

Hamburg, 16. März 2016

Erfolgreiche Jahresbilanz: bonprix mit zweistelligem Umsatzplus

bonprix wächst im siebten Jahr in Folge profitabel – positive Umsatzentwicklungen in Deutschland, Westeuropa und den USA

Mit hervorragenden Zahlen schließt bonprix das zurückliegende Geschäftsjahr ab. Beim Umsatz verzeichnet das internationale Modeunternehmen in 2015 / 2016 (29. Februar) ein Wachstum von 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr und steigert diesen nach vorläufigen Berechnungen von 1.295 auf 1.432 Millionen Euro. Sowohl mit den internationalen Umsatzzahlen¹ als auch mit einem Wachstum im Kernmarkt Deutschland von etwa 5 Prozent übertrifft bonprix die eigenen Erwartungen. Die Rendite (EBT) entwickelt sich ebenfalls positiv und liegt erneut klar über 5 Prozent bei einer weiteren Steigerung zum Vorjahr.

Der Modeanbieter wächst bereits im siebten Jahr in Folge profitabel. „Mit dem deutlichen Umsatzsprung und der positiven Renditeentwicklung bin ich hochzufrieden“, sagt Dr. Marcus Ackermann, Vorsitzender der Geschäftsführung bei bonprix. „Dass wir trotz anhaltend schwieriger Marktbedingungen in Osteuropa das Geschäftsjahr so stark abschließen konnten, ist der beste Beleg für den Erfolg der konsequenten Internationalisierung und Digitalisierung unseres Geschäftsmodells und für die Attraktivität unserer Mode für Millionen Kundinnen weltweit.“

Wachstum international: bonprix steigert Umsätze in Westeuropa, den USA und Deutschland

Mehr als 50 Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaftet bonprix über das Auslandsgeschäft. Mit einer Präsenz in mittlerweile 29 Ländern weltweit ist bonprix innerhalb der Otto Group die am stärksten internationalisierte Gesellschaft.

¹ Exklusive Russland, wird über Otto Group Russia bilanziert.

Im Geschäftsjahr 2015 / 2016 setzt der Modeanbieter den internationalen Wachstumskurs fort. Ein deutliches Umsatzplus erreicht bonprix in den ohnehin umsatzstarken westeuropäischen Märkten. In Italien und Frankreich steigen die Umsätze um jeweils rund 5 Prozent. In den Niederlanden und Österreich liegt das Umsatzwachstum jeweils über 10 Prozent und in der Schweiz bei mehr als 20 Prozent.

Herausragend ist weiterhin die Entwicklung des USA-Geschäftes. Mit der Fashion- und Bademodenmarke VENUS kann das Unternehmen – begünstigt durch positive Währungseffekte – den Umsatz noch einmal um mehr als 50 Prozent steigern und ist dabei hochprofitabel. Der Umsatz liegt mittlerweile bei über 250 Millionen Euro.

Die bonprix Märkte in Russland und der Ukraine sind im Umsatz weiter rückläufig. Durch das ausgeglichene Marktportfolio im internationalen Geschäft gelingt es bonprix im Geschäftsjahr 2015 / 2016 aber, die Herausforderungen der kritischen Marktlage in Osteuropa gut zu kompensieren. Bilanziert wird bonprix Russland über die Otto Group Russia.

Der größte Markt für das Modeunternehmen ist indes weiterhin Deutschland: Der hohe Umsatz wird um rund 5 Prozent gesteigert, im E-Commerce legt bonprix hier sogar um fast 10 Prozent zu. „In einem Markt mit hoher Wettbewerbsintensität bei einer gleichzeitig schwachen Entwicklung im Bereich Textilien ist das Wachstum sehr erfreulich. Damit liegen wir über der eigenen Planung“, kommentiert Ackermann die Umsatzentwicklung.

Wachstum digital: Ausbau im Bereich Mobile und Launch der neuen App

Wachstumstreiber Nummer eins ist für bonprix ein erfolgreiches Online-Geschäft. Das internationale Modeunternehmen erwirtschaftet mehr als 70 Prozent seines Gesamtumsatzes online. Dabei nimmt der Anteil von Mobile Commerce über Smartphones und Tablets über alle bonprix Märkte hinweg weiterhin stark zu. In Deutschland sind es aktuell bereits 50 Prozent der Kunden, die den Online-Shop über mobile Endgeräte ansteuern. Der Umsatzanteil von M-Commerce am gesamten E-Commerce in Deutschland ist im Vergleich zum Vorjahr um etwa 10 Prozentpunkte gewachsen und beträgt mittlerweile rund 35 Prozent.

Auch international verschieben sich die Anteiligkeiten zugunsten mobiler Endgeräte und ergeben im Durchschnitt ein ähnliches Bild: Über alle bonprix Märkte hinweg liegt der Umsatzanteil von Mobile am gesamten E-Commerce heute ebenfalls bei etwa 35 Prozent, in einzelnen Märkten wie den USA oder Schweden bereits bei über 40 Prozent.

Um dem veränderten Konsumverhalten der Verbraucher noch mehr zu entsprechen, launcht bonprix im Frühjahr 2016 eine App für iOS und Android auf dem deutschen Markt. Der internationale Roll-Out für zahlreiche Märkte wird ebenfalls in diesem Jahr starten.

„Nach der erfolgreichen Internationalisierung des Mobile-Shops stellt unsere neue App für die Kundin eine weitere Option dar, um unsere Mode und Marke zu entdecken“, so Ackermann. „Unser Ziel ist es, über alle Kontaktpunkte und Kanäle hinweg ein inspirierendes Shopperlebnis zu bieten.“

Dabei steht immer die Mode im Mittelpunkt. Im zurückliegenden Geschäftsjahr hat bonprix das Profil als vertikale Modemarke weiter gestärkt, den Modegrad erhöht und Sortimente weiterentwickelt. Der Bereich Bademoden wurde beispielsweise erfolgreich zu einem ganzjährigen Angebot ausgebaut. Stark entwickelt sich außerdem das Plus Size-Segment, das bonprix sortimentsübergreifend ausweitet. Weiteres Wachstumspotential liegt in den Segmenten Sportswear, Schuhe und Accessoires.

Dem laufenden Geschäftsjahr 2016 / 2017, in dem bonprix sein 30-jähriges Bestehen feiern wird, sieht Ackermann optimistisch entgegen und gibt als Zielsetzung weiter nachhaltiges und profitables Wachstum aus: „Wir haben gezeigt, dass wir uns erneut ebenso flexibel wie erfolgreich auf schwierige Rahmenbedingungen und sich verändernde Kundenbedürfnisse einstellen. Zukünftig möchten wir unsere Kundin noch mehr mit für sie maßgeschneiderten und relevanten Angeboten und Services überzeugen. Neben der verstärkten Internationalisierung unserer Imagekampagnen investieren wir daher weiter insbesondere in innovatives digitales Marketing und BI-gestützte Technologien und sind damit hervorragend für das aktuelle Geschäftsjahr aufgestellt.“

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 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/>