

Pressemitteilung

Hamburg, 12. März 2019



bonprix gewinnt als „Bester Markenshop“ den Internet World Business Shop-Award

Jubellaune bei Hamburgs internationalem Modeanbieter: Im Jahr seines 33. Geburtstags wurde der Onlineshop www.bonprix.de am Montagabend in München mit dem Internet World Business Shop-Award in der Kategorie „Bester Markenshop“ ausgezeichnet. Nachdem bonprix 2018 im hochkarätigen Teilnehmerfeld noch auf dem dritten Platz rangierte, konnte der Webshop in diesem Jahr vor allem unter der Prämisse „Mobile First“ die elfköpfige Fachjury auf ganzer Linie überzeugen.

bonprix launchte seinen Internetauftritt bereits 1997 und gehört mittlerweile dank seiner konsequent kundenorientierten Ausrichtung laut der Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2018“ von EHI Retail Institute/Statista zu den bundesweit zehn umsatzstärksten Onlineshops. Markus Fuchshofen, bonprix Geschäftsführer E-Commerce, Vertrieb Deutschland und Marke, war beim Launch der ersten Webseite dabei und freut sich sehr über die Auszeichnung als „Bester Markenshop“: „Als wir vor über zwei Jahrzehnten anfangen, unsere Mode online zu verkaufen, hätte ich ehrlich gesagt nicht gedacht, dass wir mittlerweile über 80 Prozent unseres Umsatzes über das Internet generieren. Umso mehr macht es mich stolz, dass wir es geschafft haben, unsere Kundinnen im Distanzhandel fortlaufend von unserem Angebot zu überzeugen und jetzt auch die Fachjury anerkennt, dass wir einen richtig guten Job machen.“

Am Abend des 11. März wurden die Preisträger im feierlichen Rahmen in München geehrt. Martin Groß-Albenhausen, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bev), überreichte dabei den Award an bonprix und fand besonders lobende Worte: „Die Auszeichnung als bester Markenshop ist mehr als ein Preis für exzellente Arbeit im digitalen Vertriebskanal. Es ist – gerade angesichts des starken Konkurrenzumfelds – ein Ritterschlag für ein Unternehmen, das noch vor zehn Jahren in Deutschland als ‚Modediscounter‘ bekannt war. Die Auszeichnung ist sicher nicht der Zieleinlauf, aber ein wesentlicher Etappensieg im Marathon, der vor fast zehn Jahren mit dem Wechsel von ‚Mode sooo günstig‘ zu ‚bonprix – it’s me‘ eingeläutet wurde. Heute fließt alles zusammen: Treffsichere Kollektionen, intelligente Preis- und Angebotsstrategie, stimmige Inszenierung des Markenkerns über alle Kanäle und last not least die online wie offline transportierte ‚Nahbarkeit‘ des Unternehmens.“

Bereits zum neunten Mal wurde der Internet World Business Shop-Award an die besten Onlineshops im deutschsprachigen Raum verliehen. Im Münchner Grand Hotel „Bayerischer Hof“ kamen in diesem Jahr rund 200 E-Commerce-Entscheider zusammen. Insgesamt 245 Bewerber hofften 2019 auf eine Auszeichnung in den Kategorien „Bester Online-

Einzelhändler", „Bester Marken-Shop", "Bester B2B-Shop" sowie "Hidden Champion".
Zudem wurde in diesem Jahr erstmals der Publikumspreis "Händler des Jahres" vergeben.



Bildunterschrift:

Glückliche Preisträger: Dominik Sibum (Teamleiter User Experience) und Nina Moths (Abteilungsleiterin Digital Content Marketing) (beide bonprix/von links nach rechts).

Bildnachweis: bonprix.de

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 2017/2018 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1.56 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 mehr als 80 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zehn umsatzstärksten Onlineshops*. 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 2018“ 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
www.bonprix.de/corporate/presse/