

Pressemitteilung

Hamburg, 20. April 2023

Circular Collection: bonprix launcht erste Kollektion mit kreislauffähiger Mode

Sommerliche kreislauffähige Styles für Damen, Herren und Kinder stehen im Fokus der ersten Circular Collection, die die internationale Modemarke bonprix heute präsentiert. Das Design ist auf Recyclingfähigkeit und Langlebigkeit ausgerichtet und basiert auf den Circular Design Criteria des Berliner Unternehmens circular.fashion. Neben dem Einsatz nachhaltigerer Materialien rückt damit im Entwicklungsprozess nun auch das Ende des Lebenszyklus eines Produktes und das Recycling in den Blick. Für Herbst 2023 wird bereits eine zweite Circular Collection entwickelt. Außerdem unterstützt bonprix ab Juni das Sozialunternehmen Plastic Bank dabei, Plastikmüll wieder in den Wertstoffkreislauf zu bringen.

bonprix launcht die erste [Circular Collection](#) und erreicht damit ein wichtiges Etappenziel im Rahmen seiner Corporate Responsibility (CR) Strategie „positive choice“. Teil dieser Strategie ist etwa die konsequente Steigerung des Anteils nachhaltigerer und entsprechend zertifizierter Materialien in den Kollektionen. Außerdem treibt das Modeunternehmen Kreislauffähigkeit voran. Seit 2021 bietet bonprix bereits kreislauffähige Produkte an, die mit dem [Cradle to Cradle Certified®](#) in Silber zertifiziert sind, weil sie ausschließlich biologisch abbaubare Materialien enthalten. Mit der Circular Collection baut die Modemarke ihr Angebot recyclingfähiger Artikel jetzt weiter aus.

„Die Kreislauffähigkeit von Konsumgütern zu erreichen, ist eine zentrale wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Aufgabe – und fordert uns besonders in der Textilindustrie. Mit Blick auf Design und Produktion sind eine neue Herangehensweise und Zusammenarbeit notwendig. Bei der Entwicklung der ersten Circular Collection haben wir viele Erfahrungen sammeln können, die einen großen Einfluss darauf haben, wie wir künftig Mode kreieren wollen“, erklärt Stefanie Sumfleth, Bereichsleiterin Corporate Responsibility & Technical Product bei bonprix.

Etablierung kreislauffähiger Designkriterien mit circular.fashion

Um ein Produkt kreislauffähig zu gestalten, muss sein gesamter Lebenszyklus betrachtet und bereits die Weiternutzung der Rohstoffe mitgedacht werden. Dies erfordert ein verändertes Vorgehen im gesamten Design- und Produktionsprozess. bonprix hat sich für diese Herausforderung Unterstützung bei dem Berliner Unternehmen [circular.fashion](#) gesucht, das bereits mit weiteren namhaften Modeunternehmen weltweit kooperiert.

Ein interdisziplinäres bonprix Team hat gemeinsam mit circular.fashion die bestehenden Prozesse und Prinzipien um sogenannte Circular Design Criteria erweitert. Diese basieren auf drei Säulen: einem Design mit Materialien aus gesunden, erneuerbaren und/oder recycelten Rohstoffen, Recyclingfähigkeit sowie Langlebigkeit.

Ina Budde, Mitgründerin und Geschäftsführerin von circular.fashion, kommentiert: „Wir freuen uns, dass wir mit bonprix einen weiteren wichtigen Akteur und Vorreiter in der Fashion-Branche dabei unterstützen konnten, Kriterien und Prozesse zu etablieren, um kreislauffähigere Mode zu entwerfen und zu vermarkten. Wir arbeiten damit auf ein gemeinsames Ziel hin: eine zukünftig geschlossene Kreislaufwirtschaft.“

Die Kollektion

Die Pilotkollektion umfasst Styles für Damen, Herren und Kinder. Sie ist auf zeitlose und langlebige, gleichzeitig modische Artikel ausgelegt, an denen die bonprix Kund*innen lange Freude haben sollen. Ein Highlight und zentrales Stück der Kollektion ist der Jumpsuit in zwei Farben (Orange und Schwarz), der gleichzeitig lässig und feminin ist.

Die Artikel der Kollektion sind aus 100 Prozent Bio-Baumwolle verarbeitet oder aus einem Gemisch mit höchstens 5 Prozent Elasthan, um recycelt werden zu können. Auf großflächige Prints wird verzichtet, Knöpfe bei den Jeanshosen lassen sich abschrauben und Nieten sind durch aufgestickte Applikationen ersetzt. Durch Verarbeitungsmerkmale wie Stoffe mit höherer Grammatik und verstärkte Nähte entsteht eine erhöhte Lebensdauer der Artikel.

Für den Herbst dieses Jahres ist bereits die zweite Circular Collection in Produktion. Dann werden Materialien im Vordergrund stehen, die wärmend, aber auch langlebig und robust sind – wie beispielsweise Cord, der in moderne, zeitlose Styles überführt wird. Erstmals werden in dieser Kollektion auch kreislauffähige Accessoires ihren Platz finden.

Kooperation mit Plastic Bank

Mit der ersten Circular Collection gibt bonprix auch die Zusammenarbeit mit [Plastic Bank](#) bekannt. Das Sozialunternehmen aus Kanada setzt sich dafür ein, dass weniger Plastik die Weltmeere verschmutzt. Dafür bildet die Institution Communities aus sogenannten Ocean Stewards, die Plastikmüll an den Stränden einsammeln, bevor dieser ins Meer gespült wird. Das gewonnene Plastik wird recycelt und in Produkten und Verpackungen weiterverwendet. Die Ocean Stewards erhalten je nach gesammelter Menge eine Entlohnung, die zur Sicherung ihres Lebensunterhalts beiträgt.

bonprix unterstützt Plastic Bank mit dem Äquivalent für 2,2 Millionen eingesammelte Plastikflaschen. Für bonprix Kund*innen wird die Kooperation mit dem Launch der Bademode-Kampagne aus recyceltem Polyamid im Juni erlebbar.

Carolin Klar, neue Geschäftsführerin und zuständig für die Bereiche Einkauf, Beschaffung und Corporate Responsibility bei bonprix, kommentiert: „Kleidung als ‚Wert-Stoff‘ im wörtlichen Sinne selbstverständlich in den Kreislauf zurückzuführen, ist ein aktuelles Thema in der Branche und wichtiger Baustein unserer bonprix Nachhaltigkeitsstrategie ‚positive

choice'. Doch ein Großteil unserer Kund*innen verbindet Kreislauffähigkeit und Mode noch nicht miteinander. Mit unserem Engagement leisten wir einen wichtigen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit in der Textilindustrie und werden Zirkularität auch mit hoher Priorität weiter vorantreiben sowie das Bewusstsein dafür schärfen. Denn wir sind überzeugt: In Kreislauffähigkeit liegt die Chance für eine nachhaltigere Zukunft der Mode.“

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht heute ca. 15 Millionen aktive Kund*innen in rund 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und beschäftigt etwa 3.700 Mitarbeitende weltweit. Im Geschäftsjahr 2021/2022 (28. Februar 2022) erwirtschaftete die bonprix Gruppe einen Umsatz von 1,94 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Otto Group. Bei bonprix erleben Kund*innen Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder im bonprix Store in Hamburg. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit rund 90 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zwölf erfolgreichsten Onlineshops und ist im Bereich Fashion die Nummer 3.* 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 2021“ von EHI Retail Institute/Statista*

Logo- und Bildmaterial

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

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH
Marleen Kort: +49 (0)40 64 62-4053
Jan Starken: +49 (0)40 64 62-6010
E-Mail: corporate@bonprix.net
Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse