

## Pressemitteilung

Hamburg, 29. Oktober 2024

## Neue bonprix Modekampagne präsentiert Facetten des Winters

**Grau ist eine der Trendfarben der Saison. In der aktuellen Kollektion der Modemarke bonprix strahlt der Farbton in all seinen Schattierungen. Klare Linien und schmeichelnde Silhouetten stehen im Fokus des Sortiments an kuscheligen Strickwaren, klassischen Mänteln und lässigen Basics. Die aktuelle crossmediale Kampagne setzt noch bis zum 20. November die [Winterkollektion](#) ästhetisch in Szene und zeigt das große Spektrum der Kombinations- und Stylingmöglichkeiten edler Grautöne.**

### Balance zwischen Klassik und Modernität

Die neue Kollektion von [bonprix](#) setzt Grau als Trendfarbe der Saison in den Fokus und ist von minimalistischer Eleganz geprägt. Verschiedene Nuancen – von kühlem Silbergrau bis hin zu warmem Anthrazit – lassen sich mühelos kombinieren und eignen sich als Grundlage für stilvolle Ton-in-Ton-Looks. Die monochromen Outfits wirken besonders edel und die Kombination aus klaren maskulinen Linien und schmeichelnden femininen Silhouetten verleiht der Kollektion Modernität. Weite Mäntel, lässiger Denim und softer Strick ermöglichen ein trendiges Spiel aus Schnitten und Texturen für zahlreiche Styling-Optionen und moderne Layer Looks. Die Kollektion ist in den Größen 32 bis 52 erhältlich.

Carolin Klar, Managing Director Product, Sourcing & Corporate Responsibility bei bonprix, ist begeistert: „Mit unserer neuen Kollektion setzen wir nicht nur auf die Trendfarbe Grau, sondern feiern auch die zeitlose Eleganz des klassischen Looks. Jeder Style ist besonders inszeniert und erzählt seine eigene Geschichte. So kreieren wir für unsere Zielgruppe modische Inspirationen, die vielseitig, einzigartig und vor allem alles andere als farblos sind.“

### Crossmediale Kampagne

bonprix setzt bei der aktuellen Kampagne auf ausdrucksstarke und besonders kontrastreiche Fotografie und Bewegtbild. Die visuelle Präsentation hebt die Facetten der Grautöne sowie Produktdetails wie spezielle Materialien und raffinierte Schnitte hervor. Produziert wurde eine Vielzahl von Motiven, die maßgeschneidert auf ausgewählten Media-Kanälen aufmerksamkeitsstark in Szene gesetzt werden. Der Mediamix umfasst je nach länderspezifischer Strategie (Digital) Out of Home ((D)OOH), TV, Connected TV (CTV), Addressable TV (ATV), Display, Online Video Spots, Social Media Advertising (SMA) und YouTube. Zudem werden Influencer\*innen-Maßnahmen und Medienkooperationen realisiert.

Entwickelt wurde die Kampagne in Zusammenarbeit mit der Agentur Wongdoody. Geshootet wurde auf Teneriffa. Für die crossmediale Aussteuerung in Deutschland und der Schweiz verantwortlich zeichnet das Team von Mediaplus. Zudem werden die Kampagnenmotive in

allen europäischen Märkten in den jeweiligen Länder Webshops und Apps sowie eigenen Touchpoints wie Newslettern, Katalogen und organisch in Social Media eingesetzt.

Norbert Vallus, Art Director bei bonprix, sagt: „Unsere Gestaltung der Kampagne ist eine Hommage an die zeitlose Schönheit des Winters. Durch die gezielte Auswahl von Grautönen und minimalistischen Designs schaffen wir eine Atmosphäre, die sowohl modern als auch klassisch ist. Jedes visuelle Element wurde sorgfältig durchdacht, um den besonderen Clean Chic der Kollektion zu transportieren. Wir möchten, dass die Betrachter\*innen nicht nur die Mode sehen, sondern auch das Gefühl des Winters spüren, das wir in dieser Kampagne einfangen.“

## Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreiches Mode- und E-Commerce-Unternehmen. 1986 als Katalog-Versandhändler in Hamburg gegründet, beschäftigt bonprix heute knapp 2.500 Mitarbeitende weltweit. Rund 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 eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Im Geschäftsjahr 2023/24 (29. Februar 2024) erwirtschaftete die bonprix Gruppe einen Umsatz von 1,52 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen in der Otto Group. In Deutschland gehört [www.bonprix.de](http://www.bonprix.de) zu den größten Onlineshops und ist auf Platz 5 der Onlineshops mit dem Hauptproduktsegment Mode.\*

\*Quelle: Ranking umsatzstärkste Onlineshops „E-Commerce-Markt Deutschland 2024“ von EHI Retail Institute/ecommerceDB

## Logo, Bildmaterial und Spots

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

## Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH  
Katharina Schlensker: +49 (0)40 6462 2070  
Marleen Kort +49 (0)40 6462 4053  
E-Mail: [corporate@bonprix.net](mailto:corporate@bonprix.net)  
Presseportal: [www.bonprix.de/corporate/presse](http://www.bonprix.de/corporate/presse)