

Hamburg, 17. September 2018

bonprix macht weitere Fortschritte im Engagement für Nachhaltigkeit

Der internationale Modeanbieter setzt auf mehr Transparenz in der textilen Vorkette und kündigt nachhaltige Kollektion für 2019 an

Ein Jahr nach der Vorstellung seiner Corporate Responsibility (CR)-Strategie verzeichnet bonprix erste Ergebnisse und Erfolge bei der Umsetzung. Die Strategie basierend auf den Schwerpunkten Partner, Produkte und Prozesse fokussiert den Ausbau der partnerschaftlichen Nachhaltigkeitsprozesse entlang der gesamten Lieferkette.

In allen drei Bereichen wurden konsequent erste Maßnahmen eingeleitet und vielfach bereits umgesetzt. Durch gezielte Investitionen in technologische Innovationen, Fokussierung auf Transparenz in der Lieferkette und den verstärkten Einsatz nachhaltiger Materialien will sich bonprix bei der Herstellung seiner Produkte noch zukunftsfähiger aufstellen.

Schwerpunkt Partner

bonprix veröffentlicht auf den eigenen Corporate-Seiten wie angekündigt eine Liste mit seinen wichtigsten Lieferanten und produzierenden Fabriken und bekennt sich so zu mehr Transparenz in der gesamten Lieferkette. Die Veröffentlichung trägt dazu bei, die Risiken für Mensch und Umwelt weiter zu minimieren, da Kundinnen, aber auch Partner zukünftig besser nachvollziehen können, wer an Textilproduktionen beteiligt ist und ihr Handeln entsprechend danach ausrichten können.

Zusätzlich setzt bonprix außerdem auf den weiteren Ausbau von Partnerschaften und Initiativen: Der Modehändler ist nicht nur Mitglied des Textilbündnisses, in dem u.a. beschlossen wurde, dass mehr als 160 problematische Chemikalien in der Textil-Produktion schrittweise durch unbedenkliche Substanzen ersetzt werden sollen, sondern aktuell auch dem internationalen Branchenverbund Sustainable Apparel Coalition (SAC) beigetreten. Hinzu kommt die neue Partnerschaft an der OTTO-Initiative „Platz schaffen mit Herz“, die bonprix Kundinnen kostenfrei die Spende und Weiterverwertung ihrer nicht mehr genutzten Kleidung ermöglicht.

Schwerpunkt Produkte

Für 2019 kündigt bonprix erstmals eine eigene nachhaltige Modekollektion an. Diese wird aus kuratierten Styles bestehen und international erhältlich sein.

Bereits heute erfüllt fast jedes zweite Textil die Kriterien für ein nachhaltiges Produkt, das als selbiges im Shop entsprechend gekennzeichnet ist. bonprix setzt außerdem auf den Einsatz weiterer nachhaltiger Materialien und auf die intensive Zusammenarbeit mit der Initiative Cotton made in Africa (CmiA). Erklärtes Ziel ist es, bis 2020 die Menge an nachhaltig erzeugter Baumwolle auf 100 Prozent zu erhöhen. Bereits heute ist bonprix mit einem Anteil von 77 Prozent größter Partner von CmiA. Im Rahmen der sogenannten bonprix Sustainability-Week vom 13. bis 19. September 2018 werden aktuelle nachhaltige Styles besonders in Szene gesetzt, die überwiegend aus CmiA-Baumwolle bestehen.

Schwerpunkt Prozesse

Der Bau der Fabrik des von bonprix mit gegründeten internationalen Joint Ventures CleanDye hat in Vietnam begonnen. In der Fabrik kommt die weltweit erste wasser- und prozesschemikalienfreie Textilfärbetechnologie namens DyeCoo zum Einsatz. Im Prozess ersetzt Kohlendioxid (CO₂) das Wasser und wird im Anschluss zu 95 Prozent recycelt. Infolgedessen werden pro T-Shirt circa 25 Liter Wasser eingespart. Aktuell liegt der Fokus vor Ort darauf, die Supply Chain systematisch aufzubauen und regulatorische Rahmenbedingungen mit den Behörden in der Region zu klären.

Auch im Bereich der Kundenprozesse gibt es erste Erfolge zu verzeichnen: Pro Jahr verschickt bonprix europaweit rund 30,5 Millionen Sendungen, darunter sind sowohl Pakete als auch Versandtüten. Neben den bereits eingesetzten Versandkartons aus FSC®-zertifizierter Pappe werden ab sofort bis zu 50 Prozent der bonprix Versandtüten aus bis zu 80 Prozent recyceltem Kunststoff bestehen, die auch mit dem Siegel „Blauer Engel“ zertifiziert wurden. Die andere Hälfte der Versandtüten wird bonprix ebenfalls sukzessive umstellen.

Erste Meilensteine sind erreicht

„Das Thema Nachhaltigkeit gehört zur DNA unseres Unternehmens und ich bin sehr stolz, dass wir viele Themen, die wir uns vor einem Jahr teilweise sehr ambitioniert vorgenommen hatten, auch schon umsetzen oder zumindest anstoßen konnten“, so Rien Jansen, der als Geschäftsführer Einkauf, Marketing und Retail unter anderem verantwortlich für die CR-Strategie und deren Umsetzung bei bonprix ist. „Dennoch ist die Komplexität sehr groß und es ist nach wie vor noch viel zu tun. Wir werden das Thema Nachhaltigkeit im Sinne unserer Kundinnen und unserer Partner in allen Bereichen weiterhin mitdenken und fördern.“

Weitere Informationen zur bonprix CR-Strategie und dem Ansatz „How we make“ finden Kundinnen und Interessierte auf einer eigenen CR-Website:

<https://www.bonprix.de/corporate/unsere-verantwortung/>

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 über 3.000 Mitarbeiter weltweit. Im Geschäftsjahr 2017/2018 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1.56 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 mehr als 80 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zehn umsatzstärksten Online-Shops*. 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, Heimtextilien und Wohnartikel.

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

Pressekontakt

Judith Schwarzer
Referentin Unternehmenskommunikation
bonprix Handelsgesellschaft mbH
Tel.: +49 (0)40 / 64 62-2363
E-Mail: judith.schwarzer@bonprix.net
<https://www.bonprix.de/corporate/presse/>