

## Pressemitteilung

Hamburg, 25. September 2024

### **Mit KI zur einheitlichen Markensprache: bonprix setzt eigenentwickelten Brand Language Converter ein**

**bonprix nutzt Künstliche Intelligenz für eine inspirierende und markenkonforme Kund\*innenkommunikation. Das internationale Modeunternehmen führt mit dem Brand Language Converter ein innovatives Generative AI Tool auf Basis von GPT-4 ein, das die einheitliche und konsistente Markensprache des Unternehmens über alle Kommunikationskanäle hinweg sicherstellt. Das Projekt wurde in enger Zusammenarbeit mit OSP (Otto Group Solution Provider) kreiert und anschließend in ogGPT, dem konzerneigenen KI-Assistenten der Otto Group, implementiert.**

Der Brand Language Converter ist speziell auf die [bonprix](#) Markensprache trainiert, die 2023 im Zuge des umfassenden [Marken-Relaunches](#) des Modeunternehmens eingeführt wurde. Ziel und Funktion des KI-Tools ist es, diese neue Markensprache unternehmensweit zugänglich zu machen und eine konsistent hohe Sprachqualität über alle Teams und Vermarktungskanäle hinweg zu sichern – insbesondere in der Kommunikation zu Kund\*innen. Damit ist der bonprix Brand Language Converter das erste KI-Projekt dieser Art innerhalb der Otto Group, das ein Large Language Model (LLM) auf die eigene Markensprache trainiert – ein Business Case mit Pioniercharakter.

#### **Vorteile für Mitarbeitende und Markensprache**

„Mit dem Brand Language Converter haben wir eine zukunftsweisende Lösung geschaffen, um unsere Markensprache intuitiv und unternehmensweit erlebbar zu machen. Das Tool spart Zeit, steigert die Effizienz und ermöglicht es uns, in allen Texten die klare bonprix DNA zu wahren“, erklärt Katharina Brakel, Brand Language & Copywriting Managerin bei bonprix und Creative Lead für das Tool. Weiter betont sie: „Unsere Markensprache soll Freude an Mode vermitteln, inspirieren und wichtige Werte wie Body Positivity transportieren. Der Brand Language Converter unterstützt uns dabei, diese Botschaften konsistent über alle Kanäle zu kommunizieren.“

Nach erfolgreichem Abschluss der Beta-Phase im Sommer 2024 ist der Brand Language Converter nun voll im Einsatz und wird bereits von hunderten Mitarbeitenden, insbesondere in den Bereichen Online- und Printmarketing, genutzt. Mit bis zu 1.000 Einsätzen pro Monat dient das Tool als virtueller Sparring-Partner für die Prüfung und Erstellung markenkonformer Texte.

## **Blick hinter die Kulissen: Wie arbeitet bonprix mit dem Tool?**

Der Brand Language Converter kann zwei Arten von Eingaben verarbeiten: Zum einen prüft das Tool jeden beliebigen Text auf Markenkongruenz und übersetzt diesen inhaltlich in die bonprix Markensprache. Ein Anwendungsbeispiel: Wird der sehr negativ konnotierte Satz „Zu viele Kilos auf den Hüften? Mit diesen Jeans mogelst Du eine schlanke Linie.“ in das Tool eingegeben, erhält man mit „Finde Deinen perfekten Jeans-Fit – von curvy bis sportlich, von tall bis petite.“ eine positive und bonprix markenkongruente Übersetzung. Da das Tool auf generativer KI basiert, können User\*innen mit erneuter Generierungsaufforderung weitere Übersetzungen kreieren und so stets mit dem bestmöglichen Output arbeiten.

Zum anderen lassen sich brandkongruente Texte direkt frei formulieren, zum Beispiel für Social-Media-Beiträge oder Newsletter. Aktuell können diese Eingaben auf Deutsch verarbeitet werden, weitere Sprachen sind in Planung.

Die bonprix Mitarbeitenden nutzen das Tool via ogGPT – dem unternehmenseigenen, datenschutzkonformen KI-Assistenten der Otto Group, der im September 2023 eingeführt wurde. Dort ist der Brand Language Converter als CustomGPT implementiert und kann ganz einfach und nutzerfreundlich per Browseranwendung aufgerufen werden.

## **Zukunftsperspektiven**

„In einer zunehmend digitalisierten Welt ist eine identitäre Markenkommunikation unerlässlich, um in der Flut an Informationen aufzufallen. Der Brand Language Converter ist ein wichtiger Baustein, um unsere Botschaften prägnant und emotional bei unseren Kund\*innen zu platzieren“, erklärt Lars Gerber, Vice President Brand & Content Direction bei bonprix. Auch für andere Anwendungsbereiche sieht er mögliche Potentiale: „Der Brand Language Converter zeigt, wie effizient und effektiv KI bei der Entwicklung von Sprache assistieren kann. Wir sammeln damit spannende Erfahrungen und können uns mit Blick auf andere Zielgruppen wie beispielsweise Talente auf dem Arbeitsmarkt perspektivisch eine Weiterentwicklung des Tools vorstellen.“

bonprix investiert bereits seit mehreren Jahren in Künstliche Intelligenz und profitiert von der hohen Lernfähigkeit eigenentwickelter Anwendungen. Der Brand Language Converter verdeutlicht erneut den Anspruch der digitalen Modemarke, durch den Einsatz neuer Technologien und KI-Lösungen in sämtlichen Bereichen der Organisation das bestmögliche Produkt, Shopperlebnis und eine emotionalisierte Ansprache der Kund\*innen zu realisieren.

## Event-Tipp: bonprix Digi Day 2024

*Am Donnerstag, den 26. September 2024, findet der bonprix Digi Day statt, der unter dem Motto „All about the customer: driving digital innovation“ steht. In einer Online-Session von 14:30 bis 15:10 Uhr gibt Katharina Brakel exklusive Einblicke in die Funktionsweise des Brand Language Converters und zeigt, wie das Tool die konsistente Markenkommunikation unterstützt. Interessierte können ohne Anmeldung unter folgendem Link kostenfrei teilnehmen: <https://oq2.me/M6wCkK>*

## 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 12 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 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 4 der Onlineshops mit dem Hauptproduktsegment Mode.\*

\*Quelle: Ranking umsatzstärkste Onlineshops „E-Commerce-Markt Deutschland 2023“ von EHI Retail Institute/ecommerceDB

## Logo- und Bildmaterial

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)