

Pressemitteilung

Hamburg, 29. September 2026

bonprix baut Cultural Marketing weiter aus und startet neues Podcastformat „Ladies Room“

Mit „Ladies Room“ hat bonprix am 28. September einen neuen Videopodcast rund um die Lebensrealität von Frauen ab 40 Jahren gestartet. In persönlichen Gesprächen spricht Journalistin und Podcasterin Paula Lambert in drei Folgen mit bekannten Gästinnen über Themen wie Körperbild, Beziehungen, Mutterschaft, Karriere, Selbstbestimmung und gesellschaftliche Erwartungen. Zu Gast sind Choreografin Nikeata Thompson, TV-Moderatorin Milka Loff Fernandes und Schauspielerin Wolke Hegenbarth.

Mit dem Format entwickelt das Modeunternehmen bonprix seinen Cultural-Marketing-Ansatz weiter und stellt die Interessen, Perspektiven und Erfahrungen seiner Kernzielgruppe in den Mittelpunkt: Frauen von 40 bis 60 Jahren. Bereits zum 40-jährigen Bestehen in diesem Jahr setzte die Fashion Brand mit der Kampagne „Forty & Fabulous“ auf eine Kommunikation, die unterschiedliche Lebensrealitäten von Frauen sichtbar macht. Daran knüpft „Ladies Room“ nun an.

Der Name des neuen Formats ist bewusst gewählt: Der „Ladies Room“, oder auch Damentoilette, steht sinnbildlich für einen Ort, an dem Frauen häufig offener, persönlicher und direkter miteinander ins Gespräch kommen als in anderen Situationen. Dieses vertraute Bild übersetzt bonprix in ein redaktionelles Talk-Format, das Erfahrungen, alltägliche Herausforderungen und persönliche Geschichten in den Fokus rückt.

„Für bonprix bedeutet Cultural Marketing, die Interessen und Bedürfnisse unserer Zielgruppe zu verstehen und unsere Markenkommunikation konsequent an ihrem Alltag auszurichten. Mode ist Teil ihres Alltags, aber nicht das einzige Thema, das sie bewegt. Deshalb wollen wir als Marke relevante Diskurse anstoßen und Perspektiven sichtbar machen, die Frauen ab 40 beschäftigen. Mit ‚Ladies Room‘ schaffen wir neue Anknüpfungspunkte zu unserer Zielgruppe und entwickeln Markenrelevanz über klassische Produktkommunikation hinaus“, erklärt Dr. Nicolai Johannsen, Chief Marketing Officer bei bonprix.

Drei Gespräche, drei Perspektiven

In drei Episoden spricht Paula Lambert mit prominenten Gästinnen Ü40: Im Gespräch mit Nikeata Thompson geht es um Körperbilder, gesellschaftliche Erwartungen an Frauen, Erfahrungen mit Rassismus und Fetischisierung sowie persönliche Krisen und die Wechseljahre. Bei Milka Loff Fernandes stehen das Verhältnis zum eigenen Körper, weibliche Scham, Sexualität und Selbstbild im Mittelpunkt. Wolke Hegenbarth thematisiert Mutterschaft, Partnerschaft, Selbstfürsorge, Existenzängste und unterschiedliche Lebensentwürfe. Dabei treten die Gästinnen nicht als Expertinnen auf, sondern teilen

persönliche Erfahrungen und individuelle Sichtweisen. Paula Lambert und ihre Gästinnen tragen Looks von bonprix, die ihre Persönlichkeiten unterstreichen und sich harmonisch in das stilvolle Setting der Gespräche einfügen.

Der [Trailer](#) zu „Ladies Room“ wird seit dem 25. September über Social Media sowie als Podcast-Werbung ausgespielt. Die [erste Folge mit Nikeata Thompson](#) ist seit dem 28. September verfügbar. Die weiteren Episoden erscheinen am 5. und 12. Oktober. Das Talkformat ist auf allen [gängigen Podcast-Plattformen](#) wie zum Beispiel Spotify sowie auf dem [bonprix YouTube-Kanal](#) abrufbar.

Das Konzept entstand gemeinsam mit der Agentur Kemmler Kemmler, produziert wurden die Episoden von Le Berg in Berlin.

Über bonprix

Mit Online-Shops in 16 europäischen Ländern und zusätzlichem B2B-Geschäft in mehreren Märkten bietet bonprix seiner überwiegend weiblichen Zielgruppe Fashion zu einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das im Jahr 1986 gegründete E-Commerce-Unternehmen erreicht heute jährlich etwa 10 Millionen aktive Kund*innen. Mit einem Umsatz von 1,1 Milliarden Euro in Europa im Geschäftsjahr 2025/2026 (1. März 2025 bis 28. Februar 2026) zählt bonprix zu den umsatzstärksten Markenkonzerten der Otto Group. Im Hamburger Headquarter und an den weiteren Standorten in Polen, Italien und Frankreich sind rund 1.400 Mitarbeitende beschäftigt.

bonprix steht für eigenproduzierte Mode in einer hohen Größen- und Stilvielfalt. Das umfangreiche Angebot umfasst Womenswear und Accessoires, ergänzende Sortimente für Männer und Kinder sowie ausgewählte Home- und Living-Produkte.

Weitere Informationen unter: bonprix.de/corporate

Pressedownload

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

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH

Marleen Kort:	+49 (0)40 6462 4053
Katharina Schlensker:	+49 (0)40 6462 2070
Maja Räger:	+49 (0)40 6462 6121
E-Mail:	corporate@bonprix.net