

Pressemitteilung

Hamburg, 14. Oktober 2021

Pink Collection: bonprix setzt sich im fünften Jahr für die Früherkennung von Brustkrebs ein

Das internationale Modeunternehmen präsentiert erneut seine „Pink Collection“ – eine limitierte Reihe von Wäscheartikeln, die eine wichtige Botschaft tragen: eine eingenähte Anleitung zur Selbstuntersuchung der Brust. Bereits seit 2017 macht sich bonprix in einer gemeinsamen Initiative mit Brustkrebs Deutschland e.V. dafür stark, mithilfe seiner großen Reichweite in der überwiegend weiblichen Zielgruppe auf das wichtige Thema individuelle Brustkrebsfrüherkennung aufmerksam zu machen. Für die siebte Kollektion wurden von bonprix Materialien wie Bio-Baumwolle und recyceltes Polyester verwendet.

Ein ernstes Thema mit ein wenig Leichtigkeit verbunden in den Alltag zu integrieren – das ist die Idee rund um die Pink Collection, die bonprix zum Brustkrebsmonat Oktober im mittlerweile fünften Jahr [präsentiert](#). „Wäsche ist etwas zum Wohlfühlen und täglichen Tragen. Sie steht für einen intimen Moment, in dem die eigene Körperlichkeit positiv erlebt und zelebriert werden kann. Eine gute Gelegenheit, sich auch immer wieder an die wichtige Selbstfürsorge zu erinnern“, erklärt Rien Jansen, Geschäftsführer Einkauf, Marketing und Retail bei der bonprix Handelsgesellschaft.

Seit 2017 arbeitet bonprix gemeinsam mit dem Verein Brustkrebs Deutschland e.V. daran, eben diesen Reminder zu setzen und auf das wichtige Thema Brustkrebsfrüherkennung aufmerksam zu machen und zur regelmäßigen Selbstabtastung der Brust zu animieren. „Es ist uns ein Herzensanliegen, Brustkrebs Deutschland e.V. zu unterstützen und unsere Reichweite dafür zu nutzen, unsere Kund*innen für die individuelle Früherkennung von Brustkrebs zu sensibilisieren. Mit der Pink Collection haben wir eine Möglichkeit geschaffen, diese Botschaft über unsere Produkte zu kommunizieren, und dies wird sehr gut angenommen“, so Rien Jansen weiter.

Ein Pink Collection BH kann mehr

Eine kleine Broschüre aus Papier, die in die Oberteile der Pink Collection eingenäht ist, fällt beim Anziehen störend auf: Sie enthält eine Anleitung für das Abtasten der eigenen Brust sowie weitere Informationen. Die Broschüre kann leicht aus dem Kleidungsstück herausgetrennt und aufbewahrt werden und liefert so immer wieder eine Erinnerung an die wichtige Vorsorge.

Die aktuelle Pink Collection umfasst BHs und Slips in Farbkombinationen aus Schwarz, Weiß, Rosa und natürlich Pink. Einige der Stücke sind mit Spitze und angesagten Polka-Dots verziert. Zum ersten Mal dabei: ein bequemer Pyjama in Rosa mit Herzchenprint. In der Kollektion wurden nachhaltige Materialien wie Bio-Baumwolle und recyceltes Polyester eingesetzt. Sie ist ab dem 14. Oktober 2021 in den bonprix Onlineshops in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhältlich, auch der bonprix Store in der Hamburger Innenstadt bietet eine Auswahl der Styles.

Hohe Reichweite über Social Media

Um seine Kund*innen mit dem wichtigen Thema zu erreichen, nutzt das Modeunternehmen bonprix gezielt seine Social-Media-Präsenzen und platziert im Brustkrebsmonat Oktober mehrere Postings, die dazu animieren, die Selbstuntersuchung in den Alltag zu integrieren. Begleitet werden diese Maßnahmen von diversen Influencer*innen bei Instagram. Auch im Onlineshop erhält die Pink Collection eine zentrale Platzierung durch eine informative [Unterseite](#).

Renate Haidinger, Vorsitzende des Vereins Brustkrebs Deutschland e.V., freut sich über die anhaltende Fortsetzung der gemeinsamen Initiative mit bonprix: „Das große Engagement und die Reichweite von Partnern wie bonprix helfen uns ungemein bei unserer Aufgabe. Die Erfahrung aus der Zusammenarbeit in den letzten Jahren zeigt, dass wir dadurch wichtige Fortschritte in der Sensibilisierung für die Früherkennung von Brustkrebs machen können.“

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 fashion connect 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 umsatzstärksten 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

Über Brustkrebs Deutschland e.V.

Brustkrebs Deutschland e.V. ist die erste gemeinsame, gleichberechtigte und unabhängige Informationsplattform von Brustkrebsbetroffenen, Ärzten, Angehörigen und Interessierten in Deutschland. Die Beteiligten haben sich zusammengeschlossen, um die Öffentlichkeit unermüdlich aufzurütteln und vor allem die lebensrettende Bedeutung der Früherkennung immer wieder zu betonen. Unter dem Motto „Prognose Leben“ hilft Brustkrebs Deutschland betroffenen Frauen mit umfassenden Informationen zu aktuellen Therapiemöglichkeiten. Erfahrene Frauen und Ärzte stehen den Hilfesuchenden zur Seite. Unterstützt werden sie dabei auch von prominenten Botschafterinnen wie Christina Stürmer, Patricia Kelly, Maggie Reilly, Heidrun Gärtner, Andrea Sixt, Andra Lanzl und Carolin Fink (www.brustkrebsdeutschland.de).

Bildmaterial und Hintergrundinformationen

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

Diese Pressemitteilung finden Sie auch [hier](#).

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH

Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse/

Kontakt Unternehmenskommunikation:

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

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

E-Mail: corporate@bonprix.net

Kontakt Mode- und Marken-PR

Carina Kircheis: +49 (0)40 6462-3572

E-Mail: carina.kircheis@bonprix.net