

Pressemitteilung

Hamburg, 19. Oktober 2021

Herbst/Winter-Kollektion 2021: bonprix setzt mehr als 80 Prozent nachhaltige Materialien ein

In der neuen Damenkollektion für den Herbst und Winter 2021/22 zeigt sich der deutliche Fokus, den die internationale Modemarkte auf die Entwicklung eines komplett nachhaltigen Geschäftsmodells legt: Über 80 Prozent der verwendeten Obermaterialien sind nachhaltig, 40 Prozent an CO2-Emissionen konnten dadurch auf Rohstoffebene eingespart werden. Einen weiteren Schwerpunkt legt das Unternehmen auf die Kommunikation rund um nachhaltige Produktion und Materialien über seine verschiedenen Touchpoints, um seine Kund*innen für nachhaltige Mode zu sensibilisieren und zu begeistern.

Mit seiner ambitionierten CR-Strategie „positive choice“ hatte bonprix im Mai dieses Jahres weitreichende Nachhaltigkeitsziele veröffentlicht und hat seitdem einige wichtige Maßnahmen umgesetzt. Bis 2030 will das Unternehmen ausschließlich nachhaltige Produkte aus einer bis zur Faserproduktion vollständig transparenten Lieferkette anbieten. Außerdem wird das Unternehmen dann klimaneutral arbeiten.

„Unsere zentralen Ziele bis 2030 sind nur zu erreichen, weil wir uns als Marke entschieden haben, dass Nachhaltigkeit Teil unseres Markenkerns ist. Einen wichtigen Meilenstein auf dem Weg dorthin setzen wir mit der aktuellen Herbst/Winter-Kollektion und möchten unsere Kund*innen unter dem Motto „One step better – weil jeder Schritt zählt“ einladen, ihn Stück für Stück mit uns zu gehen“, erklärt Stefanie Sumfleth, Bereichsleiterin Corporate Responsibility & Technical Product bei bonprix.

Nachhaltige Herbst/Winter-Kollektion

Für die aktuellen Herbst/Winter-Styles hat bonprix vor allem nachhaltige Materialien eingesetzt. Einen Schwerpunkt bilden recycelte Materialien wie recycelte Baumwolle und recycelter Polyester. Aber auch zertifizierte Bio-Baumwolle, Cotton made in Africa zertifizierte Baumwolle und nachhaltige Viskose-Fasern aus Holz von zertifizierten Quellen kommen zum Einsatz. Weil diese Fasern gegenüber konventionellen Fasern deutlich klimaschonender hergestellt werden, konnten so über 40 Prozent der CO2-Emissionen auf Rohstoffebene eingespart werden. Auch 2022 wird bonprix das Angebot an nachhaltigen Styles, die als „Sustainable Product“ gekennzeichnet sind, erweitern.

Fortschritte bei Kreislauffähigkeit, Versand und Verpackung



Neben dem Einsatz nachhaltiger Fasern arbeitet bonprix daran, seine Produkte langlebiger und leichter wiederverwertbar zu machen. Denn das Unternehmen ist überzeugt, dass Circularity, also eine Kreislaufwirtschaft, der Schlüssel für eine umweltfreundliche und ressourcenschonende Modeindustrie ist. Dafür entwickelt bonprix eigene Circular Design Prinzipien, um Produkte von Anfang an so zu konzipieren, dass sie für den Kreislauf optimiert sind und wiederverwertet werden können. Erste Cradle-to-Cradle Certified™ Produkte wurden bereits präsentiert, und ihr Bestandteil im Sortiment soll laufend ausgebaut werden.

Kund*innen können nachhaltige Mode erleben und verstehen

Der Weg zu mehr Nachhaltigkeit kann nur gemeinsam mit den Kund*innen gelingen, daher legt das Unternehmen einen besonderen Fokus auf die Nachhaltigkeitskommunikation über sämtliche Touchpoints. Eine Nachhaltigkeitswoche im bonprix Store in der Hamburger Innenstadt soll Kund*innen und Interessierten live Einblicke geben, was nachhaltige Mode ausmacht: Vom 18. bis 22. Oktober 2021 wird dort die nachhaltige Herbst/Winter-Kollektion in einem besonderen Ambiente präsentiert. Interessante Fakten rund um nachhaltige Materialien und Nachhaltigkeitsziele setzen die Kollektion vor Ort in den Kontext der CR-Strategie von bonprix.

In einem Liveshopping Event am 21. Oktober um 19:00 Uhr wird die Kollektion auch digital über den [bonprix Liveshopping-Kanal](#) präsentiert. Expertinnen und Influencerinnen erklären gemeinsam die Nachhaltigkeits- und Trendaspekte ausgesuchter Styles. Eine nationale Influencer*innenkampagne begleitet die Nachhaltigkeitswoche reichweitenstark über Social Media Plattformen wie Instagram.

„Wir bei bonprix lieben Mode, genauso wie unsere Kund*innen. Und wir möchten, dass sich ein bonprix Produkt rundum gut anfühlt – dazu gehört heute und in der Zukunft eben auch, dass es ökologisch und sozial verantwortungsvoll hergestellt wurde“, erklärt Rien Jansen, Geschäftsführer Einkauf, Marketing und Retail bei der bonprix Handelsgesellschaft und Verantwortlicher für die Corporate-Responsibility-Strategie, und gibt gleichzeitig einen weiteren Ausblick: „Mit der neuen Herbst/Winter-Kollektion sind wir einen entscheidenden Schritt in Richtung einer nachhaltigen Modeindustrie als ‚New Normal‘ gegangen und werden uns auch 2022 darauf konzentrieren, unsere Geschäftstätigkeit in allen Bereichen immer nachhaltiger zu entwickeln.“

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht heute Kund*innen in rund 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und beschäftigt ca. 4.000 Mitarbeitende weltweit. Im Geschäftsjahr 2020/21 (28. Februar 2021) erwirtschaftete die bonprix Gruppe einen Umsatz von 1,76 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 88 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

Bildmaterial und Hintergrundinformationen

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

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH
Marleen Kort +49 (0)40 6462-4053
Carina Kircheis: +49 (0)40 6462-3572
E-Mail: corporate@bonprix.net
Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse/