

Hamburg, 24. September 2025

Erster E-Lkw: bonprix setzt auf E-Mobilität

Mit seiner CR-Strategie „positive choice“ treibt bonprix das Thema Nachhaltigkeit kontinuierlich voran. Ein zentraler Baustein ist die Reduktion von Treibhausgas-Emissionen, inklusive Maßnahmen zur nachhaltigeren Gestaltung der Lieferkette. Hier setzt das Modeunternehmen nun im inländischen Transport an: Seit dem 1. Juli 2025 ist der erste E-Lkw für bonprix auf Deutschlands Straßen unterwegs und spart auf seiner Strecke zwischen Hamburg und Haldensleben rund 46,5 Tonnen CO₂ pro Jahr gegenüber einem Diesel-Lkw. Gemeinsam mit SupplyX, einem Logistikunternehmen der Otto Group, setzt bonprix somit ein starkes Zeichen für klimafreundlicheren Transport.

„Wir bei bonprix verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz, um Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette zu forcieren – von der Materialauswahl über die Produktion bei unseren Lieferanten bis hin zum Transport. Darum freuen wir uns, mit unserem ersten bonprix E-Lkw unser nachhaltiges Handeln auch auf die Straße auszuweiten“, kommentiert Stefanie Sumfleth, Vice President Corporate Responsibility, Technical Product & Sourcing bei bonprix, die Entscheidung für den E-Lkw. „Unsere Vision ist, dass E-Mobilität im Güterverkehr eine wachsende Rolle spielt, sodass der Versandhandel insgesamt Emissionen einspart und klimafreundlicher wird.“

Das Ziel von bonprix ist es, auf der gesamten Transportkette Treibhausgas-Emissionen zu reduzieren.¹ Erreicht werden soll das unter anderem durch die Senkung des Luftfrachtanteils, den verstärkten Einsatz von CO₂-reduzierten Treibstoffen in der Seefracht, den Einsatz von Binnenschiffen sowie die kontinuierliche Optimierung der Landtransporte. Auch der neue E-Lkw zählt nun auf die angestrebte Emissionsreduktion ein.

„100 % Mode, 0 Emissionen“ – E-Lkw trägt zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes bei

Zwei Mal täglich transportiert der E-Lkw Container vom Hamburger Hafen ins Lager der Hermes Fulfilment GmbH in Haldensleben bei Magdeburg. Das Versandzentrum lagert und kommissioniert mittlerweile fast ausschließlich Waren von [bonprix](#) und übergibt sie dann an die europaweite Distribution. Allein auf der Strecke vom Hamburger Hafen bis zum Hermes Fulfilment Lager ergibt sich durch den Wechsel vom Diesel-Lkw auf einen E-Lkw mit Ökostrom eine jährliche Einsparung von rund 46,5 Tonnen CO₂. Das entspricht 350 Flügen von Hamburg nach Mallorca und zurück. Das Fahrzeug ist mit einem bonprix Branding foliert, das eigens für dieses Fahrzeug kreiert wurde. Die Aufschrift „100 % Mode, 0 Emissionen“ verbindet aufmerksamkeitsstark Mode mit Nachhaltigkeit.

¹ bonprix hat sich zum Science-Based Target der Otto Group verpflichtet, die absoluten Treibhausgas-Emissionen bis zum Ende des Geschäftsjahres 2031/32 im Vergleich zum Geschäftsjahr 2021/22 um 42 Prozent zu senken.

„Unser erster E-Lkw markiert einen bedeutenden Meilenstein: Im Bereich Frachten und Transporte liegt großes Potenzial, das wir gezielt ausschöpfen möchten – insbesondere mit Blick auf die Reduktion von Treibhausgas-Emissionen. Damit erweitern wir unser Engagement entlang der gesamten Lieferkette“, betont Jochen Heuer, Head of Supply Chain bei bonprix.

Langjährige Partnerschaft mit SupplyX unter dem Dach der Otto Group

Mit dem E-Lkw-Projekt führt bonprix seine langjährige Zusammenarbeit mit SupplyX fort, einem führenden Spezialisten für digitale Logistiklösungen. Beide Unternehmen agieren unter dem Dach der Otto Group. bonprix ist nun eine der ersten Konzerngesellschaften, die mit einem elektrisch angetriebenen Lkw Waren transportiert. Gemeinsam mit SupplyX setzt bonprix außerdem eine Digitalisierungsinitiative zum Tracking von Transporten um und plant ein Projekt zur Reduktion von Emissionen in der Supply Chain.

Die Bedeutung dieser Kooperation unterstreicht Necla Aci, Key Account Manager bei SupplyX: „Unser Anspruch ist es, die E-Mobilität in der gesamten Otto Group voranzubringen. Der erste E-Lkw von bonprix, bereitgestellt vom Fuhrunternehmen Contrail, markiert dabei einen wichtigen Schritt. Dieses Projekt ist ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Kollaboration von bonprix und SupplyX und zeigt, wie wir gemeinsam einen Beitrag zum Klimaschutz leisten.“

Über bonprix

Mit Online-Shops 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 1,24 Milliarden Euro in Europa im Geschäftsjahr 2024/2025 zählt bonprix zu den umsatzstärksten Markenkonzepten der Otto Group. Im Hamburger Headquarter und an den weiteren Standorten in Polen, Italien und Frankreich sind rund 1.500 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](https://www.bonprix.de/corporate)

Über SupplyX

SupplyX ist ein führender Spezialist für digitale Logistiklösungen mit Fokus auf der Optimierung der Lieferkettenperformance. Mit Niederlassungen in Vietnam und Polen und strategischen Partnerschaften in Indien, Pakistan, Bangladesch, China, USA und weiteren Ländern bietet SupplyX umfassende Services in den Bereichen der Beschaffungs- und grenzüberschreitenden Logistik sowie des strategischen Supply Chain Managements.

Pressedownloads

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

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH

Marleen Kort: +49 (0)40 6462 4053

Katharina Schlensker: +49 (0)40 6462 2070

Maja Räger: +49 (0)40 6462 6121

E-Mail: corporate@bonprix.net