

Pressemitteilung

Hamburg, 16. April 2026

„Celebrating 40 in Style“: bonprix verbindet zum 40. Geburtstag Marke, Mode und Haltung

bonprix feiert in diesem Frühling 40-jähriges Jubiläum und startet zum runden Markengeburtstag eine große rund dreimonatige Vermarktungsoffensive. Für das Unternehmen ist dies die wichtigste integrierte und kanalübergreifende Kommunikationskampagne des Jahres. Unter dem Motto „Celebrating 40 in Style“ werden Frauen ab 40 in den Fokus gerückt: Frauen, die wissen, wer sie sind und was zu ihnen passt. Damit vollzieht bonprix bewusst den Schulterschluss mit seiner Zielgruppe. Am 16. April geht es los mit einem TV-Spot für den deutschen Markt sowie digitalen Onlineformaten, die in allen europäischen Kernmärkten ausgespielt werden, gefolgt von einer großflächigen Außenwerbekampagne am Hamburger Hauptbahnhof ab Anfang Mai. Im weiteren Verlauf gibt es zusätzliche, crossmedial verzahnte Maßnahmen sowie einen Kurzfilm mit deutschen Celebrities und ein Eventformat für Influencer und Medien.

„Unser Jubiläum ist weit mehr als ein Anlass zum Feiern“, sagt Dr. Nicolai Johannsen, Chief Marketing Officer bei bonprix. „Es ist vor allem eine Gelegenheit, unseren Kundinnen zu zeigen, welche Bedeutung sie für uns haben. Deshalb stellen wir ihr Lebensgefühl und Selbstverständnis in den Mittelpunkt und inszenieren Frauen in starken Looks mit klaren Botschaften.“ Aussagen wie „Ü40. Das Ü steht für überragend.“, „Angekommen. Und dabei verdammt gut angezogen.“ oder „Nichts sitzt besser als Erfahrung.“ unterstreichen die Markenpositionierung von bonprix und begegnen der Zielgruppe auf Augenhöhe: aufmerksam, wertschätzend und mit einem charmanten Augenzwinkern. Die Motive gehen dabei stets mit einer ausdrucksstarken Produktdarstellung einher: So prägt die zentrale Kategorie Kleider das Bild der Kampagne – passend zur Saison.

Auf allen Kanälen: 360-Grad-Kampagne mit Wiedererkennungswert

Der Kampagnenansatz wurde gemeinsam mit der Kreativagentur Wynken Blynken & Nod entwickelt, um die Marke bonprix kanalübergreifend während der Geburtstagsmonate erlebbar zu machen. Den Schwerpunkt bilden Mediamassnahmen im deutschen TV, online und in Social Media sowie im Bereich Out-of-Home (OOH) – mit der aufmerksamkeitsstarken Platzierung der Geburtstagsmotive ab Anfang Mai am Hamburger Hauptbahnhof als Highlight. Deutschlandweit werden zudem flächendeckend Out-Of-Home Frühlings-Visuals mit Kleidern geschaltet. Es gibt eine eigens erstellte Landingpage, die das Jubiläum über den gesamten Zeitraum hinweg inhaltlich auflädt. Gleichzeitig sorgen gezielte Vertriebsimpulse wie Rabattaktionen und ein Gewinnspiel für zusätzliche Aktivierung und unterstreichen die Preisattraktivität von bonprix Produkten.

Während des gesamten Kampagnenzeitraums wird das Jubiläum durch Printmaßnahmen begleitet, die sich mit attraktiven Angeboten insbesondere an Bestandskundinnen richten. Weitere Akzente setzen eine limitierte T-Shirt-Kollektion sowie europaweit gebrandete Versandkartons. So wird das Kampagnenerlebnis bis zur Haustür verlängert und schafft weitere Überraschungsmomente.

Das Signet „Celebrating 40 in Style“ zieht sich flächendeckend durch die Marketingmaßnahmen und ist auf allen eigenen Kanälen der Marke präsent, etwa im Webshop, der App, auf Social Media und im Katalog. „Mit dem Motto ‚Celebrating 40 in Style‘ setzen wir bewusst ein Zeichen, das die Haltung unserer Zielgruppe widerspiegelt: Frauen ab 40, die selbstbewusst und authentisch ihren Weg gehen. Gleichzeitig verbinden wir damit unsere Fashion-Kompetenz und machen deutlich, dass Mode bei bonprix nicht nur Produkt, sondern Ausdruck von Lebensfreude und Individualität ist. Das Signet ist das wiedererkennbare Element und schafft einen einheitlichen Auftritt, der unsere Jubiläumsfeier und die Positionierung als Fashion-Partner für Frauen in den Mittelpunkt stellt“, erklärt Daniel Krauß, Senior Brand Marketing Strategist und Kampagnenlead bei bonprix.

Kommunikationshighlights: Film und Event im Juni

Im Juni mündet die Geburtstagsaktivierung in einen Kurzfilm mit deutschen Celebrities sowie ein Event für Influencer, Medien und Kundinnen in Hamburg. Beide Formate greifen die Kampagne aus neuen Perspektiven auf, tragen sie emotional weiter und setzen zusätzliche überraschende Impulse. Entwickelt wurden sie gemeinsam mit der Agentur Kemmler Kemmler, die bei bonprix für den Bereich Cultural Marketing verantwortlich ist.

40 Jahre bonprix: Wachstum und Weiterentwicklung

Im Mai 1986 in Hamburg gegründet, hat sich bonprix in den Jahrzehnten von einem Versandhändler zu einer international erfolgreichen Fashion Brand entwickelt. Heute erreicht das Unternehmen der Otto Group Millionen Menschen in 16 europäischen Ländern. „Anlässlich unseres Geburtstags schauen wir vor allem nach vorn“, so Nicolai Johannsen. „Wir wollen die Marke konsequent und mit derselben Leidenschaft wie in den vergangenen 40 Jahren weiterentwickeln und auch zukünftig nah an den Lebensrealitäten unserer Kundinnen bleiben. Denn für sie entwickeln wir die Mode, die ihren Alltag begleitet und ihnen ermöglicht, ihren eigenen Stil selbstbewusst zu leben.“

Über bonprix

Mit Onlineshops 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 2025/26 (1. März 2025 bis 28. Februar 2026) zählt bonprix zu den umsatzstärksten Markenkonzepten der Otto Group. Im Hamburger Headquarter und an den weiteren Standorten in Polen, Italien und Frankreich sind mehr als 1.400 Mitarbeitende beschäftigt.

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

Weitere Informationen unter: bonprix.de/corporate

Pressedownloads

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

Pressekontakt

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