



Hamburg, 5. April 2018

bonprix setzt verstärkt auf nachhaltige Produkte

Das internationale Modeunternehmen erhöht die Ordermenge von Cotton made in Africa-Baumwolle auf über 75 Prozent und internationalisiert sein Kennzeichnungslabel für nachhaltige Produkte

bonprix baut sein Angebot an Mode und Home & Living-Produkten aus nachhaltigen Materialien konsequent aus. Heute erfüllt zum Beispiel bereits fast jedes zweite bonprix-Textil die Kriterien für ein nachhaltiges Produkt. Für die Kundinnen sind die entsprechenden Artikel im Webshop durch das Label „Nachhaltiges Produkt“ bzw. „Sustainable Product“ gekennzeichnet, das jetzt in 14 weiteren Ländern eingeführt wird.

Die Kundinnen der Modemarke bonprix erkennen anhand des Kennzeichnungslabels auf einen Blick die nachhaltigen Produkte. Sie schützen die Umwelt und unterstützen die Menschen in den Anbauregionen oder enthalten zu einem Mindestanteil folgende nachhaltige Materialien: Bio-Baumwolle (GOTS- oder OCS-zertifiziert), recycelte Materialien (GRS-zertifiziert) wie beispielsweise recycelte Baumwolle oder recycelter Polyester oder auch TENCEL® und FSC®-zertifiziertes Holz und Cotton made in Africa (CmiA).

Begleitet wird die internationale Einführung des Kennzeichnungslabels durch kommunikative Maßnahmen, die ab dem 5. April das CR-Engagement von bonprix stärker in den Fokus rücken. So erfahren Kundinnen im [deutschen](#) und vielen internationalen bonprix Webshops aktuell mehr über nachhaltige Materialien und Prozesse. Im Produktionsland Uganda wurde eigens ein Video in unterschiedlichen Versionen und mehreren Sprachen produziert. Unter dem Titel [„How we make: Mit einem T-Shirt ein Lächeln schenken“](#) gibt es beispielhafte Einblicke in die Produktionskette eines T-Shirts mit dem CmiA-Label – vom Baumwollanbau bis zum fertigen T-Shirt. Die Filme werden sowohl in den Webshops als auch auf den Social Media-Kanälen zum Einsatz kommen.

Über Plan: mehr als 75 Prozent der Baumwolle aus nachhaltigem Anbau

Der größte Anteil nachhaltiger Produkte ist bei bonprix Cotton made in Africa-gelabelt. Schon heute ist der Modeanbieter der größte Partner der Initiative, die sich für den umweltfreundlichen Anbau von Baumwolle sowie bessere Arbeits- und Lebensbedingungen für afrikanische Kleinbauern einsetzt. Der nun ermittelte Anteil an CmiA-Baumwolle an der

insgesamt nachgefragten Menge Baumwolle lag für bonprix im Jahr 2017 über der eigenen Zielsetzung bereits bei 76 Prozent.

Dies entspricht ca. 47 Millionen Teilen und etwas mehr als 14.500 Tonnen Baumwolle. Im Vergleich zum globalen Durchschnitt werden beim Anbau von CmiA-Baumwolle mehr als 2.100 Liter Wasser pro Kilogramm Baumwolle eingespart¹, da für die Bewässerung nur Regenwasser zum Einsatz kommt. bonprix konnte daher im vergangenen Jahr durch den Erwerb von CmiA-Baumwolle rund 30,5 Milliarden Liter Wasser einsparen. Das würde in etwa dem Jahresverbrauch einer Großstadt mit rund 680.000 Einwohnern, größer als beispielsweise Stuttgart, entsprechen². In diesem Jahr plant bonprix, den Anteil auf fast 90 Prozent zu erhöhen und ihn bis 2020 auf 100 Prozent zu steigern.

Mehr Produkte aus nachhaltiger Forstwirtschaft

Neben trendaktueller nachhaltiger Mode bietet bonprix zudem ein Sortiment an umweltfreundlich produzierten Home & Living-Artikeln an. In 2017 hatte bonprix 550 Möbelartikel aus nachhaltiger Forstwirtschaft im Angebot. Bei insgesamt 650 Möbelartikeln macht das bereits jetzt einen Anteil von 85 Prozent aus.

Langfristiges Engagement für Nachhaltigkeit

Der Ausbau nachhaltiger Produkte ist eine Säule der CR-Strategie von bonprix, die im September letzten Jahres vorgestellt wurde und die den Ausbau der partnerschaftlichen Nachhaltigkeitsprozesse entlang der gesamten Lieferkette beinhaltet. Die Strategie ergänzt das bisherige CR-Engagement des Unternehmens, das seit vielen Jahren die Nachhaltigkeitsziele der Otto Group verfolgt, um eigene und für das Geschäftsmodell von bonprix spezifische Schwerpunkte. Im Produktbereich hat der Modeanbieter schon heute wichtige Meilensteine erreicht: Fast jedes zweite Textil erfüllt die Kriterien für ein nachhaltiges Produkt. „Unsere Kundinnen interessieren sich zunehmend dafür, was hinter der Marke und der Mode steht. Deswegen haben wir uns ganz bewusst entschieden, nachhaltige Produkte prominenter in unseren Webshops und in der Kundenkommunikation auszuloben und werden das Engagement weiter ausbauen“, erklärt Rien Jansen, der als Geschäftsführer Einkauf, Marketing und Retail verantwortlich für die CR-Strategie und deren Umsetzung ist.

Weitere Schwerpunkte der CR-Strategie liegen im Bereich Prozesse und Partnerschaften. 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 nach vorläufigen Berechnungen einen Umsatz von 1.56 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kunden Mode und

¹ Quelle: PE International

² Der tägliche Pro-Kopf-Wasserverbrauch lag 2016 in Deutschland bei 123 Liter (Quelle: Statista)

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 fünf 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 2017“ 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/>