

Pressemitteilung

Hamburg, 26. September 2017

„bonprix wird Pink!“

Modemarke baut gemeinsam mit Brustkrebs Deutschland e.V. Initiative Pink Collection aus und setzt auf Kooperation mit TV-Sender sixx und Moderatorin Janin Ullmann

Rund um den internationalen Brustkrebstag am 1. Oktober verstärkt die Modemarke bonprix ihr Engagement zur frühzeitigen Erkennung von Brustkrebs. Dabei arbeitet das Hamburger Unternehmen eng mit dem TV-Sender sixx und der Moderatorin Janin Ullmann zusammen. Mit TV-Spots, Advertorial und einem Social Media Live Talk sorgt bonprix für eine reichweitenstarke Fortsetzung der Initiative. Unter dem Motto „Brustkrebs sollte Dich kratzen!“ hatte bonprix bereits im April gemeinsam mit Brustkrebs Deutschland e.V. die Initiative Pink Collection gestartet. Die Wäsche-Kollektion, die ab Ende September wieder erhältlich sein wird, besteht aus BHs mit eingenähten Labels, die bewusst beim Anziehen stören und damit die Aufmerksamkeit auf den Aspekt Früherkennung lenken.

„Die Resonanz auf die Pink Collection ist großartig und das positive Feedback unserer Kundinnen hat uns gezeigt, wie wichtig unser Engagement ist“, sagt Rien Jansen, der als Geschäftsführer bei bonprix den Einkauf verantwortet. „Uns war es wichtig, die Initiative weiterzuentwickeln und auszubauen, um noch mehr Frauen zu erreichen und über dieses wichtige Thema zu informieren.“ Daher tritt bonprix am internationalen Brustkrebstag als Programmsponsor des Frauen-TV-Senders sixx auf. Seit dem 25. September weist die Modemarke mit verschiedenen Spots und einem Advertorial, die zusammen mit dem ProSiebenSat.1-Vermarkter für Sonderwerbeformen, SevenOne AdFactory, konzipiert wurden, auf die Relevanz des Themas hin und steigert damit die Aufmerksamkeit für die Initiative. Dem Anlass entsprechend werden bonprix und sixx ihr Logo am 1. Oktober farblich und thematisch anpassen.

Höhepunkt der Aktionen ist der Live-Talk am 1. Oktober um 19.00 Uhr auf der bonprix facebook Seite, moderiert von Janin Ullmann. Experten und Gäste u.a. Renate Haidinger, 1. Vorsitzende des Vereins Brustkrebs Deutschlands e.V., werden über das Thema Brustkrebsfrüherkennung informieren. Interessierte haben die Möglichkeit, vorab ihre Fragen rund um das Thema per E-Mail an talk@bonprix.net zu schicken oder direkt während des Talks über die Kommentarfunktion zu stellen. Weitere Social Media-Aktivitäten, wie etwa pinkfarbene facebook Profilbild-Overlays, fordern die User auf, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen und Farbe zu bekennen. Wie schon zum Start der Initiative im April werden alle Kommunikationskanäle von Katalog bis Newsletter bespielt, um möglichst eine hohe Aufmerksamkeit zu generieren.

„Ich finde es gut, dass sich bonprix engagiert und seine Kanäle und Reichweite nutzt, um für das wichtige Thema Brustkrebsfrüherkennung zu sensibilisieren“, erklärt Moderatorin Janin Ullmann ihr Engagement im Rahmen der Aktion. „Die Pink Collection ist eine starke Initiative, denn sie holt uns Frauen in smarterer Weise dort ab, wo wir uns mit dem Thema auseinandersetzen müssen.“

Pink Collection: Sieben Styles für mehr Bewusstsein

Ab dem 28. September wird die Pink Collection wieder unter www.bonprix.de sowie ausgewählte Styles in bonprix Geschäften erhältlich sein. Die insgesamt fünf BHs in femininen Farben sind alle mit eingenähten Labels ausgestattet, die eine Anleitung zum Abtasten der Brust beinhalten. Zwei passende Unterteile komplementieren die Wäsche-Kollektion. Die Aktionsseite bonprix.de/pinkcollection bietet darüber hinaus Interessierten weiterhin gebündelt alle wichtigen Informationen zur Initiative und zum Thema Früherkennung.

Auch dieses Mal stand bei der inhaltlichen Ausgestaltung der Maßnahmen Brustkrebs Deutschland e.V. beratend zu Seite. „Wir freuen uns, dass bonprix im Rahmen unserer langfristig angelegten Partnerschaft sein Engagement auch im für uns wichtigen Brustkrebsmonat Oktober weiterführt“, so Renate Haidinger. „Zu diesem Zeitpunkt liegt das Augenmerk besonders auf dem Thema und wir möchten alle Aufmerksamkeit, die wir bekommen können, nutzen, um weiter für die relevanten Aspekte Vorsorge und Früherkennung zu sensibilisieren.“

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

Entsprechendes Bildmaterial finden Sie anbei. Die redaktionelle Nutzung des Bildmaterials ist nur im Kontext der Initiative Pink Collection by bonprix gestattet.

Aktionsseite zur Initiative Pink Collection

[bonprix facebook Seite](#)

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kunden in 30 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 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*

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 Riekel, Andrea Sixt, Janine White und Carolin Fink.