

Pressemitteilung



Hamburg, 27. Juli 2017

bonprix expandiert nach Norwegen und baut internationale Präsenz auf 30 Länder aus

Ab sofort können auch norwegische Kundinnen Mode von bonprix shoppen. Seit diesem Monat ist die internationale Modemarke mit einem eigenen Webshop in dem skandinavischen Land vertreten. 20 Jahre nach dem Launch der deutschen Website ist bonprix damit erstmalig in 30 Ländern aktiv. Innerhalb der Otto Group ist bonprix heute die internationalste Marke und zählt zu den umsatzstärksten Unternehmen des Konzerns.

„Mit Norwegen erschließen wir einen weiteren attraktiven Markt in Nord-Europa. Wir gehen davon aus, hier in kurzer Zeit wirtschaftlich erfolgreich zu sein“, sagt Dr. Richard Gottwald, Mitglied der Geschäftsführung und verantwortlich unter anderem für die Auslandsaktivitäten von bonprix. „Der Markt passt gut zu uns, denn Norwegen bietet uns eine Zielgruppe mit besten Voraussetzungen: Die Kundinnen dort mögen Online-Shopping, haben ein hohes Interesse an Mode und verfügen über eine hohe Kaufkraft. Unsere Erfahrungen, die wir in anderen online- und modeaffinen Ländern gesammelt haben, können wir hier optimal übertragen.“

So werden analog zum skandinavischen Nachbarland Schweden, in dem bonprix seit 2009 aktiv ist, den Kundinnen ab sofort auch in Norwegen ein inspirierendes Shopping-Erlebnis und ein umfangreiches Sortiment angeboten, das neueste Trends aufgreift und Mode für jeden Anlass in vielen Styles und Größen präsentiert. Ebenso ist auch das mobile Shoppen über die bonprix App möglich, die jetzt in 14 Ländern verfügbar ist und bereits rund 2,3 Millionen Downloads verzeichnet. Begleitend zur Markteinführung in Norwegen wird ab August vor allem in Online Marketing und Social Media-Aktivitäten investiert. Im September kommen Kataloge zum Einsatz, die insbesondere zum Online-Kauf anregen sollen.

20 Jahre – 30 Länder: Kompetenz im internationalen Digital Commerce

bonprix setzt mit dieser Entwicklung seine digitale Erfolgsgeschichte fort: 20 Jahre nach dem Start des Webshops bonprix.de in Deutschland überzeugt das Unternehmen Millionen von Kundinnen weltweit mit aktueller Mode, individualisierter Beratung und vielen Inspirationen. In Deutschland ist bonprix mit dem eigenen Webshop heute online die umsatzstärkste vertikale Modemarke.

Durch die konsequente Konzeptmultiplikation in vielversprechenden globalen Modemärkten baut bonprix aber auch seine Position als internationale Modemarke weiter aus und hat sich mittlerweile ebenso über die Kontinentalgrenze hinweg etabliert. So startete das Unternehmen 2009 mit der Fashion- und Bademodenmarke VENUS in den USA und seit 2012 ist Mode von bonprix auch in Brasilien erhältlich. Bereits in den 90er Jahren

expandierte bonprix im Zuge seiner Multiplikationsstrategie in zahlreiche europäische Länder wie Frankreich, Polen oder Italien.

„Wir multiplizieren unser Geschäftsmodell effizient und setzen dabei auf ein ausgewogenes Länderportfolio. Große umsatzstarke Märkte schöpfen wir aus, investieren aber auch in kleinere Marktaktivitäten mit hohem Wachstumspotential“, kommentiert Dr. Richard Gottwald die Internationalisierungsstrategie. „Mit dieser Ausrichtung sehen wir uns sehr gut aufgestellt, um weiter im internationalen Online-Modehandel zu wachsen und bonprix als internationale Modemarke zu etablieren.“

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kunden in 30 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* und ist mit seinem eigenen Webshop online die umsatzstärkste vertikale Modemarke. 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

Judith Schwarzer
Referentin Unternehmenskommunikation
bonprix Handelsgesellschaft mbH
Tel.: +49 (0)40 / 64 62-2363
E-Mail: judith.schwarzer@bonprix.net
<https://www.bonprix.de/corporate/presse/>