

Pressemitteilung



Hamburg, 01. März 2018

Digitale Transformation nach außen und innen: bonprix präsentiert sich erstmals beim Online Marketing Rockstars Festival und treibt mit Mitarbeitern den digitalen Wandel voran

Trends erkennen, innovationsstark sein und dabei die Online-Kunden jederzeit im Fokus haben – als Deutschlands umsatzstärkste vertikale Modemarke online ist bonprix in der Konkurrenz auf dem sich weiter wandelnden Markt gut aufgestellt. Seine Kompetenz in Sachen E-Commerce, Customer Centricity und sein Engagement als digitaler Arbeitgeber stellt das internationale Modeunternehmen im März auf dem Online Marketing Rockstars (OMR) Festival vor.

Impulse, Networking und jede Menge Unterhaltung – zum OMR Festival 2018 werden am 22. und 23. März rund 40.000 Besucher in den Hallen der Hamburg Messe erwartet. bonprix nutzt das diesjährige Event, um sich bei den Besuchern aus dem Online Marketing-Umfeld zum ersten Mal mit einem eigenen Stand auf der OMR Expo als digitaler Arbeitgeber zu präsentieren. Rund 20 bonprix Mitarbeiter werden vor Ort das Unternehmen, Berufsbilder sowie die Marke bonprix vorstellen. Die Kollegen aus den Fachbereichen Online Marketing, E-Commerce, Digital Product Management Innovation, HR und Unternehmenskommunikation geben interessierten Besuchern Einblicke und stehen potenziellen künftigen Kollegen als Gesprächspartner zur Verfügung. Die Gestaltung des Messestands spiegelt die Karriere-Website wider, die im Stil eines „Tell me“-Ansatzes individuelle Fragen von Bewerbern aufgreift und in Dialogform beantwortet. Unter dem Namen „bonprix_insights“ launcht das Unternehmen zum Start des Festivals zudem ein eigenes Arbeitgeberprofil auf Instagram, um fortlaufend einen Einblick hinter die Kulissen des Unternehmens zu geben.

Der Messeauftritt wird ergänzt durch eine 90-minütige Masterclass zum Thema „Think global, act local“ – Success through international standards“ am zweiten Tag des Festivals. Carina Campbell und Blanca Arrechea aus dem Online Marketing bei bonprix geben hier praktische Einblicke in die Online-Kompetenz des Modeanbieters und seine Multiplikationsstrategie am Beispiel des Social Media Advertising für 16 internationale Märkte – unter Berücksichtigung der Herausforderungen lokaler Besonderheiten.

Die Präsenz bei den OMR bildet einen ersten wichtigen Meilenstein der bonprix Arbeitgeberkommunikation in diesem Jahr. Piet Smits, Leiter Personal bei bonprix: „Die Teilnahme an den OMR als eines der relevantesten Events im Online Marketing ist ein wichtiger Schritt, um uns künftig noch sichtbarer als Arbeitgeber im digitalen Umfeld zu positionieren. Wir wollen vor allem zeigen, was uns von anderen Unternehmen unterscheidet: unsere Unternehmenskultur. Und wer wäre besser dazu geeignet, unseren Spirit greifbar zu machen, als unsere eigenen Mitarbeiter?“

Digitaler Wandel braucht Digital Readiness

Innerhalb des Unternehmens begleitet bonprix seine Mitarbeiter durch den technologischen Veränderungsprozess und bietet Seminare, Coachings und verschiedene Werkzeuge an, die fit für aufkommende Herausforderungen machen. Parallel zu den OMR werden beispielsweise die „DigiDays“, interne Thementage mit zahlreichen Veranstaltungen rund um die digitale Transformation, bei bonprix stattfinden.

Um Innovationsprozesse zu fördern, ließ das Unternehmen bereits sieben Mitarbeiter als Innovation Coaches schulen, die unterschiedliche Fachbereiche und Abteilungen unterstützen. Zudem nehmen unternehmensweit alle Mitarbeiter an maßgeschneiderten VOPA-Seminaren (Vernetzung, Offenheit, Partizipation, Agilität) teil und lernen dort das Mindset für eine interdisziplinäre, agile Unternehmenskultur kennen. Piet Smits: „Digitale Transformation braucht Digital Readiness. Wir sind kein Start-Up, sondern ein E-Commerce-Unternehmen mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im Online-Modehandel. Mit einem diversen Team diesen Weg zu beschreiten, ist Herausforderung und Chance zugleich. Zusammen entwickeln wir das kulturelle Selbstverständnis für die künftige Zusammenarbeit.“

Karriere im E-Commerce: bonprix it's me

Als dynamisches, international erfolgreiches E-Commerce-Unternehmen ist bonprix immer auf der Suche nach neuen Talenten: Jährlich stellt das Unternehmen etwa 180 neue Mitarbeiter von Professionals über Absolventen bis hin zu Studenten und Schülern ein. Aktuell hat bonprix am Standort Hamburg rund 30 Vakanzen in den Bereichen E-Commerce und IT zu besetzen.

Auch das Ausbildungsangebot ist vielfältig: bonprix sucht auch 2018 Auszubildende zum/zur Groß- und Außenhandelskaufmann/frau, Fachinformatiker/in für Systemintegration oder Fachinformatiker/in für Anwendungsentwicklung. Ab August bietet das Modeunternehmen zusätzlich erstmals den neuen Ausbildungsgang Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce an, um den wachsenden Anforderungen der Digitalisierung und den wachsenden Fachkräftebedarf auch ausbildungsseitig aufzufangen. Über ein duales Studium in Zusammenarbeit mit der Nordakademie und dank der Hochschulkooperationen mit der Fachhochschule Wedel für den Studiengang E-Commerce und der HAW Hamburg für den Masterstudiengang „Multichannel Trade Management in Textile Business“ finden zahlreiche weitere Nachwuchskräfte bei dem Hamburger Modeunternehmen einen Einstieg ins Berufsleben. Seit 2017 unterstützt bonprix außerdem den Studiengang „Digitale Kommunikation“ an der HAW.

bonprix auf der OMR-Expo: Hamburg Messe, Halle A4, Stand P3A

bonprix Masterclass: „Think global, act local“ – Success through international standards“, Carina Campbell und Blanca Arrechea, Online Marketing Managerinnen bei bonprix, 23.03.18, 13.00-14.30 Uhr, Halle B1.

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kunden in 30 Ländern. 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 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 mehr als 80 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den fünf 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 2017“ 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/>