

Hamburg, 06. April 2017

„Brustkrebs sollte Dich kratzen!“

bonprix und Brustkrebs Deutschland e.V. starten mit Pink Collection eine Initiative zur individuellen Früherkennung

Mit mehr als 70.000 Neuerkrankungen im Jahr ist Brustkrebs die häufigste Krebsform bei Frauen in Deutschland. Jede achte Frau hat ein Lebenszeitrisiko an Brustkrebs zu erkranken. Je früher ein Tumor erkannt wird, desto besser sind die Heilungschancen. Gemeinsam mit Brustkrebs Deutschland e.V. hat das Modeunternehmen bonprix eine Aktion ins Leben gerufen, um die Aufmerksamkeit für individuelle Brustkrebsfrüherkennung zu steigern. Mit der Wäsche-Kollektion Pink Collection möchte bonprix für das Thema sensibilisieren. Dabei sind in die BHs Labels eingenäht, die bewusst stören sollen. Tenor: „Brustkrebs sollte Dich kratzen!“

Für die Kollektion, die ab dem 6. April 2017 unter bonprix.de erhältlich ist, wurden Lieblings-BHs der bonprix Kundinnen neu aufgelegt – in frischen, femininen Tönen. Neben insgesamt vier BHs umfasst die Kollektion auch zwei dazu passende Unterteile. Das Besondere an der Pink Collection: In die BHs sind Labels eingenäht, die bewusst beim ersten Anziehen stören. Mit der provokanten Botschaft „Unangenehm? Die Wahrheit auch!“ wird das Thema Früherkennung in den Mittelpunkt gerückt. Das Label-Heft enthält dazu eine Anleitung zum Abtasten der Brust – in sechs einfachen Schritten. Auf bonprix.de/pinkcollection finden Interessierte gebündelt alle relevanten Informationen zur Aktion. Ziel der Initiative ist es, ein Bewusstsein für die Wichtigkeit der Früherkennung zu schaffen. Um möglichst viele Frauen zu erreichen, wird über alle bonprix Kanäle hinweg kommuniziert – von Social Media über Kataloge bis hin zu Beilegern bei Bestellungen. Sprüche wie „Du checkst fünf Mal am Tag Facebook – und was ist mit deiner Brust?“ sollen dabei auf die Initiative aufmerksam machen und zum Nachdenken anregen.

„Wir machen Mode für Frauen. Deswegen ist es uns ein besonderes Anliegen, uns gemeinsam mit Brustkrebs Deutschland e.V. zu engagieren und mithilfe dieser Aktion darauf hinzuweisen, wie wichtig die Früherkennung bei Brustkrebs ist“, sagt Geschäftsführer Rien Jansen, bei bonprix u.a. verantwortlich für den Einkauf. „Es geht darum, Frauen zu sensibilisieren und vor allem zu zeigen, wie einfach und schnell das regelmäßige Abtasten in den Alltag integriert werden kann“, so Jansen zum Hintergrund der Aktion.

Bei der Entwicklung und inhaltlichen Erarbeitung des Label-Hefts und den begleitenden Maßnahmen stand bonprix der Verein Brustkrebs Deutschland e.V. als Partner beratend zur Seite und war maßgeblich an der Entwicklung der Initiative beteiligt. „Wir freuen uns, dass wir zusammen diese großartige Aktion auf die Beine gestellt haben, um humorvoll, frech und vor allem reichweitenstark auf dieses sehr wichtige Thema aufmerksam zu machen“, erklärt Renate Haidinger, 1. Vorsitzende des Vereins Brustkrebs Deutschlands e.V. „Neben dem

Aha-Effekt durch den Launch der Kollektion möchten wir natürlich über die Kanäle von bonprix so viele Frauen wie möglich erreichen.“

Weitere inhaltliche Informationen zum Thema Brustkrebsfrüherkennung finden Sie unter brustkrebsdeutschland.de.

Bildmaterial zur Initiative steht Ihnen [hier](#) zur Verfügung.

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 30 Millionen Kunden in 29 Ländern weltweit. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute über 3.000 Mitarbeiter weltweit. Im Geschäftsjahr 2016/2017 (28. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH nach vorläufigen Berechnungen einen Umsatz von 1.512 Millionen 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 fast 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 2016“ 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, Andrea L'Arronge, Patricia Kelly, Anna Maria Kaufmann, Patricia Riekkel, Andrea Sixt, Janine White und Carolin Fink.

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH
Janina Saskia Jäger (Mode- und Marken-PR)
Tel.: +49 40 64 62 -2476
E-Mail: presse@bonprix.net
Katharina Schlensker (Unternehmenskommunikation)
Tel.: +49 40 64 62 -2070
E-Mail: corporate@bonprix.net

www.bonprix.de