



Pressemitteilung

Berlin/Hamburg, 30. Januar 2020

bonprix „fashion connect“ gewinnt „Stores of the Year 2020“ Award

Der radikal kundenzentrierte, digital assistierte und lernfähige bonprix „fashion connect“ Store wurde am gestrigen Abend im feierlichen Rahmen des 16. Deutschen Handelsimmobilienkongresses in Berlin mit dem renommierten „Stores of the Year 2020“ Award mit einem Sonderpreis ausgezeichnet. Die Jury aus Handelsexperten würdigte den konsequenten Ansatz, der das Beste aus der Online- und Offline-Welt zu einem neu- und einzigartigen Shopperlebnis verbindet. Der Handelsimmobilienpreis „Stores of the Year“ wird jährlich seit 2005 vom Handelsverband Deutschland (HDE) an innovative und kreative Ladenkonzepte verliehen.

„In dem knapp einem Jahr seit der Eröffnung wurde uns immer wieder enormer Zuspruch und großes Interesse nicht nur von unseren Kundinnen, sondern auch von Medien, Experten, Mitbewerbern und der gesamten Branche entgegengebracht. Das zeigt, wie wichtig ein offener und transparenter Austausch ist, um gemeinsam die Retail-Welt von morgen zu gestalten“, sagt Rien Jansen, Geschäftsführer der bonprix Handelsgesellschaft und zuständig für die Bereiche Einkauf, Marketing und Retail. „Die Auszeichnung mit dem ‚Stores of the Year‘ Award kurz vor unserem einjährigen Bestehen ist eine weitere großartige Bestätigung für den mutigen Weg, den wir eingeschlagen haben und ich teile sie mit Stolz und Dankbarkeit mit allen, die am ‚fashion connect‘ Konzept mitwirken.“

Der bonprix „fashion connect“ Store wurde nach rund zweieinhalbjähriger Entwicklungszeit gemeinsam mit einem interdisziplinären Team aus bonprix Experten, Otto Group Spezialisten und externen Partnern – darunter u. a. dan pearlman, dgroup, Vizona, Mieloo & Alexander, apploft, GK Software und SAP – am 14. Februar 2019 in bester Innenstadtlage in der Hamburger Mönckebergstraße eröffnet. Geshoppt wird im Store per Smartphone, die bonprix App führt die Kundin durch den Einkaufsprozess. Seit dem ersten Tag läuft die Technologie stabil und zeigt die Möglichkeiten moderner Prozesse und digitaler Assistenz im Stationärhandel auf. Die Kundinnen liefern durch ihr kontinuierliches Feedback wichtige Erkenntnisse zur Weiterentwicklung des Konzeptes, das sich im Sinne des „lernenden Stores“ ständig verändert und um neue Features ergänzt wird. So sollen klassische Schwachstellen im Stationärhandel systematisch beseitigt und das Shopperlebnis immer komfortabler werden.

„Ohne unsere Kundinnen, die uns von Anfang an auf dieser Reise begleitet haben und die uns immer wieder wertvolle Impulse geben, hätten wir diese radikale Idee niemals

verwirklichen können,“ stellt bonprix Retail Geschäftsführer und Konzeptverantwortlicher Daniel Füchtenschnieder fest. „Gemeinsam entwickeln wir ‚fashion connect‘ jeden Tag ein Stück weiter und kommen unserer Vision vom Fully-Connected-Shopperlebnis stetig näher.“ Aktuell fokussiert sich bonprix auf das Ausschöpfen der Multichannel- und Retargeting-Potenziale des Konzepts. Ein wichtiger Meilenstein wird dabei die Einführung von Endless Aisle-Elementen im ersten Quartal sein, bei dem im Sinne des verlängerten Warenregals aus dem Store heraus Online-Bestellungen getätigt werden können.

Beim diesjährigen „Stores of the Years“ Award wurde bonprix für sein „fashion connect“ Konzept mit einem Sonderpreis ausgezeichnet. Der Sonderpreis würdigt besonders außergewöhnliche Ansätze, die einen eindeutigen Mehrwert gegenüber klassischen Ladenkonzepten aufweisen. Die Jury lobte vor allem die Weitsicht und den Mut von „fashion connect“, das auf einzigartige Weise den klassischen analogen Einkauf mit den Vorteilen der digitalen Onlineshopping-Welt vereine. Den Konsumenten erwarte ein revolutionäres Shopperlebnis, das sich durch Interaktion mit den Kunden und beständige Updates effizient weiterentwickelt und zum selbstlernenden intelligenten Future Store wird.

Der „Stores of the Year“ Award wurde bereits zum 16. Mal vom Handelsverband Deutschland (HDE) in insgesamt fünf Kategorien (Home/Living, Food, Fashion, Concept Store, Out of Line) sowie als Sonderpreis verliehen. Beurteilt wurden die Bewerbungen nach ihrem Innovationsgrad, dem Kundennutzen, ihrem Wertschöpfungspotenzial, dem Erlebniswert, ihrer Leitbildfunktion und dem Alleinstellungsmerkmal.

Weiterführende Links

<https://www.fashion-connect.store/>

<https://einzelhandel.de/veranstaltungenpreise/storesoftheyear>

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 rund 3.900 Mitarbeiter weltweit. Im Geschäftsjahr 2018/2019 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1.57 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 rund 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 & Living-Produkte.

**Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2018“ 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: <https://www.bonprix.de/corporate/presse/>