

Pressemitteilung

Hamburg, 6. Juni 2023

Mehr Transparenz über Produktherkunft und Umweltauswirkungen: bonprix launcht Badekollektion mit Sustainability Passport

Zum Start der Badesaison präsentiert bonprix seine aktuelle Kollektion für Bademode, die nicht nur aus nachhaltigeren Materialien besteht, sondern zudem erstmalig mit einem Sustainability Passport ausgestattet ist. Dieser digitale Produktpass zeigt alle Stationen der Lieferkette, gibt Einblicke in die ökologische Performance ausgewählter Lieferanten und veranschaulicht die Umweltauswirkungen je Produkt. Wesentliche Kennzahlen können Kund*innen per QR-Code auf dem Hangtag erfahren. Der umfassende Sustainability Passport ist das Ergebnis eines gemeinsamen Pilotprojekts mit dem Start-up Made2flow.

Die neue Badekollektion von bonprix umfasst 16 Styles aus recyceltem Polyamid und Ecovero-Viskose. Das Herzstück ist ein Wendebadeanzug, der auf vier verschiedene Arten getragen werden kann: unifarben oder mit trendigem Colour Flow in Orange-Lila, mit Knotendetail vorne oder hinten. Diese Vielseitigkeit soll die Nutzungsdauer des Produkts verlängern. Auch weitere Modelle in Orange-Lila und einfarbige Styles – von Bikinis und Badeanzügen bis hin zu Schwimmkleid und Knotentop – sind in der Kollektion enthalten. Die Produkte sind ab dem 6. Juni 2024 im [Online-Shop](#) verfügbar.

Transparenz durch umfassende Datenanalyse

Für jeden Badeartikel wurden über 200 Datenpunkte entlang der gesamten Lieferkette erhoben, um die Lebenszyklusanalyse („Cradle to Gate“) für jedes Produkt zu berechnen. Die Lieferkettenpartner stellten dafür unter anderem Energie- und Wasserverbräuche sowie Details zur Art der Energie, Chemikalien und den Maschinenparks bereit. Umgesetzt wurde das Pilotprojekt mit langjährigen, strategischen Lieferanten.

Die Berechnung der 16 Kategorien des Umwelt-Fußabdrucks (Product Environmental Footprint, PEF) wurde von dem Berliner Start-up [Made2Flow](#) durchgeführt, das auf die Datenerfassung und -validierung sowie Bilanzierung von Umweltauswirkungen in der Modeindustrie spezialisiert ist. Drei dieser Kategorien – Klimawandel, Wasserverbrauch und Verwendung fossiler Rohstoffe – werden direkt an die Kund*innen kommuniziert. Die Informationen sind als digitaler Sustainability Passport auf einer [Landingpage](#) anschaulich aufbereitet, die über den QR-Code auf dem Hangtag jedes Artikels erreichbar ist.

Produkttransparenz im Fokus: Der Sustainability Passport verbindet strategische Handlungsfelder

Die testweise Einführung des Sustainability Passport ist sowohl ein Schritt hin zu mehr Transparenz für die Kund*innen als auch eine Vorbereitung auf zukünftige EU-Verordnungen

wie etwa die „Ecodesign for Sustainable Products Regulation – ESPR“ einschließlich des Digitalen Produktpasses (DPP).

Stefanie Sumfleth, Vice President Corporate Responsibility & Technical Product bei bonprix, betont die strategische Relevanz des Projekts: „Wir arbeiten schon lange und mit großem Erfolg daran, Transparenz in die Lieferkette zu bringen. Auch die Vorteile nachhaltigerer Materialien und die ökologische Performance unserer Lieferanten sind bereits wesentliche Fokusthemen unserer CR-Strategie. Der Sustainability Passport bringt all diese Perspektiven erstmals auf Produktebene zusammen und macht sie für unsere Kund*innen am Produkt einsehbar und erlebbar. Ein Schritt, der uns nur durch die langjährige enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern in der Lieferkette gelungen ist.“

Für Carolin Klar, Managing Director Product, Sourcing & Corporate Responsibility bei bonprix, ist der Sustainability Passport ein wichtiger Schritt, um das Vertrauen der Kund*innen zu stärken: „Wir wissen, dass viele Konsument*innen verunsichert sind, wenn es um Aussagen rund um Nachhaltigkeit in der Modebranche geht. Deshalb setzen wir bewusst auf hohe Transparenz: Mit dem Sustainability Passport machen wir Nachhaltigkeit sichtbar und verständlich und wollen sowohl das Interesse an unseren Produkten als auch das Bewusstsein für nachhaltigere Mode fördern.“

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