



bon
prix
it's me!

Case Generation // Altersvielfalt bei bonprix

Ein Einblick in den aktuellen Stand der
Initiative

Hamburg – 05.12.2022

Agenda

1. Daten & Fakten zu bonprix
2. Entstehung Initiative Case Generation
3. Aktuelle Fragen & Herausforderungen
4. Kontakt

Fakten

international
erfolgreiches
Modeunternehmen

1,94 Mrd. €
Jahresumsatz*

Platz 12
Online Shop,
Platz 3 Online
Fashion Shop
in Deutschland**

eigenständig
flexibel
profitabel
renditestark

15 Mio. aktive
Kund*innen in rund
30 Ländern

in Hamburg rund
1.400
Mitarbeitende aus
unterschiedlichen
Generationen

* Geschäftsjahr 2021/2022 nach IFRS.

** Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2021“ von EHI Retail Institute/Statista.





Entstehung und Einordnung der Case Generation

Aktuelle Diversity-Initiativen bei bonprix

diversity
@bonprix

bEQUAL
be QUEER. be ALLY. we're EQUAL.

FAIR*GENDER
AGENDA

diverseIT

CASE CROSS-AGE
STRENGTH & EXPERIENCE
GENERATION

Warum ist Altersvielfalt wichtig für bonprix?

Vielfältige
Perspektiven

Gegenseitiges
Verstehen

Unterschiedliche
Lösungsansätze

Unterschiedliche
Arbeitsweisen &
Erfahrungen

Mehr Innovationen durch
besseren Austausch

Know-how
Transfer

Besseres
Verstehen der
Kundin

Außenwirkung auf
den Arbeitsmarkt

Breiteres personelles
Netzwerk

Motivation und
Zufriedenheit durch
gegenseitigen Austausch

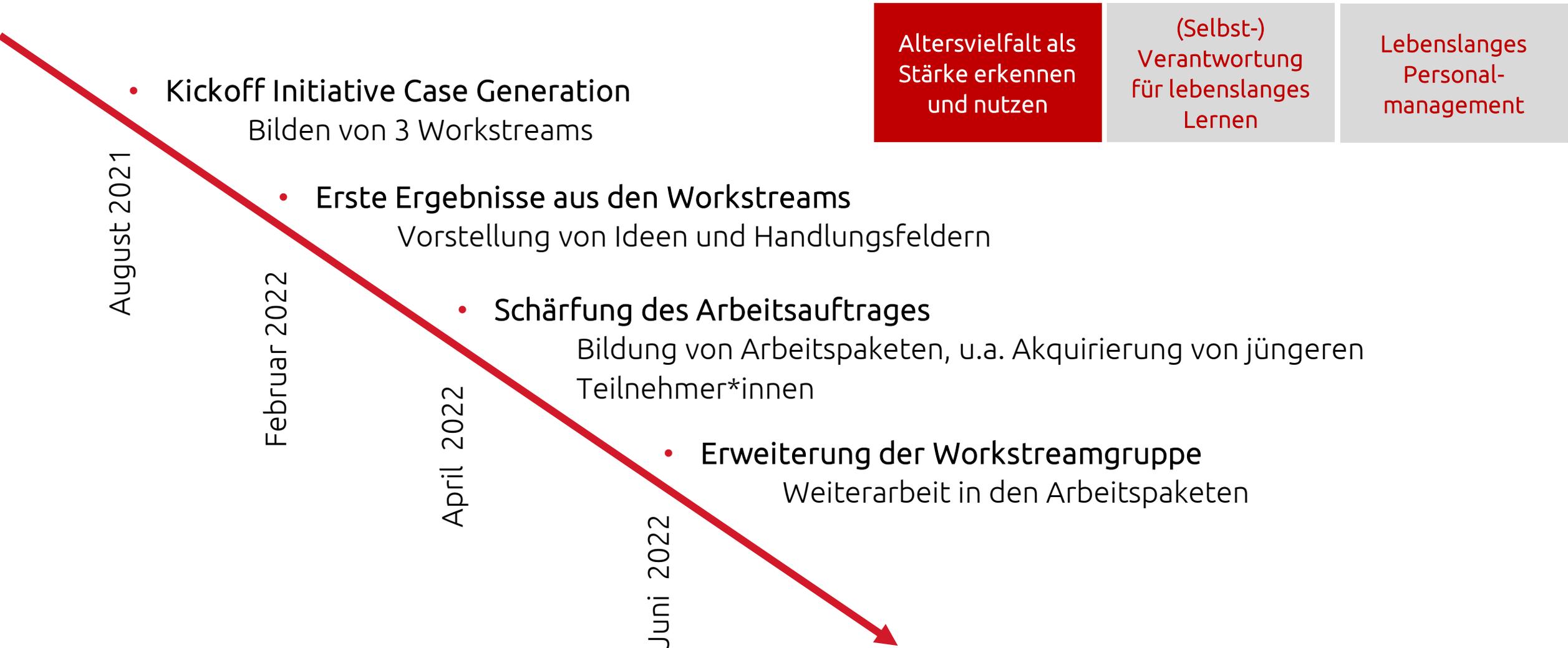


„Ich möchte, dass die Erfahrung und die Gelassenheit der Älteren eine Verbindung eingehen mit dem Ungestüm und der Neugier der Jugend. Und ich bin sicher: Wo das gelingt, da kommt Gutes heraus.“

Horst Köhler, 2007



Entstehung und Chronik der Case Generation



Case Generation Workstreams

Es gibt eine Vielzahl von Handlungsfeldern, jeder Workstream hat einen Fokus gesetzt.

Workstream 1
Altersvielfalt
als Stärke



Warum ist die Altersvielfalt für bonprix wichtig?

- Zielbild erarbeiten
- Was zeichnet unterschiedliche Generationen bei bonprix aus?
- Aufdecken von Handlungsfeldern bei bonprix
- Generationsübergreifende Austauschformate schaffen

Workstream 2
Lebenslanges
Lernen



Stärkung der Lernkultur durch Methoden & Angebote

- Motivieren zu lernen und lernen priorisieren
- Vernetzung fördern, Feedbackkultur ermutigen, kollegiale Fallberatung, Retrospektive, Jobrotation, Hospitation etc.

Workstream 3
Lebenslanges
Personal-
management



Strategische Personalplanung & Modelle für den altersbedingten Ausstieg

- Aufdecken von Handlungsfeldern bei bonprix
- Entwicklung von Maßnahmen und Tools zur Hilfestellung für den Generationswechsel

Aktuelle Fragen und Herausforderungen

Aktuelle Arbeitspakete & Herausforderungen

Beschaffung von internen HR-Zahlen

- Schwieriger Zugang aufgrund von Datenschutz
- Nicht immer aussagekräftig

Sichtung von externen Studien & Prüfung von internen Erhebungen

- Interne Befragung sehr aufwändig & komplex
- Externe Studien und Erhebungen kaum verfügbar

Entwicklung von Maßnahmen

- Abhängigkeit von vorangestellten Arbeitspaketen
- Unklare Botschaft
- Fehlendes Budget

Unsere Fragestellungen



Unsere Fragen und Anregungen

- Wie erfasse ich Alter als einzige Dimension?
- Ist die Einordnung in Generationen kontraproduktiv?
- Ist Mindset eine eigenständige Dimension oder ein Resultat aus Einflüssen?
- Welche Studien kennt ihr zu dem Thema Altersdiversität?
- Welche Maßnahmen habt ihr bereits umgesetzt oder an welchen arbeitet ihr?
- Habt ihr weitere Kommentare, Gedanken...?

A close-up photograph of two women smiling warmly. The woman on the left has long, wavy brown hair with bangs and is wearing a light grey cardigan. The woman on the right has dark, wavy hair and is wearing a black top. She has her hand gently resting on the shoulder of the woman on the left. The background is a plain, light grey wall.

**bon
prix**
it's me!

**Danke für eure
Aufmerksamkeit**

Kontakt



Alexa Wilken

Assistentin der Bereichsleitung

Katharinaalexa.Wilken@bonprix.net



Lars Kirmis

Controlling Specialist

Lars.Kirmis@bonprix.net



Lara Jagonoy

Digital Category Marketing
Managerin

Lara.Jagonoy@bonprix.net