

Hamburg, 19. November 2015

#FestVersprochen: bonprix startet virale Aktion zur Weihnachtszeit in sieben Ländern

Stress in der Vorweihnachtszeit? – Nicht mit bonprix. Innerhalb der aktuellen Kampagne „Zieh Dir ein gutes Gefühl an.“ hat sich das internationale Modeunternehmen eine besondere Idee einfallen lassen. „#FestVersprochen“ heißt die Viral-Aktion, die diese Woche mit einem Online-Spot startet und über Social Media-Kanäle und die Microsite bonprix.de/FestVersprochen zum Mitmachen einlädt. Dabei verbindet bonprix mit einem Augenzwinkern typische Spannungen rund um das Fest der Liebe mit aktuellen Mode-Ideen und sammelt schon vorab feste Versprechen für eine harmonische Weihnachtszeit. Erstmals rollt bonprix dabei einen zentralen Kampagnenansatz international aus und startet mit der Aktion zeitgleich in sieben Ländern.

In der Weihnachtszeit soll alles perfekt sein. Das aber bedeutet eine Menge Stress und einen hohen Erwartungsdruck auf allen Seiten. Wo wird gefeiert? Wie viel Deko ist erlaubt? Und wer sorgt dafür, dass am Ende alle Geschenke da sind, der Baum geschmückt ist und ein tolles Essen auf dem Tisch steht? – Lauter Kleinigkeiten, bei denen die Emotionen gerne hochkochen. Wenn aber alle sich vornehmen, ein bisschen gelassener zu sein, dürfte einer besinnlichen Zeit nichts im Weg stehen. Genau dort setzt das Viral von bonprix an. In einem 1:45 minütigen Auftaktfilm geben 15 unterschiedliche Menschen aus sieben Ländern ganz typische Weihnachtsversprechen ab – alle mit einem Augenzwinkern: Bei seinen Eltern wird gefeiert, es wird nicht über das Essen gemeckert und es gibt keine Einmischung in die Kindererziehung – alles fest versprochen. Die sympathischen Protagonisten zeigen die „Ich schwöre“-Geste mit den Händen, die am Ende übereinandergelegt zum Hashtag werden: #FestVersprochen.

Der Film ist Teil einer für das Social Web entwickelten Aktion und wird online auf bonprix-eigenen Kanälen sowie über PreRolls und Posts auf Facebook platziert. Es folgen im Wochen-Rhythmus weitere vier Produktfilme, die jeweils ein Versprechen zum Fest mit den aktuellen Weihnachtssortimenten verbinden. Dabei geht es um festliche oder partytaugliche Outfits ebenso wie Deko-Ideen oder um das passende Geschenk zum Fest. Parallel dazu

animiert bonprix zum Mitmachen: Auf der Microsite [bonprix.de/FestVersprochen](https://www.bonprix.de/FestVersprochen) kann jeder sein eigenes Versprechen für eine harmonische Weihnachtszeit gestalten und online als digitalen Festtagsgruß verschicken. Verschiedene weihnachtliche Motive stehen zur Auswahl, in die ein vorgefertigtes Versprechen oder ein persönlicher Text eingefügt werden kann. bonprix setzt die Social Media-Kanäle Facebook, YouTube, den Messenger-Dienst WhatsApp und weitere flankierende Marketingmaßnahmen ein, um die Aktion zu verbreiten.

Seit März dieses Jahres begleitet bonprix mit der Kampagne „Zieh Dir ein gutes Gefühl an.“ Frauen durch die „Achterbahnfahrten“ des Lebens. Der aktuelle TV Spot „Date“ zeigt beispielweise, wie eine Frau für einen besonderen Moment in ihrem meist turbulenten Alltag ihre Lieblingsdessous auswählt, um sich selbstbewusst und begehrt zu fühlen. Auch mit der nun parallel anlaufenden Weihnachtsaktion #FestVersprochen geht bonprix wieder mitten hinein ins echte Leben und setzt dies mit der Viralmechanik kurzweilig in Szene.

„Wir erreichen unsere Zielgruppe zunehmend über Social Media-Kanäle“, sagt Lars Gerber, Bereichsleiter Marke und Werbung bei bonprix. „Mit sympathischen Aktionen suchen wir die Nähe zu unseren Kundinnen und treten in einen Austausch, den TV nicht bieten kann.“

Das Thema Stress in der Vorweihnachtszeit beschäftigt die Zielgruppe von bonprix in vielen Ländern. Daher wird die Weihnachtsaktion auch international eingesetzt. So startet diese Woche der Auftaktfilm, der sich nur im Aktionstitel und den Untertiteln von Land zu Land unterscheidet, nicht nur in Deutschland, sondern auch in den Niederlanden, in der Schweiz, in Österreich, Frankreich, in Italien und in Polen.

Verantwortlich für die Online-Aktion ist erneut die Agentur Jung von Matt/Alster, mit der bonprix seit 2012 in der Markenkommunikation zusammenarbeitet.

Der Ankündigungsfilm bei Youtube

Deutschland: <https://youtu.be/edydfwccenk>

Österreich: <https://youtu.be/PnwvmNAR910>

Niederlande: <https://youtu.be/m1cZdC0aR8k>

Microsites

Deutschland: www.bonprix.de/festversprochen

Österreich: www.bonprix.at/festversprochen

Schweiz: www.bonprix.ch/festversprochen (DE) und fr.bonprix.ch/promessedefete (FR)

Niederlande: <http://www.bonprix.nl/feestelijklbeoofd/>

Frankreich: www.bonprix.fr/promessedefete

Italien: www.bonprix.it/buonipropositi

Credits

Agentur Jung von Matt/Alster Werbeagentur GmbH

Geschäftsführer: Thim Wagner

Creative Director: Mirjam Wagner, Jana Mohr, Helen Häusermann

Senior Art Direction: Tomma Fehrs

Junior Art Direction: Lucas Dresch, Carina Flock

Producer Assistant: Robert Zbwawiony

Senior Text: Anna Lichnog

Junior Text: Edvina Harizaj, Mona Mandouri

Account Director: Maike Recker

Senior Project Manager: Renée Hicks

Project Manager: Katrin Schröder

Verantwortlich bei Cobblestone Filmproduktion GmbH

Jan Hinrik Drevs (Regie), Pieter Lony (Producer)

Verantwortlich bei bonprix:

Bereichsleiter Marke und Werbung: Lars Gerber

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 zehn 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 2015“ von EHI Retail Institute / Statista*

Pressekontakt

Katharina Schlensker

Leiterin Externe Unternehmenskommunikation

bonprix Handelsgesellschaft mbH

Tel.: +49 (0)40 / 64 62-2070

E-Mail: katharina.schlensker@bonprix.net

<http://www.bonprix.de/company/presse/>