

Pressemitteilung

Hamburg, 01. Oktober 2020

bonprix präsentiert vierte Sustainable Collection und plant Ausweitung nachhaltiger Styles im Gesamtsortiment

Der Fokus der vierten Sustainable Collection, die bonprix heute in Deutschland und 19 weiteren Ländern launcht, liegt erneut auf innovativen Materialien und Bio-Baumwolle. So sind unter den insgesamt 25 neuen Styles erstmals Artikel aus nachhaltigem Fleece und Cord – und auch mit dem Grünen Knopf zertifizierte Kleidung ist dabei. Die Kollektion zeigt einmal mehr den Anspruch von bonprix, faire und umweltbewusst hergestellte Mode im Sortiment zu verankern. 2021 will das Unternehmen der Otto Group die Anzahl nachhaltiger Artikel über alle Sortimente hinweg weiter deutlich steigern.

Ab heute können Kund*innen bei [bonprix](#) insgesamt 25 neue nachhaltige Styles der vierten Sustainable Collection shoppen. Von klassischen Steppjacken und -westen über Denim-Produkte sowie Kleider und Oberteile in weicher Viskose-Qualität bis hin zu Artikeln aus angesagtem Cord – die nachhaltige Herbst/Winter-Kollektion bietet modische, bequeme Casual-Wear für die kalte Jahreszeit.

Schon zum vierten Mal setzt bonprix mit einer nachhaltigen Sonderkollektion auf ressourcenschonende, nachhaltig produzierte Mode aus Materialien wie Bio-Baumwolle, aus PET-Flaschen recyceltem Polyester, [TENCEL™ Lyocell](#) und [LENZING™ ECOVERO™](#), der derzeit ökologischsten Viskose-Faser auf dem Markt. Neu in der Verarbeitung sind Stretch-Cord und Fleece aus Bio-Baumwolle sowie ein eigens produzierter Stoff aus [LENZING™ ECOVERO™](#) in der bei bonprix Kund*innen beliebten „Punto di Roma“ (dicht gewebter Jersey) Qualität. Auch nachhaltige Accessoires kommen wieder zum Einsatz: Knöpfe und Reißverschlüsse enthalten Tape aus recyceltem Polyester, das zur Einsparung von Wasser, Energie und Chemikalien bei der Produktion beiträgt.

Zwei Styles aus der Sustainable Collection sind zudem mit dem [Grünen Knopf](#) zertifiziert. Das Siegel, das vor einem Jahr vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung ins Leben gerufen wurde, stellt strenge soziale und ökologische Anforderungen an die Produktion von Textilien und gibt den Verbraucher*innen somit wertvolle Orientierung. bonprix beschloss früh, diese Initiative zu unterstützen, und startete Anfang 2020 mit einer Grünen Knopf Babykollektion.

Auch mit der Herbst/Winter-Saison gibt es eine Reihe an neuen nachhaltigen Styles, damit auch die jüngsten bonprix Kund*innen modisch gerüstet für die kommende Jahreszeit sind. Insgesamt bringt bonprix in diesem Jahr 160 Artikel mit dem Grünen Knopf für Babys ins Sortiment.

Mehr nachhaltige Artikel im Gesamtangebot ab 2021

„Mit unseren nachhaltigen und zertifizierten Produkten werden unsere vielfältigen Corporate Responsibility-Aktivitäten für unsere Kund*innen anfassbar und erlebbar. Diesen Weg wollen wir konsequent weitergehen und unseren Anteil an nachhaltigen Produkten 2021 noch weiter erhöhen – und zwar im gesamten Mode- und auch Living-Sortiment“, erklärt Rien Jansen, Geschäftsführer Einkauf, Marketing und Retail bei der bonprix Handelsgesellschaft und Verantwortlicher für die Corporate Responsibility-Strategie, und macht damit deutlich, dass das Engagement im Bereich Nachhaltigkeit bei bonprix weiterhin oben auf der Agenda stehen wird.

Weiterführende Links

www.bonprix.de/corporate/verantwortung
www.gruener-knopf.de

Bildmaterial

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

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kund*innen in 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 4.000 Mitarbeiter*innen weltweit. Im Geschäftsjahr 2019/2020 (29. Februar 2020) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1,74 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kund*innen Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder im fashion connect Store in Hamburg. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit über 85 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zehn umsatzstärksten Onlineshops und ist im Bereich Fashion die Nummer 2.*

Mit den Eigenmarken bpc, bpc selection, BODYFLIRT, RAINBOW und John Baner vertreibt bonprix ausschließlich eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Sortiment umfasst Damen-, Herren- und Kindermode, Accessoires sowie Home- und Living-Produkte.

*Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2020“ von EHI Retail Institute/Statista

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH
Marleen Kort: +49 (0)40 / 6462 4053
Jan Starken: +49 (0)40 / 6462 6010
E-Mail: corporate@bonprix.net
Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse