



Pressemitteilung

Hamburg, 23. April 2020

bonprix setzt weiter stark auf Nachhaltigkeit:

- **Launch von 3. Sustainable Collection**
- **Einführung von Grüner Knopf Babykollektion**
- **Pilotprojekt für mehr Transparenz in der Lieferkette**

Auch 2020 ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Fokusthema beim internationalen Modeanbieter bonprix und so verkündet das Otto Group Unternehmen gleich drei Neuigkeiten aus dem Corporate-Responsibility-Bereich. Zum einen geht heute die dritte „Sustainable Collection“ online und bietet bonprix Kundinnen in Deutschland und 19 weiteren Ländern auch für die Frühjahr-Sommer-Saison nachhaltig hergestellte Mode-Styles. Zum anderen präsentiert bonprix seine neue mit dem Grünen Knopf zertifizierte Babykollektion, die seit Mitte Januar auf www.bonprix.de, Deutschlands zweitumsatzstärkstem Online-Fashionshop*, verfügbar ist. Darüber hinaus hat die vertikal integrierte Modemarke ihre Aktivitäten für noch mehr Transparenz in der Lieferkette verstärkt und ebenfalls im Januar ein Pilotprojekt mit dem Fashion for Good-Startup TrusTrace gestartet.

Sustainable Collection geht in die dritte Runde

Nach dem Launch im April 2019 und der zweiten Auflage im August letzten Jahres geht die Sustainable Collection mittlerweile in die dritte Runde. Erneut setzt bonprix auf ressourcenschonende Herstellungsverfahren sowie hochwertige und nachhaltige Materialien wie etwa Bio-Baumwolle, Baumwolle aus der Cotton made in Africa-Initiative, TENCEL™ Lyocell, recycelter Polyester oder die innovative und umweltverträgliche Viskose-Faser LENZING™ ECOVERO™. Die insgesamt 25 Styles für die aktuelle Frühjahr-Sommer-Saison reichen von modernen Denim-Artikeln über leichte Sommerkleider bis hin zu klassischen Cardigans. Highlights der dritten Sustainable Collection sind die ausschließlich mit Naturfarbstoffen gefärbten und bedruckten Shirts aus 100 Prozent GOTS (Global Organic Textile Standard) zertifizierter Bio-Baumwolle, die wie einige andere Kollektionsartikel das Grüne Knopf Textilsiegel erhalten haben, oder der mit recyceltem Polyester hergestellte Denim-Rock inklusive nachhaltiger Accessoires wie Web-Label und Reißverschluss mit Tape aus ebenfalls recyceltem Polyester. Darüber hinaus präsentiert bonprix erstmals eine Jeans aus Bio-Baumwolle und ein bedrucktes Web-Kleid aus LENZING™ ECOVERO™. Die breit angelegte Kampagne wurde in einem Gewächshaus in Amsterdam kreiert. Die Kollektion ist ab sofort online in Deutschland und in 19 weiteren Ländern verfügbar.

„Wir beobachten verstärkt, wie wichtig Verbrauchern verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln geworden ist, und auch die Resonanz unser Kundinnen zeigt, dass Nachhaltigkeit einen immer größeren Stellenwert einnimmt“, sagt Rien Jansen, Geschäftsführer Einkauf, Marketing und Retail bei der bonprix Handelsgesellschaft mbH und verantwortlich für die Corporate-Responsibility-Strategie. „Wir bei bonprix sind schon lange in diesem Bereich aktiv und treiben das Thema Nachhaltigkeit auch kollektionsseitig weiter voran. So wird unser Engagement auf Kundenseite noch sichtbarer.“

Neue Babykollektion mit Grüner Knopf Zertifizierung

Neuester Zuwachs im bonprix Sortiment ist die mit dem Grünen Knopf zertifizierte Babykollektion, die seit Mitte Januar auch den ganz kleinen Kundinnen und Kunden ökologisch und fair hergestellte Mode bietet. Aktuell sind bereits rund 90 Artikel der insgesamt ca. 160 Artikel umfassenden Kollektion online. Der Grüne Knopf ist ein vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung initiiertes staatliches Siegel, bei dem das jeweilige Unternehmen und seine Produkte strenge soziale und ökologische Kriterien sowie Sorgfaltspflichten erfüllen müssen. Als eine Art „Metasiegel“ soll der Grüne Knopf den Verbraucherinnen und Verbrauchern mehr Orientierung beim Kauf nachhaltig und verantwortungsvoll produzierter Textilien bieten. bonprix hat den Prüf- und Zertifizierungsprozess für seine neue GOTS-zertifizierte Babykollektion erfolgreich abgeschlossen und lobt diese nun – neben dem eigenen bereits etablierten „Sustainable Product“ Label – zusätzlich mit dem Grünen Knopf aus.

„Der Grüne Knopf ist eine wunderbare Ergänzung zu bestehenden Kennzeichnungen, Siegeln und Zertifizierungen und gibt unseren Kundinnen und Kunden zusätzliche Orientierung“, so Jansen. „Wir begrüßen die Initiative, mit einem Metasiegel das Bewusstsein für nachhaltige Produkte in der Öffentlichkeit zu steigern.“ Der Grüne Knopf kann nur für Deutschland ausgelobt werden, die neue nachhaltige Babykollektion ist aber natürlich in allen bonprix Länder-Webshops erhältlich. Auch außerhalb der Babykollektion, wie unter anderem für Artikel in der Sustainable Collection, hat bonprix bereits die Grüne Knopf Zertifizierung erhalten und wird diese sukzessive für weitere Produkte beantragen.

Pilotprojekt für mehr Einblick in die tiefere Lieferkette

Auch in puncto Lieferkettentransparenz forciert bonprix seine Aktivitäten und hat im Januar ein Pilotprojekt mit dem Fashion for Good-Startup TrusTrace begonnen. „Im Rahmen des Pilotprojektes wollen wir prüfen, wie wir eine noch stärkere Transparenz in der Lieferkette schaffen können“, so Stefanie Sumfleth, Leiterin Quality Management & Corporate Responsibility bei bonprix. „TrusTrace bietet aus unserer Sicht eine vielversprechende Lösung, um unterschiedliche Nachhaltigkeitsdaten in der Lieferkette zu analysieren. Dazu gehören beispielsweise die Erfassung und Validierung von Materialzertifikaten.“

Das von Fashion for Good geförderte Unternehmen nutzt unter anderem die Blockchain-Technologie, um systematisch Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Modeindustrie voranzutreiben. Mit einer zunächst kleinen Auswahl an Styles und Lieferanten testet bonprix in den nächsten Monaten die Nachvollziehbarkeit von einzelnen Produkten und konkreten Aufträgen durch die Lieferkette. bonprix ist seit 2018 Mitglied der globalen Initiative Fashion for Good, die als Innovationsplattform große Unternehmen und nachhaltige Startups zusammenbringt.

Weiterführende Links

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

<https://www.bonprix.de/corporate/verantwortung/strategie/gruener-knopf/>

<https://www.gruener-knopf.de>

<https://fashionforgood.com>

<https://trustrace.com>

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

bonprix Handelsgesellschaft mbH

Marleen Kort: +49 (0)40 / 64 62-4053

Katharina Schlensker: +49 (0)40 / 64 62-2070

E-Mail: corporate@bonprix.net

Presseportal: <https://www.bonprix.de/corporate/presse/>