

Hamburg, 2. April 2014

bonprix weiter auf Wachstumskurs

Mit einer Umsatzsteigerung von 5,4 Prozent auf 1,288 Milliarden Euro schließt bonprix das Geschäftsjahr 2013/14 (28. Februar) nach vorläufigem Stand als eines der erfolgreichsten der Firmengeschichte ab. Das Gesamtergebnis des internationalen Modeunternehmens liegt damit deutlich über dem Vorjahr, das Unternehmen der Otto Group erreicht eine Rendite im mittleren einstelligen Bereich. Damit übertrifft das Unternehmen die eigenen Erwartungen und festigt seine Position als einer der führenden internationalen Modeanbieter.

Nachdem im Vorjahr der Anteil des gesamten Auslandsgeschäfts erstmals die 50-Prozent-Marke überschritten hatte, erhöhte bonprix diesen 2013/14 noch um einige Prozentpunkte. Besonders starkes Wachstum verzeichnete das Unternehmen in Osteuropa in Ländern wie Polen, Tschechien, der Slowakei und der Ukraine. Der Umsatz dieser Ländergruppe konnte um deutlich mehr als zehn Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Das ebenfalls sehr erfolgreiche Russland-Geschäft mit knapp 240 Millionen Euro Umsatz fließt dabei nicht in die Geschäftszahlen von bonprix ein. Die hier erwirtschafteten Umsätze werden über die Otto Group Russia bilanziert.

In den USA steigerte bonprix mit der Bademoden- und Fashion-Marke Venus den Umsatz im amerikanischen Markt um 26 Prozent auf über 100 Millionen Euro. Eine echte Erfolgsgeschichte: 2009 hatte bonprix Venus übernommen und innerhalb von knapp fünf Jahren wieder zu einer absatzkräftigen Marke aufgebaut.

Im Inland sowie in weiteren großen Auslandsmärkten wie Frankreich und Italien entwickelte sich bonprix stabil.

„Wir sind äußerst zufrieden mit unserem weltweiten Wachstum und werten dies als Bestätigung unserer Expansionsstrategie“, sagt Dr. Marcus Ackermann, Vorsitzender der Geschäftsführung bei bonprix. „Auch wenn wir in den globalen Märkten regelmäßig neuen Herausforderungen gegenüberstehen, wie aktuell den stark belastenden Währungskurseffekten, bietet unser internationales Geschäftsmodell weiterhin ein großes Potenzial.“

Neben dem Ausbau des Auslandsgeschäfts waren im abgelaufenen Geschäftsjahr eine stärkere modische Ausrichtung des Sortiments, das sich bei bonprix aus den Eigenmarken bpc, bpc selection, BODYFLIRT, RAINBOW und John Baner zusammensetzt, sowie konsequente Weiterentwicklungen im E-Commerce Faktoren für Erfolg und Wachstum des Unternehmens.

Weltweit erwirtschaftete bonprix im Geschäftsjahr 2013/14 rund 70 Prozent seines Umsatzes im Internet. In Deutschland gehört bonprix.de zu den zehn umsatzstärksten Online-Shops. Weitere Standbeine sind das Katalog- und Filialgeschäft. Auch der Mobile Commerce spielt für bonprix eine immer wichtigere Rolle, mittlerweile gibt es in vielen Märkten eigene Shops für mobile Endgeräte, der internationale Rollout wird bis Mitte diesen Jahres abgeschlossen sein. In Deutschland macht der M-Commerce heute fast 10 Prozent des Online-Umsatzes aus, Tendenz steigend. Auch international gibt es, bei regional unterschiedlicher Ausprägung, einen deutlichen Anstieg bei Traffic- und Umsatzanteilen durch Smartphones und Tablets. Wohin die Reise geht, zeigt ein Blick ins Ausland: In den USA liegt der mobile Traffic-Anteil von Venus aktuell bei rund 50 Prozent, der durch mobile Endgeräte erreichte Umsatzanteil bereits bei über 25 Prozent.

„Der starke Zuwachs im Bereich Mobile Commerce ist für uns ein klares Signal, unsere Multi-Device-Strategie konsequent fortzuführen“, so Ackermann. „Auch in Zukunft werden wir unsere Webshops für alle Kanäle permanent weiterentwickeln, um unseren Kunden ein auf ihre Bedürfnisse und Wünsche optimal abgestimmtes Shopping-Erlebnis zu bieten.“

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 2013/14 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von 1,288 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 bietet bonprix aktuelle Modetrends 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://company.bonprix.de/presse/>