

P R E S S E M I T T E I L U N G

**Der e-Star „bevh Young Business“ 2014 geht an
BLOOMY DAYS**

Berlin/Frankfurt, 8. Oktober 2014 Am gestrigen Abend wurden im Rahmen der Leaders' Lecture und Award Ceremony des etailment Summit 2.014 im Berliner Flughafen Tempelhof der e-Star „bevh Young Business“ verliehen.

Der Preis wird gemeinsam vom Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), dem Deutschen Fachverlag (dfv) und dessen Tochter The Conference Group verliehen. Er würdigt Unternehmen, die in den ersten acht Jahren nach ihrer Gründung einen mindestens mittleren sechsstelligen und operativ profitablen Umsatz erzielt haben.

Der Gewinner in diesem Jahr heißt BLOOMY DAYS. Das 2012 gegründete Unternehmen basiert auf dem Konzept eines Blumen-Abos: Zum Festpreis bekommt man wöchentlich, im Zwei-Wochen-Takt oder einmal im Monat frische und persönlich ausgewählte Blumen ins Büro oder nach Hause geliefert. Laudator Ulrich Betzold zur Entscheidung der Jury: „Der aus meiner Sicht wichtigste Punkt für die Entscheidung war, dass BLOOMY DAYS von allen nominierten der einzige Game-Changer war. Hier wurde nicht nur ein Sortiment aus der Offline-Welt in den Distanzhandel überführt, sondern dabei gleich noch eine der zentralen Schwächen dieses Sortiments in eine Stärke verwandelt. Dadurch, dass die Margen im stationären Blumenhandel aufgrund der sehr hohen Verderbquote ebenfalls sehr hoch sein müssen, konnte Bloomy Days mit seinem exakt planbaren Absatz (ohne Verderb) sehr erfolgreich sein, bei gleichzeitig besserer Qualität. Während beim stationären Blumenhändler zunächst die älteren und von Verderb bedrohten Schnittblumen verarbeitet werden, liefert BLOOMY DAYS auftragsbezogen frisch geschnittenen Blumen ohne Zwischenlagerung im Geschäft.“

Zudem ist insbesondere bei gewerblichen Abnehmern das Abomodell ein Bequemlichkeitsfaktor. Der stets frische Blumenstrauß in der Anwaltskanzlei, in der Vorstandsetage oder auch am Empfangstresen eines Wirtschaftsverbandes zählt zu den typischen C-Gütern, deren immer wiederkehrende Beschaffung durch die Arbeitszeit fast mehr kostet als der Artikel selbst. Das Blumenabonnement stellt hier eine kostengünstige Problemlösung dar.“

Kontakt:**Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)**

Franziska Solbrig

Presseabteilung

Telefon +30 2061-385 16, 0162 252 52 68

franziska.solbrig@bevh.org

www.bevh.org, www.katalog.de, www.twitter.com/bevh_org

dfv Mediengruppe

Ann-Kristin Müller

Telefon +49 69 7595-2051

presse@dfv.de

www.dfv.de

Über den Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Dank E-Commerce und Internet ist der Versandhandel so vital wie nie. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Die Branche setzt aktuell jährlich im Privatkundengeschäft allein mit Waren rund 40 Mrd. Euro um. Der Online-Handel mit Waren hat daran einen Anteil von über 80 Prozent. Der jährliche Gesamtumsatz im Geschäft mit gewerblichen Kunden wird auf mindestens 8,8 Mrd. Euro geschätzt. Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Über die dfv Mediengruppe

Die dfv Mediengruppe mit Sitz in Frankfurt am Main gehört zu den größten konzernunabhängigen Fachmedienunternehmen in Deutschland und Europa. Ihr Ziel ist es, Menschen in ihrem Beruf und ihrem Geschäft erfolgreicher zu machen. Mit ihren Töchtern und Beteiligungen publiziert sie über 100 Fachzeitschriften für wichtige Wirtschaftsbereiche. Viele der Titel sind Marktführer in den jeweiligen Branchen. Das Portfolio wird von über 100 digitalen Angeboten sowie 500 aktuellen Fachbuchtiteln ergänzt. Über 140 kommerzielle Veranstaltungen, beispielsweise Kongresse und Messen, bieten neben Informationen auch die Chance zu intensivem Netzwerken. Die dfv Mediengruppe beschäftigt 1.000 Mitarbeiter im In- und Ausland und erzielte 2013 einen Umsatz von rund 145 Millionen Euro.
