schlagkräftiger zu machen. Unter seiner Verantwortung werden die Migration auf den SAP S/4-Standard und der Wechsel des Frontends auf Amazon Web Services (AWS) realisiert sowie der internationale Rollout der Prozess- und Technologielandschaft forciert.

Ausblick

Eine hohe Priorität des Managements wird in der neuen Konstellation darauf liegen, bonprix weiter als internationale Modemarke mit einem starkem Produktfokus zu etablieren. Hierzu gehört unter anderem die gezielte Weiterentwicklung und Neuausrichtung der Modesortimente, die vor dem Hintergrund veränderter Bedürfnisse der weiblichen Kernzielgruppe zukünftig noch moderner und markenkonformer umgesetzt werden. Der gestiegene Modegrad von bonprix zeigt sich unter anderem in der aktuellen, breit angelegten und sehr modernen Mediakampagne „Colour Refresh“. Auch das im Rahmen des Markenrelaunchs im Frühling 2023 eingeführte neue Logo und Corporate Design von bonprix verleihen den Ambitionen der Fashion Brand Ausdruck.

Für das am 1. März 2024 gestartete neue Geschäftsjahr wird beim Hamburger Modeunternehmen weiter ein äußerst herausforderndes ökonomisches Umfeld erwartet. Eine Entspannung der konjunkturellen Rahmenbedingungen und Erhöhung der Kaufbereitschaft im Textilbereich ist für den Ende Mai scheidenden aktuellen Vorsitzenden der Geschäftsführung, Dr. Richard Gottwald, mittelfristig in Sicht: „Unsere Marktforschung

¹ Siehe dazu: Interaktiver Handel in Deutschland (2023). Verbraucherbefragung des bevhd. <https://bevhd.org/daten-studien/studie-interaktiver-handel-in-deutschland>

zeigt, dass das Interesse an Mode bei unserer überwiegend weiblichen Zielgruppe langsam wieder steigt. Ich bin zuversichtlich, dass sich dies perspektivisch auch wieder in einer erhöhten Kauffrequenz unserer Kund*innen widerspiegeln wird. Umso wichtiger ist es für uns aktuell, weiter konsequent mit hoher Kosteneffizienz zu agieren und uns auf die strategischen Digitalisierungsthemen zu fokussieren. Damit stellen wir bonprix bestmöglich für die Zukunft auf und können unseren Kund*innen ein noch attraktiveres und zeitgemäßes Modeshopping-Erlebnis bieten.“

Auf seine Zeit bei bonprix blickt der Topmanager positiv zurück: „Es war mir eine große Freude und Ehre, dieses starke und solide Unternehmen durch die letzten Jahre zu führen. Mein Dank gilt den fantastischen Menschen bei bonprix, die mit so viel Leidenschaft und Expertise unsere Mode gestalten und damit Kund*innen in vielen Ländern begeistern. Ich freue mich sehr darauf zu sehen, wie sich die bonprix Gruppe weiterentwickelt, und bin mir sicher, dass mein Nachfolger Torben und meine Geschäftsführungskolleg*innen den Weg ebnen werden, um die Weichen wieder auf rentables Wachstum zu stellen und den Erfolg der Marke bonprix nachhaltig fortzusetzen. Dafür wünsche ich ihnen und dem gesamten bonprix Team das Allerbeste!“

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreiches Mode- und E-Commerce-Unternehmen. 1986 als Katalog-Versandhändler in Hamburg gegründet, beschäftigt bonprix heute knapp 2.500 Mitarbeitende weltweit. Rund 12 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 2023/24 (29. Februar 2024) erwirtschaftete die bonprix Gruppe einen Umsatz von 1,52 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)

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: www.bonprix.de/corporate/presse