bonprix Handelsgesellschaft mbH

03.05.2023 – 10:43 Uhr

bonprix schließt Geschäftsjahr 2022/23 mit einem Umsatz von 1,76 Milliarden Euro ab - positive Entwicklungen in zahlreichen europäischen Märkten

Hamburg (ots) -

Vor dem Hintergrund herausfordernder makroökonomischer Bedingungen hat das internationale Modeunternehmen bonprix das Geschäftsjahr 2022/23 mit einem Umsatz von 1,76 Mrd. Euro (IFRS) beendet. Dies entspricht einem Umsatzrückgang von rund 9 Prozent gegenüber einem starken Vorjahr (1,94 Mrd. Euro). Einen deutlichen Anteil daran hatte der Rückzug des Unternehmens vom russischen Markt, der zu erheblichen Sonderbelastungen führte und den Gesamtumsatz der bonprix Gruppe um circa 3 Prozent minderte. Daneben war das Geschäft im Heimat- und Kernmarkt Deutschland von Konsumzurückhaltung geprägt, was ebenfalls zu einem Umsatzrückgang führte - mit dem Start in das neue Geschäftsjahr 2023/24 zeigen sich hier jedoch deutliche Erholungstendenzen. Vielfach gute Umsatzentwicklungen verzeichnete das Unternehmen dagegen im europäischen Ausland mit Zuwachsraten in über zehn Märkten. Seit März schärft bonprix mit neuem Logo und Markenauftritt sein Profil als internationale, digitale Fashion Brand. Auch personell gibt es Neuigkeiten: Carolin Klar ist seit Beginn des aktuellen Geschäftsjahres Mitglied der Geschäftsführung.

Steigende Kosten in vielen Lebensbereichen, Inflation und eine damit verbundene Verunsicherung bei den Verbraucher*innen haben im vergangenen Jahr das Konsumklima bestimmt und auch bei bonprix zu einer gebremsten Geschäftsentwicklung geführt. "Besonders im ersten Geschäftshalbjahr haben wir als Modeunternehmen die schwierigen konjunkturellen Bedingungen zu spüren bekommen, die sich in den einzelnen bonprix Ländern unterschiedlich ausgewirkt haben. Durch unsere flexible Steuerung des Markt- und Angebotsportfolios konnten wir im zweiten Geschäftshalbjahr bereits deutliche Verbesserungen erzielen. Besonders zufrieden sind wir mit den positiven Entwicklungen in vielen unserer europäischen Märkte", kommentiert Dr. Kai Heck, für den Finanzbereich verantwortlicher Geschäftsführer bei bonprix. Auch für das bereits gestartete Geschäftsjahr 2023/24 gilt es, die makroökonomischen Einflüsse auf das internationale Geschäft differenziert zu analysieren und daraus gezielte Maßnahmen abzuleiten: "So wollen wir auch zukünftig positive Tendenzen, wie aktuell auf dem deutschen Markt, für uns nutzen und ausbauen", ergänzt Kai Heck.

Internationale Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2022/23

Bei der Betrachtung der über 25 internationalen Märkte von bonprix ergibt sich ein gemischtes Bild. Die meisten europäischen Länder bewegen sich auf Vorjahresniveau, elf Märkte weisen positive Wachstumsraten auf.

- Die Mehrzahl der west- und nordeuropäischen Länder konnte positive Umsatzentwicklungen verzeichnen. Dazu zählen Österreich, die Schweiz, die Niederlande und Schweden, die jeweils einstellig zulegten. Sehr gut entwickelte sich das Geschäft in Norwegen mit einer Wachstumsrate von über 10 Prozent. Der noch junge Markt Finnland wuchs überproportional auf kleiner Umsatzbasis sogar dreistellig.
- In Osteuropa konnte Slowenien ein sehr erfreuliches Umsatzwachstum von mehr als 20 Prozent verzeichnen und auch Ungarn legte zweistellig zu. Polen und Rumänien bewegten sich im guten einstelligen Bereich.

- Nicht an die hohen Umsatzvorlagen aus dem Vorjahr anknüpfen konnten dagegen die Märkte Italien und Frankreich. Auch für die amerikanische Marke VENUS gestaltete sich das komplexe Marktumfeld weiterhin herausfordernd: bonprix beendet das Geschäftsjahr in den USA mit einem gering zweistelligen Umsatzrückgang und fokussiert mit Digitalmarketing-Maßnahmen weiterhin auf die digitale Transformation von VENUS.
- Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2022/23 beendete bonprix seinen Onlinehandel in Russland. Der Umsatzverlust in Höhe von fast 60 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr schmälerte den Gesamtumsatz der bonprix Gruppe um rund 3 Prozent.
- Im Heimat- und Kernmarkt Deutschland war bonprix - wie die gesamte Modebranche - mit einer ausgeprägten Konsumzurückhaltung als Reaktion auf steigende Preise und sinkende Kaufkraft konfrontiert und lag hier mit einem Umsatzrückgang von rund 8 Prozent auf Marktniveau des hiesigen Online-Handels*. Seit dem Start in das neue Geschäftsjahr 2023/24 zeigt sich im Deutschlandgeschäft eine positive Entwicklung mit ersten Erholungstendenzen.

Sortimentsseitig zeigten sich einige erfreuliche Nachfrageentwicklungen. Nach den Jahren der Pandemie gab es für die Kund*innen wieder mehr Möglichkeiten der Freizeitgestaltung, entsprechend wuchs besonders in der zweiten Geschäftsjahreshälfte 2022/23 das Interesse an Kleidern, Anlass- und Bademode - wichtigen Kernsortimenten von bonprix. Auch in der Kategorie Sport setzte sich die gute Entwicklung der Sortimentsnachfrage durch einen anhaltenden Outdoortrend weiter fort.

Neuerungen für das Geschäftsjahr 2023/24

Mit gleich zwei zentralen Veränderungen ist bonprix in das aktuelle Geschäftsjahr gestartet. Ein neuer visueller Auftritt stellt einen Meilenstein in der digitalen Markentransformation von bonprix dar. Das Unternehmen präsentiert sich zeitgemäß mit einem einzeiligen, schwarzen Logo, das gemeinsam mit dem Claim "Fashion made smarter" das Leistungsversprechen von bonprix auf den Punkt bringt: ein vielfältiges, modisches und immer nachhaltigeres Sortiment zu unverändert attraktiven Preisen. Noch in diesem Jahr werden weitere Schritte des Markenrelaunches folgen und für die bonprix Kund*innen an den Touchpoints der Marke sichtbar werden.

Einen Wechsel gab es in der Geschäftsführung von bonprix: Im März hat Carolin Klar die Position als Geschäftsführerin für die Bereiche Einkauf, Beschaffung und Corporate Responsibility übernommen und folgt damit auf Rien Jansen, der zum 28. Februar 2023 in den Ruhestand gegangen ist. In ihrer neuen Position hat sich Carolin Klar, zuvor Vice President Productmanagement bei bonprix, klare Fokusthemen gesetzt. Dazu gehören die Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette im Bereich Einkauf, um noch flexibler auf Kund*innenbedürfnisse und Marktveränderungen reagieren zu können, sowie das chancenorientierte Vorantreiben der Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens. Ein Beispiel dafür ist die erste eigene kreislauffähige Kollektion, die am 20. April 2023 gelauncht wurde.

Ausblick

"Gesamtwirtschaftlich bleibt die Lage volatil. In der Steuerung unseres internationalen Geschäftsmodells werden wir diesen Rahmenbedingungen mit hoher Flexibilität und Resilienz begegnen. Parallel konzentrieren wir uns auf unsere strategischen Digitalisierungsthemen als Fundament für eine nachhaltig positive Geschäftsentwicklung", gibt Dr. Richard Gottwald, Vorsitzender der Geschäftsführung bei bonprix und verantwortlich für den internationalen Vertrieb, einen Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr. Mit Blick auf den Markenrelaunch ergänzt er: "Im Sinne unserer Kund*innenzentrierung ist für uns die Weiterentwicklung von bonprix zur digitalen Modemarke elementar. Umso mehr freut es mich, dass der seit Beginn des laufenden Geschäftsjahres veränderte Markenauftritt so positiv wahrgenommen wird, der einen wichtigen strategischen Schritt für bonprix darstellt."

**Siehe dazu: Interaktiver Handel in Deutschland (2022). Verbraucherbefragung des bevh.* https://bevh.org/daten-studien/marktdaten

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreiches Mode- und E-Commerce-Unternehmen. 1986 als Katalog-Versandhändler in Hamburg gegründet, beschäftigt bonprix heute etwa 2.900 Mitarbeitende weltweit. Mehr als 16 Millionen aktive Kund*innen in über 25 Ländern shoppen vor allem in den bonprix Webshops und Apps Kleidung und Accessoires für Damen, Herren und Kinder sowie Home- und Living-Produkte. Als vertikale Fashion Brand vertreibt bonprix ausschließliche eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Im Geschäftsjahr 2022/2023 (28. Februar 2023) erwirtschaftete die bonprix Gruppe einen Umsatz von 1,76 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen in der Otto Group. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den größten Onlineshops und ist auf Platz 3 der Onlineshops mit dem Hauptproduktsegment Mode.**

***Quelle: Ranking umsatzstärkste Onlineshops "E-Commerce-Markt Deutschland 2022" von EHI Retail Institute/ecommerceDB*

Bildmaterial

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

Pressekontakt:

bonprix Handelsgesellschaft mbH
Katharina Schlensker:+49 40 6462 2070
Jan Starken: +49 40 6462 6010
E-Mail: corporate@bonprix.net
Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse

Medieninhalte

Die bonprix Geschäftsführung (v.l.n.r.): Markus Fuchshofen, Dr. Richard Gottwald, Carolin Klar, Dr. Kai Heck / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/59646 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100066789/100906158 abgerufen werden.