

Pressemitteilung

Hamburg, 29. August 2019

bonprix forciert CR-Engagement: Launch der zweiten Sustainable Collection und 70 Prozent nachhaltige Fasern bis 2025 in allen Textilsortimenten

bonprix setzt im Bereich Corporate Responsibility (CR) sein starkes Engagement fort. So launcht der international tätige Modeanbieter heute seine zweite „Sustainable Collection“, die nachhaltigere Materialien und Verfahrensweisen in der Produktion mit modernen Styles für die Kundinnen kombiniert. Die Kollektion wird nicht nur auf www.bonprix.de, Deutschlands zweitumsatzstärkstem Online-Fashionshop*, sondern auch in 22 weiteren Ländern online verfügbar sein. Zudem gibt das Fokusunternehmen der Otto Group die übergreifende Zielsetzung bekannt, bis zum Jahr 2025 im gesamten Textilsortiment 70 Prozent nachhaltige Fasern einzusetzen.

Sustainable Collection, die Zweite: Noch grüner, noch überzeugender

Auch in der zweiten Auflage der Sustainable Collection, die erstmals im April dieses Jahres gelauncht wurde, setzt bonprix wieder auf hochwertige nachhaltige Materialien wie recycelte Baumwolle, TENCEL™ Lyocell, Baumwolle der Initiative Cotton made in Africa, Bio-Baumwolle oder recycelten Polyester und bietet passend zur Herbst-Winter-Saison 20 kuratierte Styles u. a. mit Pullovern, Strickjacken und Jeansartikeln an. Allerdings ist das Otto Group Unternehmen in der zweiten Kollektion gemäß den eigenen Zielsetzungen einen Schritt weiter gegangen und hat seine Produkte noch nachhaltiger gestaltet. So wird die Liste der Materialien in der neuen Sustainable Collection um LENZING™ ECOVERO™ ergänzt – die mit 50 Prozent Wasser- und Emissionseinsparung in der Herstellung derzeit nachhaltigste und umweltverträglichste Viskose-Faser am Markt. Bei den Jeans konnte durch einen neuartigen Laserprozess für den Used Look zusätzlich Wasser eingespart werden. Schon der Färbeprozess kommt mit 15 Prozent weniger Wasser aus als die herkömmliche Jeansproduktion. Und auch bei den Accessoires hat sich einiges getan: So bestehen die Label der Styles jetzt aus recyceltem Polyester oder sind direkt eingedruckt, in den Reißverschlüssen kommt recyceltes Polyester-Tape zum Einsatz und die Knöpfe wurden mit einer ressourcenschonenden Methode hergestellt. Highlight der zweiten Auflage ist der Parka aus recyceltem Polyester, in dem insgesamt 25 PET-Flaschen (à 0,5 Liter) verarbeitet wurden. Zur Verpackung der Artikel verwendet bonprix wie in der ersten Sustainable Collection Polybags aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff. Die Kollektion ist online in Deutschland und in 22 weiteren Ländern sowie zum Launch im Hamburger fashion connect Store verfügbar.

„Unser Anspruch ist es, mit jeder Sustainable Collection noch nachhaltiger zu werden und ich bin stolz auf die Ergebnisse unserer zweiten Kollektion und darauf, was unser Team geleistet hat“, sagt Rien Jansen, Geschäftsführer Einkauf, Marketing und Retail bei der bonprix Handelsgesellschaft mbH und verantwortlich für die CR-Strategie.

„Selbstverständlich ruhen wir uns auf diesem Erfolg nicht aus. So sollen sich nicht nur die Sustainable Collections in puncto Nachhaltigkeit in Herstellung und Materialien immer weiterentwickeln, sondern wir tragen dieses zentrale Thema in alle Unternehmensbereiche und forcieren unsere CR-Aktivitäten.“

Neue marken- und kollektionsübergreifende Zielsetzung: 70 Prozent nachhaltige Fasern bis 2025

Zu diesem forcierten CR-Engagement gehört allem voran die ehrgeizige Zielsetzung von bonprix, bis zum Jahr 2025 unabhängig von der jeweiligen Kollektion oder Marke 70 Prozent nachhaltige Fasern in sämtlichen Textilartikeln einzusetzen. Bereits heute wird bei bonprix zu rund 50 Prozent mit umweltverträglicheren Materialien gearbeitet – der Großteil davon wird durch die Hauptfaser Baumwolle abgedeckt, aber auch bei den anderen relevanten Fasern Polyester, Polyamid und Viskose gibt es bereits vielversprechende Ansätze. In den kommenden Jahren sollen konventionelle Stoffe Schritt für Schritt durch nachhaltigere Alternativen ersetzt werden. Zu den aktuell bereits verwendeten Materialien zählen Baumwolle der Initiative Cotton made in Africa, Bio-Baumwolle, recycelte Baumwolle, TENCEL™ Lyocell, LENZING™ ECOVERO™ sowie recycelter Polyester und recyceltes Polyamid, wo unter anderem die Markenfasern ECONYL® und REPREVE® eingesetzt werden. Zur Absicherung der Materialien vertraut bonprix u. a. international anerkannten Standards wie z. B. GOTS (Global Organic Textile Standard) oder GRS (Global Recycled Standard). Deren Anteil in den Kollektionen soll kontinuierlich erhöht sowie um neue nachhaltigere Materialien ergänzt werden.

„Als einer der führenden deutschen und international erfolgreichen Online-Anbieter für Fashion tragen wir eine große Verantwortung nicht nur für die Zufriedenheit unserer Kundinnen, sondern auch für den bewussten Umgang mit Umwelt und Ressourcen“, begründet Jansen die neue Zielsetzung.

Wasserloses Färben in der CleanDye Fabrik: Maschinen in Betrieb, erste Produkte Ende Dezember verfügbar

Die CR-Strategie von bonprix greift auch mit neuen Entwicklungen in verschiedenen Bereichen der Produktions- und Lieferkette. In der im April dieses Jahres feierlich eingeweihten CleanDye Fabrik in Vietnam, ein in 2017 gemeinsam mit niederländischen Geschäftspartnern gegründetes Innovations-Joint Venture, sind zwischenzeitlich die Maschinen erfolgreich in Betrieb genommen worden und die nachhaltigen Färbeprozesse, bei der spezielle Textilien mit Kohlendioxid anstelle von Wasser gefärbt werden, laufen auf Hochtouren. Die ersten Produkte werden Ende Dezember online verfügbar sein und ab Januar 2020 auch in den Katalogen beworben.

Mehr Transparenz in der tieferen Lieferkette für ressourcenschonendere Produktionsweisen

Um auch in der tieferen Lieferkette mehr Transparenz zu schaffen und somit Verbesserungspotentiale zu identifizieren, nutzt bonprix seit 2018 die Higg Facility Tools der Sustainable Apparel Coalition (SAC). bonprix fokussiert sich zunächst auf das Higg Facility

Environmental Module (FEM), das u. a. die Themen Energie, Wasser und Chemie abdeckt. Das Unternehmen setzt damit auf Branchenstandards, die eine einheitliche Bewertung der Nachhaltigkeits-Performance der Lieferanten ermöglichen sollen. „Durch die Nutzung der Higg Facility Tools können wir neues Potential in der Umsetzung unserer CR-Strategie heben und wir freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit mit der SAC“, erklärt Jansen. Die Sustainable Apparel Coalition (SAC) ist ein Zusammenschluss verschiedener Akteure der Textil- und Schuhindustrie, die gemeinsam an einheitlichen Standards zur Bewertung von Nachhaltigkeit arbeiten. bonprix und die Otto Group sind seit August 2018 Mitglied dieses Zusammenschlusses.

bonprix setzt seit vielen Jahren konsequent die Nachhaltigkeitsziele der Otto Group um. Darüber hinaus hat das Modeunternehmen in der eigenen im September 2017 vorgestellten CR-Strategie weitergehende Ziele und Schwerpunktthemen gesetzt. Informationen zur CR-Strategie von bonprix können unter <https://www.bonprix.de/corporate/verantwortung/> abgerufen werden.

Bildmaterial

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

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kunden in 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 3.900 Mitarbeiter weltweit. Im Geschäftsjahr 2018/2019 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1.57 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kunden Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder in einem der Fashion Stores. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit rund 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 & Living-Produkte.

**Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2018“ von EHI Retail Institute/Statista*

Pressekontakt

Katharina Schlensker
Leiterin Externe Unternehmenskommunikation
bonprix Handelsgesellschaft mbH
Tel.: +49 (0)40 / 64 62-2070
E-Mail: katharina.schlensker@bonprix.net
<https://www.bonprix.de/corporate/presse/>