

Hamburg, 2. Mai 2016

### **bonprix wird 30 und lädt mit der Geburtstagsaktion „Celebrate & Smile“ die Kundinnen zum Feiern ein**

**Unter dem Motto „Celebrate & Smile“ ist am 1. Mai 2016 die Geburtstagskampagne der Modemarke bonprix in Deutschland und 17 weiteren Ländern gestartet. Anlässlich des 30-jährigen Jubiläums stehen den gesamten Mai über 30 Tage lang zahlreiche Aktionen, Jubiläumsangebote und Shopping-Highlights auf dem Programm. Die Geburtstagsaktivitäten im Online-Shop werden von viralen Videos und integrierten Marketingmaßnahmen im Aktionszeitraum der bonprix Geburtstagswochen begleitet.**

„Wir wollen nicht uns selbst feiern, sondern mit unseren Kundinnen“, sagt Lars Gerber, Leiter Marke und Werbung bei bonprix und verantwortlich für das Konzept. „Daher haben wir uns die Frage gestellt, was Frauen rund um das Thema Geburtstag beschäftigt.“ Im Ergebnis steht eine Jubiläumskampagne, mit der bonprix seine Kundinnen in den Mittelpunkt rückt und sie mit vielen Aktionen und Angeboten immer wieder zum Lächeln bringen möchte.

„Wir appellieren anlässlich unseres eigenen Geburtstags, dass auch das Thema Älterwerden vor allem eines ist: ein Grund zum Feiern. Denn nicht das Alter, sondern die positive Ausstrahlung ist entscheidend und die lässt Frauen in jedem Alter gut aussehen“, erläutert Gerber die Idee der Kampagne.

#### **Highlights der Kampagne**

Der internationale Modeanbieter platziert im Mai unter anderem mehrfach attraktive Jubiläumsangebote im Online-Shop. Als Hauptpreis eines großen Geburtstagsgewinnspiels wird die „Feier Ihres Lebens“ im Wert von 30.000 Euro ausgelobt. Saisonale Anlässe des Frühlings werden im Rahmen der „Celebrate & Smile“-Aktion genutzt, um Aufmerksamkeit zu erzielen und die Frequenz im Webshop zu steigern. So greift bonprix beispielsweise den Muttertag mit einem Film auf, der auf die Kampagnenidee einzahlt und im Vorfeld auf zahlreichen Online-Kanälen laufen wird. „Wenn Schätzchen schätzen“ heißt das Viral, in dem Kinder bemerkenswerte Antworten darauf geben, wie alt ihre Mutter ist. Zum Muttertag selbst werden die Kundinnen mit einem besonderen Angebot überrascht und auch am offiziellen Geburtstagswochenende vom 20.-22. Mai warten weitere Aktionshighlights auf die Kundinnen.

### **Im Mittelpunkt steht der Online-Shop**

Die zentrale Kommunikationsplattform der Kampagne ist der bonprix Online-Shop, der in Deutschland zu den zehn umsatzstärksten Webshops\* zählt. Dorthin führen die Links sämtlicher begleitender Maßnahmen in TV, Social Media-Kanälen, Newslettern, Mobile-Werbung und in den Katalogen, die im Aktionszeitraum zum 30. Geburtstag der Marke erscheinen. „Die Geburtstagsfeier findet bei uns zu Hause im Webshop statt, wo wir den engsten Austausch mit unseren Kundinnen haben. Deshalb nutzen wir im Marketing die gesamte Kanalvielfalt, um zusätzlichen Traffic gezielt auf unsere eigene Website und die Aktionswochen zu lenken“, so Gerber. Ein Jubiläumslogo sowie die gesamte Artline der „Celebrate & Smile“-Kampagne sorgen für eine aufmerksamkeitsstarke und wiedererkennbare Bildsprache im Webshop.

In den deutschen Fashion Stores von bonprix werden Elemente und „Look and Feel“ aus der Geburtstagskampagne übernommen und Kundinnen vor Ort ebenfalls mit Aktionen und Specials überrascht.

Als internationales Modeunternehmen rollt bonprix die Geburtstagskampagne nicht nur in Deutschland, sondern in insgesamt 17 Ländern aus, die viele der Aktionen aus der Kampagne in den jeweiligen bonprix Webshops umsetzen. Der virale Film „Wenn Schätzchen schätzen“ läuft in allen teilnehmenden Ländern mit Untertiteln in der jeweiligen Landessprache. Das große Geburtstagsgewinnspiel wird in zehn Ländern umgesetzt.

Die Konzeption und Umsetzung der Geburtstagskampagne erfolgte vor allem inhouse in Zusammenarbeit mit der bonprix Leadagentur Jung von Matt / Alster, die unter anderem für die Entwicklung der Kampagnenidee, Virals, Prerolls und Anpassungen der TV-Spots verantwortlich zeichnet.

### **Zum Geburtstag wird neu verpackt**

Passend zum Geburtstag launcht bonprix auch ein neues Packaging, das ab sofort eingesetzt wird. Deutlich farbenfroher und weiblicher als bisher spiegeln die Verpackungen das weiterentwickelte Corporate Design wider und prägen damit noch stärker das gesamte Mode- und Markenerlebnis von bonprix. Das Verpackungsdesign wurde gemeinsam mit der Agentur Flaechenbrand entwickelt.

Mit der aktuellen Geburtstagskampagne setzt bonprix einen weiteren Meilenstein in der Weiterentwicklung der Marke. Dieser Prozess hatte 2010 mit der Einführung des Claims „bonprix – it's me“ begonnen.

Seitdem haben ein neues Logo, Image-Kampagnen sowie ein starker Fokus auf Kundennähe bonprix erfolgreich als sympathische Modemarke für Frauen positioniert, die aus den neuesten Trends ein inspirierendes und bezahlbares Modeerlebnis macht. Heute gibt es bonprix Webshops in 29 Ländern, der Umsatz des Modeunternehmens lag im Geschäftsjahr 2015 / 2016 bei über 1,4 Mrd. Euro.

### **Über bonprix**

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und in 29 Ländern weltweit vertreten. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 3.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2015/16 (29. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH nach vorläufigen Berechnungen einen Umsatz von 1,432 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 über 70 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört [www.bonprix.de](http://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](mailto:katharina.schlensker@bonprix.net)  
<http://www.bonprix.de/company/presse/>