



Hamburg, 19. Juni 2015

bonprix erhält Criteo Performance Marketing Award

Modeunternehmen gewinnt in der Kategorie „Beste Performance Display Kampagne im Handel“

bonprix hat Grund zum Feiern. Bei der gestrigen Verleihung des erstmalig ausgerichteten Criteo Performance Marketing Awards in München wurde das internationale Modeunternehmen für sein Display Advertising ausgezeichnet.

In der Kategorie „Beste Performance Display Kampagne im Handel“ konnte bonprix die Experten-Jury mit einem stark user-zentrierten Ansatz überzeugen. Display Advertising wird im E-Commerce-Bereich des Unternehmens nicht als isolierter Kanal betrachtet, sondern ist Teil eines inhouse-gesteuerten integrierten Performance Marketings, das stets die gesamte Customer Journey betrachtet. Ziel ist es, den Konsumenten im richtigen Moment über den optimalen Kanal mit einer relevanten Werbebotschaft zu adressieren. Auf Basis umfassender Analysen und durch den Einsatz neuer Business Intelligence-Technologien werden bei bonprix für differenzierte Nutzer-Segmente maßgeschneiderte Marketing-Maßnahmen angesteuert. Mit diesem Ansatz gelingt es bonprix, das Display Advertising effizient zu skalieren und zudem eine Push-Wirkung für andere Marketing-Kanäle wie das Suchmaschinenmarketing zu erzeugen.

Mit der Weiterentwicklung des integrierten Performance Marketings bei bonprix konnte die über das Display Advertising generierte Nachfrage im Vergleich zu den Vorjahren deutlich erhöht werden. Das Konzept wurde bereits in mehrere Länder übertragen und wird weiter internationalisiert.

Markus Fuchshofen, Leiter E-Commerce bei bonprix, freut sich über die Auszeichnung: „Gerade im Online-Modehandel hat Visibilität eine starke Bedeutung. Unsere Display Kampagnen tragen wesentlich und sehr erfolgreich dazu dabei, die Kunden mit unserer Marke in Berührung zu bringen. Deshalb ist es eine großartige Bestätigung für unser Team,

dass unsere Strategie und Leistung im Display Advertising nun mit einem Performance Marketing Award belohnt werden.“

Stellvertretend für bonprix nahmen Melania van Hümmel und Claudia Denzel als Verantwortliche für Internationales Online Marketing die Auszeichnung in München entgegen. Informationen zum Criteo Performance Marketing Award finden Sie unter <http://www.criteo.com/performanceawards/>.

Bildunterschrift:

(Von links nach rechts) Jurymitglied Julia Stern (Zalando), Claudia Denzel und Melania van Hümmel (bonprix), Moderatorin Esther Sedlaczek

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und in 27 Ländern weltweit vertreten. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 3.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2014/15 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1,295 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kunden Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder in einem der Fashion Stores. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit etwa 70 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den fünf umsatzstärksten Online Shops*. 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, Heimtextilien und Wohnartikel.

**Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2014“ von EHI Retail Institute / Statista*

Pressekontakt

Katharina Schlensker
Unternehmenskommunikation
bonprix Handelsgesellschaft mbH
Tel.: +49 (0)40 / 64 62-2070
E-Mail: katharina.schlensker@bonprix.net
<http://www.bonprix.de/company/presse/>