



Pressemitteilung

Hamburg, 28. April 2020

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2019/2020: bonprix steigert Umsatz auf 1,74 Milliarden Euro

- **Modeunternehmen wächst im 11. Jahr in Folge profitabel**
- **Positive Entwicklungen in vielen ost- und westeuropäischen Märkten sowie leichtes Plus in Deutschland**
- **Laufendes Geschäftsjahr durch Corona-Pandemie herausgefordert, Krisenmanagement steuert mit Sofortmaßnahmen gegen Umsatz- und Ergebnisbelastungen**

Die bonprix Gruppe, eine der umsatzstärksten Unternehmensgruppen der Otto Group, hat das Geschäftsjahr 2019/2020 erfolgreich abgeschlossen (29. Februar 2020). Die vertikal integrierte internationale Modemarke steigerte ihre Umsatzerlöse von 1,57 Milliarden Euro auf rund 1,74 Milliarden Euro (IFRS) und ist damit im elften Jahr in Folge nachhaltig profitabel gewachsen. Auf vergleichbarer Basis entspricht dies einem plangemäßen Umsatzwachstum von 2,4 Prozent¹ gegenüber dem Vorjahr. Begünstigt wurde die ausgewiesene Umsatzentwicklung durch die erstmalige Berücksichtigung des Russland-Geschäftes, das seit dem Geschäftsjahr 2019/20 von der ehemaligen Otto Group Russia in die bonprix Gruppe integriert ist. Unter Einbeziehung der Aktivitäten in Russland konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr somit ein Umsatzplus von rund 10 Prozent realisiert werden. Die Rendite (EBIT) konnte [bonprix](#) im Vergleich zum Vorjahr leicht steigern. Für das laufende Geschäftsjahr 2020/2021 stellt sich das Hamburger Unternehmen vor dem Hintergrund der globalen Corona-Pandemie auf große Herausforderungen ein. Frühzeitig im 1. Quartal eingeleitete Maßnahmen zur Stabilisierung des operativen Geschäftsbetriebs zeigen positive Effekte.

Bilanzierung des Geschäftsjahres 2019/2020

„2019/2020 war ein sehr gutes Geschäftsjahr für bonprix. International haben wir über nahezu alle Märkte hinweg sehr positive Kund*innenentwicklungen und in vielen ost- und westeuropäischen Ländern hervorragende Umsatzentwicklungen verzeichnet“, kommentiert Dr. Kai Heck, verantwortlicher Geschäftsführer bei bonprix für den Finanzbereich, die vorläufigen Zahlen. „Besonders erfreulich ist für uns der positive Trend in unserem Heimat-

¹ Auf vergleichbarer Basis, also ohne Berücksichtigung des Russlandgeschäftes, hat die bonprix Gruppe im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatzzuwachs von 2,4 Prozent von über 1,57 Milliarden Euro auf rund 1,61 Milliarden Euro erwirtschaftet.

und Kernmarkt Deutschland, wo wir uns auf hohem Umsatzniveau wieder leicht verbessern konnten.“

Über 60 Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaftet bonprix im Ausland. Im vergangenen Geschäftsjahr erzielten nahezu alle internationalen Märkte sehr gute Wachstumsraten. Insbesondere Frankreich hat ein Rekordjahr absolviert und die höchsten Umsatz- und Renditezuwächse seit Beginn der Aktivitäten 1991 erreicht. In den letzten drei Jahren konnte die vertikal integrierte Modemarke den dortigen Umsatz kumuliert um 30 Prozent steigern und das Ergebnis verdoppeln. Weiterhin sehr stark zeigten sich auch die Schweiz, Österreich, die Niederlande und die Märkte in Osteuropa mit überwiegend zweistelligen Wachstumsraten im Umsatz.

Herausfordernd waren nach wie vor das russische und US-amerikanische Geschäft, aber auch hier hat bonprix Fortschritte gemacht. In den USA konnte sich die bonprix Marke VENUS durch den Fokus auf die digitale Transformation des lange Katalog-geprägten Geschäftes von den schwächeren Vorjahren erholen und den Umsatz annähernd auf Vorjahresniveau halten. In Russland wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr mit Hochdruck an vertrieblichen Maßnahmen gearbeitet, um das schwergängige, aber vielversprechende Geschäft wieder anzukurbeln – mit ersten positiven Effekten auf die Geschäftsentwicklung und das Ergebnis.

Auf dem deutschen Markt ist der Modeanbieter 2019/2020 beim Umsatz leicht über Vorjahresjahresniveau ausgestiegen. Damit konnte das Unternehmen trotz harter Wettbewerbsbedingungen im Modehandel von verbesserten Leistungen in Richtung Kund*in und der IT-Umstellung in 2018 profitieren und seinen größten Markt weiter ausbauen. [bonprix.de](https://www.bonprix.de) ist in Deutschland weiter an Position 2 der umsatzstärksten Webshops im Fashion-Bereich².

Aktuelle Entwicklungen unter Einfluss der Corona-Pandemie

Der Start in das Geschäftsjahr 2020/2021 ist auch bei bonprix stark von der Corona-Pandemie beeinflusst. International wurden insbesondere in der Zeit ab Mitte März in vielen Märkten deutliche Umsatzrückgänge im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet. Der Modeanbieter war frühzeitig mit den Entwicklungen in China und der schwierigen Situation im italienischen Markt konfrontiert. Ein internationaler Krisenstab wurde kurzfristig eingerichtet, um den Gesundheitsschutz der rund 4.000 Mitarbeiter*innen zu sichern und um die Implikationen auf die internationalen bonprix Märkte bestmöglich aufzufangen. Im 1. Quartal des laufenden Geschäftsjahres wurden zahlreiche vertriebliche Sofortmaßnahmen eingeleitet. Die Effekte sind positiv: Die Nachfrage hat sich in nahezu allen Märkten spürbar verbessert. Zu den eingeleiteten Maßnahmen zählen veränderte Services und Konditionen für die Kund*innen sowie eine angepasste Vermarktung von Sortimenten, die den aktuellen Kaufbedürfnissen entsprechen. So stehen zurzeit die Sortimente für bequeme Kleidung für zu Hause, Sportbekleidung und Outdoorjacken für Spaziergänge, aber auch Produkte aus dem Sortiment Home & Living im Fokus. In vielen dieser Segmente verzeichnet bonprix positive Umsatzentwicklungen in seinen internationalen Webshops.

² Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2019“ von EHI Retail Institute/Statista. Das Ranking basiert auf Umsatzzahlen.

Derzeit lässt der Modeanbieter zudem die in der Bevölkerung stark nachgefragten modischen „Mund-Nase-Masken“ aus Stoff produzieren. Diese nicht-medizinischen waschbaren Behelfsmasken für den Alltag werden ab etwa Mitte Mai im bonprix Webshop und im bonprix fashion connect Store in der Hamburger Mönckebergstraße angeboten.

„Die Corona-Pandemie ist für uns alle eine noch nie dagewesene krisenhafte Entwicklung mit langfristigen Folgen für die Wirtschaft, die sich heute noch nicht abschätzen lassen. Auch für bonprix können wir die Entwicklungen nicht seriös prognostizieren“, beschreibt Dr. Richard Gottwald, Vorsitzender der Geschäftsführung und zudem verantwortlich für den internationalen Vertrieb, die momentane Lage. „Unsere Märkte sind aktuell unterschiedlich stark betroffen. Gerade im Textilbereich wird es möglicherweise Herausforderungen in Bereichen wie der Beschaffung oder länderspezifischer Logistik geben, die nicht oder schwer zu beeinflussen sind. Aber wir sind permanent dabei, die äußerst volatile Situation zu analysieren und mit entsprechenden Maßnahmen effektiv gegenzusteuern.“

In der Vergangenheit ist es bonprix über die strategische Steuerung seines Marktportfolios mehrfach gelungen, kritische internationale Rahmenbedingungen erfolgreich zu kompensieren. Auch jetzt sieht Richard Gottwald das Unternehmen bei allen Unwägbarkeiten gut aufgestellt, um der aktuellen Krise zu begegnen und die Finanzkraft von bonprix zu sichern. „Ein agiles und sehr flexibles Krisenmanagement sowie eine aktionsgerechte kurzfristige Planung werden weiter die Leitplanken unseres wirtschaftlichen Handelns sein“, erklärt Richard Gottwald. „Wir tun alles dafür, den Geschäftsbetrieb stabil zu halten und unseren Kund*innen weiterhin ein komfortables Online-Shopping zu ermöglichen. Und ich bin zuversichtlich: Mit unserem engagierten Team und in enger und fairer Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Partnern werden wir dies erreichen.“

Bildmaterial

Unter www.bonprix.de/corporate/presse/ und auf Anfrage (Copyright: bonprix)

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kund*innen in 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 4.000 Mitarbeiter*innen weltweit. Im Geschäftsjahr 2019/2020 (29. Februar 2020) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1,74 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kund*innen Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder im fashion connect Store in Hamburg. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit über 85 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zehn umsatzstärksten Onlineshops und ist im Bereich Fashion die Nummer 2.* 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 sowie Home- und Living-Produkte.

*Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2019“ von EHI Retail Institute/Statista

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH

Katharina Schlensker: +49 (0)40 / 64 62-2070

Jan Starcken: +49 (0)40 / 64 62-6010

E-Mail: corporate@bonprix.net

Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse/