

Hamburg, 5. Mai 2017

„Deine MOM ist WOW“ – bonprix (be)rührt mit Muttertagsspot

2017 dreht sich in der Markenkampagne von bonprix alles um das innere Wow-Gefühl der weiblichen Zielgruppe, und zum Muttertag am 14. Mai darf dieses ganz besonders zelebriert werden. Da Mütter zwischen all dem Muttersein oft vergessen, wie besonders sie eigentlich sind, erinnert die Modemarke sie in einer neuen digitalen Kreation daran – mit Hilfe derer, die es am besten wissen. Hierzu hat das Unternehmen Töchter, Söhne und Ehemänner befragt, was genau die wichtigste Frau in ihrem Leben so besonders macht. Außerdem kommen die Mütter selbst zu Wort und beschreiben ihre Rolle als „Mom“. Entstanden ist ein dreiminütiger Film, der ab dem 5. Mai über Social Media-Kanäle verbreitet wird und reine Emotionen in den Mittelpunkt stellt.

Kein Script und kein Styling, dafür echte Menschen, die auf der Straße gecastet wurden und authentisch vom Verhältnis zu ihrer Mutter erzählen: Im neuesten bonprix Spot werden Mütter mit den Schilderungen ihrer Liebsten konfrontiert und es entstehen ganz besonders rührende und nachdenkliche Momente bei der „Gegenüberstellung“ der Protagonisten. Dabei knüpft die Botschaft „Deine MOM ist WOW. Lass es sie wissen.“ an den Kampagnen-Claim „Fühl dein Wow“ an. Lars Gerber, Leiter Marke und Werbung bei bonprix: „In diesem Spot beschäftigen wir uns bewusst nicht mit Mode, sondern setzen den Schwerpunkt auf die generationenübergreifende Mutterrolle als ein wichtiges Thema im Leben unserer Zielgruppe. Unsere Protagonisten, Erwachsene genauso wie Kinder, erinnern ihre Mütter auf ehrliche und sehr persönliche Weise daran, dass sie nicht nur zum Muttertag, sondern 365 Tage im Jahr einen tollen Job machen und deswegen ‚WOW‘ sind.“

Der Online-Clip im dokumentarischen Look wird vom 5. bis 14. Mai in Deutschland über Facebook und YouTube verbreitet. Als zusätzliche Teaser-Plattform wird Instagram genutzt. In weiteren 17 Ländern geht der Spot mit Untertiteln zeitlich passend zum jeweiligen Muttertag online. Die Idee zum Spot stammt vom Integrated Digital Studio „Parasol Island“, das für bonprix seit Frühjahr 2017 digitale Konzepte umsetzt.

Link zum Spot: <https://youtu.be/tBUYQ18ZEFk>

Credits:

Verantwortlich bei Parasol Island

Creative Direction, Konzept und Filmproduktion: Parasol Island GmbH

Regie: Michael Maly

Kamera: Christopher Haering

Verantwortlich bei bonprix

Bereichsleiter Marke und Werbung: Lars Gerber

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 30 Millionen Kunden in 29 Ländern weltweit. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute über 3.000 Mitarbeiter weltweit. Im Geschäftsjahr 2016/2017 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH nach vorläufigen Berechnungen einen Umsatz von 1.512 Millionen 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 fast 80 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 2016“ 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
<https://www.bonprix.de/corporate/presse/>