

Pressemitteilung

Hamburg, 4. April 2024

Kreislauffähige Frühlingsmode: bonprix präsentiert dritte Circular Collection und unterstützt mit Kooperationen nachhaltigen Wandel in der Textilbranche

Mit dem Launch der dritten Circular Collection stellt die internationale Fashion Brand bonprix im April einmal mehr ihr Engagement für nachhaltige und zukunftsfähige Mode unter Beweis. Neue Materialien, mehr Styles und die Orientierung an aktuellen Trends zeichnen die neue Kollektion aus. Doch nicht nur das zirkuläre Produktdesign für eigene Mode ist fester Bestandteil der Corporate Responsibility-Strategie „[positive choice](#)“ von bonprix. Um die Kreislauffähigkeit innerhalb der gesamten Branche mit voranzutreiben, beteiligt sich das Modeunternehmen gemeinsam mit anderen Organisationen und Firmen an internationalen Kooperationen. Neu im Portfolio sind das Projekt „Sorting for Circularity“ der Initiative Fashion for Good, das innovative Sortiertechnologien mittels Künstlicher Intelligenz testet, sowie das Projekt „Implementing Circularity in the Textile Industry“, das unter anderem zirkuläre Kleidungsstücke für Kund*innen und Sortierbetriebe besser auslesbar machen soll.

Für die aktuelle, dritte Circular Collection hat [bonprix](#) die Auswahl an kreislauffähigen Produkten deutlich erweitert und präsentiert über 30 Frühlingsstyles für Damen, Herren und Kinder, die in mehreren Ländern erhältlich sind. Wie schon bei den beiden vorherigen Kollektionen kamen dabei die Circular Design Criteria des Berliner Partnerunternehmens [circular.fashion](#) zum Tragen, die auf den drei Prinzipien für kreislauffähige Produkte basieren – Materialien aus sicheren¹, erneuerbaren und/oder recycelten Rohstoffen, Recyclingfähigkeit sowie Langlebigkeit – und den kompletten Lebenszyklus eines Produktes betrachten.

Neben dem zirkulären Design zeichnet diese Kollektion ein sehr hoher Modegrad aus. Dafür haben die geschulten Produktmanager*innen sich eng an den Designideen der bonprix Trendexpert*innen orientiert. Durch die Integration von aktuellen Modetrends setzt bonprix bei der neuen Kollektion nicht nur auf verantwortungsbewussten Konsum, sondern auch auf modische Relevanz und Vielseitigkeit, die inspiriert und Lust auf Mode weckt.

„Mit unserer aktuellen, nunmehr dritten Circular Collection gehen wir als Unternehmen einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung zirkuläre Zukunft. Dafür werden bei uns stetig mehr und mehr Produktmanager*innen geschult und wir erhöhen sukzessive die Anzahl der kreislauffähigen Styles, die sowohl aus gesunden Materialien gefertigt, recycelbar und langlebig sind als auch hochmoderne Schnitte und Details aufweisen. So verknüpfen wir Nachhaltigkeit und Trends gekonnt miteinander und erhöhen die Attraktivität unseres nachhaltigen Sortiments für unsere Kund*innen“, erklärt Carolin Klar, Managing Director Product, Sourcing & Corporate Responsibility bei bonprix.

¹ Design unter Verwendung von Materialien, die eine verbesserte ökologische und/oder soziale Nachhaltigkeit aufweisen und die Gesundheit von Menschen und Ökosystemen berücksichtigen.

Die Kollektion

Die Kollektionsartikel orientieren sich an aktuellen Modethemen und zeigen sich in einer zum Frühling passenden frischen Farbpalette, die von Olivgrün über Latte Macchiato bis zu Bonbonrosa und Blutorange reicht. Der Fokus liegt auf femininen, lässigen und langlebigen Styles mit besonderen Utility-Details wie großen Taschen an weiten Hosen oder Röcken. Neben Bio-Baumwolle und ökologischer Baumwolle in Umstellung² kommen in der dritten Circular Collection auch nachhaltigere Viskose und Lyocell zum Einsatz. Die Materialien überzeugen nicht nur durch ihre fließende und seidige Haptik, sondern punkten auch durch ihre umweltfreundliche Herstellung. Die verwendeten Viskose- und Lyocellfasern werden aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern gewonnen und die Produktionsprozesse sind darauf ausgerichtet, Wasserverbrauch und Emissionen zu minimieren.

Die Highlights der Kollektion sind ein olivgrüner jumpsuit im Cargo-Look aus 100 Prozent Lyocell aus nachhaltiger Forstwirtschaft sowie eine leichte Twill-Jacke aus 97 Prozent Bio-Baumwolle und 3 Prozent Elasthan in den Farben Olivgrün, Schwarz und Latte Macchiato. Das Sortiment umfasst außerdem diverse Shirts und Hemden, Cargo-Hosen und Jerseykleider, einen Cargo-Rock, eine robuste Jogginghose mit aufgesetzten Taschen für Kinder und ein Schaltuch.

Wie bereits bei den beiden vorherigen Kollektionen sind auch die neuen Styles mit dem bonprix eigenen Label „Circular Collection designed to be recycled“ versehen. Es soll die Kund*innen visuell und textlich über die Kreislauf- bzw. Recyclingfähigkeit der Produkte informieren und so zu einem wachsenden Bewusstsein für zirkuläres Design beitragen. Die nächste Kreislaufkollektion ist für Herbst 2024 geplant.

Kooperationsprojekte für nachhaltigen Wandel

Um einen nachhaltigen Wandel in der Modewelt zu gestalten, ist nicht nur der Fokus auf die eigenen Produkte und Prozesse entscheidend, sondern auch der Blick auf die Textilbranche und der Austausch mit Stakeholdern und Mitbewerbern. „Die Zukunft der Fashionbranche liegt ganz eindeutig im Kreislauf. Dieser Ansatz zielt darauf ab, die gesamte Lebensdauer von Kleidungsstücken zu berücksichtigen – von der Produktion über den Gebrauch bis hin zur Entsorgung“, sagt Stefanie Sumfleth, Vice President Corporate Responsibility & Technical Product bei bonprix. „Um Strategien und Infrastrukturen für zirkuläre Geschäftsmodelle zu entwickeln und zu etablieren, sind Kollaborationen innerhalb der Textilindustrie essenziell. Wir freuen uns, dass wir nun als Kooperationspartner an zwei neuen Projekten beteiligt sind, die genau dieses Ziel vorantreiben.“

In dem 18-monatigen Projekt „[Sorting for Circularity](#)“ der Initiative [Fashion for Good](#) werden innovative Sortiertechnologien getestet, die mit Künstlicher Intelligenz und maschinellem

² Ökologische Baumwolle im Umstellungsprozess wird bereits nach Bio-Standards angebaut, ist aber noch nicht zertifiziert. Der Umstellungsprozess dauert bis zu drei Jahre, da Böden diese Zeit brauchen, um sich von zuvor verwendeten Chemikalien zu regenerieren. Die Verwendung von Baumwolle in Umstellung unterstützt die Landwirte und fördert die Etablierung von Bio-Baumwolle. Siehe auch: <https://global-standard.org/de/der-standard/schlüsselkriterien/bio-fasern>

Lernen arbeiten. Ziel ist es, die Sortierung von wiederverwendbaren Kleidungsstücken zu optimieren und eine höhere Kreislauffähigkeit zu ermöglichen, damit diese im Gebrauch bleiben und nicht auf Mülldeponien oder im globalen Abfallsystem enden. bonprix unterstützt das Projekt mit eigenen Erfahrungen und mit Marktforschungsdaten aus regelmäßigen Kund*innenbefragungen und dem [Fashion Report](#), für den im letzten Jahr Frauen in Deutschland und weiteren europäischen Ländern rund um Mode befragt wurden.

Mit dem weiteren Projekt „[Implementing Circularity in the Textile Industry](#)“ setzt bonprix gemeinsam mit anderen Mitgliedern des „Bündnis für nachhaltige Textilien“ ein Zeichen für die Entwicklung kreislauffähiger Textilprodukte und die Integration zirkulärer Prozesse in die Lieferketten. Ziel des Projektes ist es, die Schließung des Kreislaufs in der Textilindustrie als Blaupause zu pilotieren. Gemeinsam mit circular.fashion entwickeln deutsche Modeunternehmen und ihre Lieferanten eigene Kapselkollektionen nach strengen Kriterien der Nachhaltigkeit und Kreislauffähigkeit. Im nächsten Schritt soll ein Digitaler Produktpass (DPP) integriert werden, der den Zugang zu Produktdaten und die Rückverfolgbarkeit für Kund*innen, Sortierbetriebe und Recycler gewährleistet. Das Projekt wird im Rahmen des Textilbündnisses vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ) gefördert und gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH und weiteren Mitgliedern des Textilbündnisses umgesetzt.

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreiches Mode- und E-Commerce-Unternehmen. 1986 als Katalog-Versandhändler in Hamburg gegründet, beschäftigt bonprix heute knapp 2.500 Mitarbeitende weltweit. Rund 12 Millionen aktive Kund*innen in über 25 Ländern shoppen vor allem in den bonprix Webshops und Apps Kleidung und Accessoires für Damen, Herren und Kinder sowie Home- und Living-Produkte. Als vertikale Fashion Brand vertreibt bonprix ausschließliche eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Im Geschäftsjahr 2023/24 (29. Februar 2024) erwirtschaftete die bonprix Gruppe einen Umsatz von 1,52 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen in der Otto Group. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den größten Onlineshops und ist auf Platz 4 der Onlineshops mit dem Hauptproduktsegment Mode.*

**Quelle: Ranking umsatzstärkste Onlineshops „E-Commerce-Markt Deutschland 2023“ von EHI Retail Institute/ecommerceDB*

Logo- und Bildmaterial

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

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH
Marleen Kort: +49 (0)40 / 6462-4053
Katharina Schlensker: +49 (0)40 / 6462-2070
E-Mail: corporate@bonprix.net
Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse