

Hamburg, 17. Oktober 2016

Erfreuliche Halbjahresbilanz zum 30. Geburtstag: bonprix setzt internationales Wachstum fort

bonprix verbucht ein erfolgreiches erstes Halbjahr und wächst weiter rentabel. Im Vergleich zum Vorjahr weist die Bilanz der ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres (1.3. bis 31.8.2016) ein Umsatzplus von 7 Prozent aus. Die Rendite (EBT) liegt mit deutlich über 5 Prozent auf dem starken Vorjahresniveau. In vielen ausländischen Märkten^[1] ist das Wachstum zweistellig. Besonders positiv entwickeln sich die Geschäfte in den USA und den westeuropäischen Ländern. In Deutschland verzeichnet [bonprix](#) ein hervorragendes Umsatzplus von über 6 Prozent.

„Die Marktbedingungen im internationalen Textilhandel sind in vielen Ländern schwierig. Vor diesem Hintergrund bin ich äußerst zufrieden, dass wir unseren Wachstumskurs in der ersten Hälfte dieses Geschäftsjahres so deutlich fortsetzen konnten“, kommentiert Dr. Marcus Ackermann, Vorsitzender der Geschäftsführung bei bonprix, den Abschluss des ersten Geschäftshalbjahres.

Inlandsgeschäft über Plan: Erfolgreiche Geburtstagsaktionen

In Deutschland, dem umsatzstärksten Markt für bonprix, wächst das Unternehmen um mehr als 6 Prozentpunkte. Damit liegt bonprix nicht nur über dem Vorjahreswert von 4 Prozent, sondern deutlich über der eigenen Planung. Als Wachstumsmotor fungierte insbesondere die Geburtstagskampagne mit dem Motto „Celebrate & Smile“. Im Mai 2016 standen anlässlich des 30-jährigen Geburtstags der Marke zahlreiche Aktionen und Angebote für die Kunden auf dem Programm. Die zentrale Kommunikationsplattform der Kampagne war der bonprix Online-Shop, der in Deutschland zu den zehn umsatzstärksten Webshops^[2] zählt. Dorthin

^[1] Exklusive Russland, wird über Otto Group Russia bilanziert

^[2] Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2016“ von EHI Retail Institute / Statista

führten die Links sämtlicher begleitender Maßnahmen in TV, Social Media-Kanälen, Newslettern, Mobile-Werbung und in den Katalogen.

Auslandsgeschäft: zweistellige Umsätze in zahlreichen Märkten

Rund 50 Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaftet bonprix in seinen weltweiten Märkten. In aktuell 29 Ländern vertreten, ist bonprix das am erfolgreichsten internationalisierte Unternehmen in der Otto Group. In vielen westeuropäischen Märkten verzeichnet bonprix ein klar zweistelliges Wachstum, beispielsweise in Frankreich und Benelux. Auch das USA-Geschäft boomt weiter: Mit der Fashion- und Bademodenmarke VENUS kann bonprix den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um fast 15 Prozent steigern. Positive Ausblicke kommen auch aus den noch neuen Märkten wie der Türkei und Brasilien, die auf kleinerem Umsatzniveau weiterhin starke zweistellige Wachstumsraten verzeichnen.

Digitale Transformation: Wachstumstreiber für die Zukunft

Die Traffic- und Umsatzanteile von Mobile Commerce nehmen über alle bonprix Märkte hinweg weiter stark zu. In Deutschland steuern heute bereits 60 Prozent der Kunden den Online-Shop über mobile Endgeräte an; weltweit sind es 50 Prozent. Der Umsatzanteil am E-Commerce durch Mobile liegt heute sowohl in Deutschland als auch international bei rund 40 Prozent.

Im Zuge der konsequenten Digitalisierung des Geschäftsmodells setzt bonprix auf maßgeschneiderte und inspirierende Angebote und Services für seine Kundinnen. Im März hat das Unternehmen die erste bonprix App für iOS und Android für den deutschen Markt gelauncht. Mit großem Erfolg – bis dato wurden bereits rund 500.000 Downloads der App verzeichnet. Aktuell wird die App internationalisiert und technologisch weiterentwickelt, um den Kundinnen noch personalisiertere Anregungen bieten zu können. Ein Beispiel für individualisierte Services ist der im August in Deutschland gestartete bonprix Online-BH-Berater, der die Kundin in nur vier Schritten zu einer persönlichen Empfehlung direkt im Shop führt. Die Resonanz der Kundinnen auf das Online-Beratungstool ist sehr positiv und schlägt sich unter anderem in einer höheren Conversion Rate nieder. Derzeit wird ein weiteres Beratungstool für das Jeans-Sortiment von bonprix entwickelt.

In der Entwicklung digitaler Tools und Serviceangebote sieht Ackermann großes Potential, um das Einkaufserlebnis in den Webshops zu steigern: „Wir werden die technologischen Möglichkeiten im Digital Commerce weiter konsequent ausschöpfen und in die notwendige Infrastruktur sowie BI-Technologien investieren, um unsere Kunden mit persönlichen und inspirierenden Angeboten zu begeistern.“

Dr. Marcus Ackermann wird zum 1. Januar 2017 in die Otto Group wechseln und dort den Konzernvorstand Multichannel Distanzhandel übernehmen. Der weiteren Geschäftsentwicklung von bonprix blickt der scheidende Vorsitzende der Geschäftsführung äußerst optimistisch entgegen: „Die Prognose für das Gesamtjahr ist positiv; wir werden im achten Jahr in Folge rentabel wachsen. Darüber freue ich mich zum Abschluss meiner tollen Zeit bei bonprix sehr und bin mir sicher, dass die Erfolgsgeschichte von bonprix fortgeschrieben wird.“

Ab dem Jahresbeginn 2017 lenkt eine neu aufgestellte Geschäftsführung das Unternehmen bonprix: Neben den aktuellen Geschäftsführern Dr. Kai Heck (verantwortlich für Finanzen, IT und Services) und Rien Jansen (Einkauf, Marketing und Retail) komplettieren seit Juli 2016 Markus Fuchshofen (E-Commerce Management, Vertrieb Inland, Marke und Werbung) und seit Oktober des Jahres Dr. Richard Gottwald (Vertrieb Ausland, E-Commerce Kundenprozess- und Informationsmanagement, Personal und Unternehmenskommunikation) das Top-Management des Modeanbieters.

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 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 zu den zehn umsatzstärksten Online-Shops². 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.

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/>