



Medieninformation

Nachhaltiger Umgang mit Materialien tierischen Ursprungs

Breuninger verabschiedet umfassende Tierschutzpolicy

Stuttgart, 02.12.2021

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger veröffentlicht im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie eine umfassende Tierschutzpolicy mit weitreichenden Richtlinien im Umgang mit tierischen Materialien. Mit der Policy verpflichtet sich Breuninger selbst und fordert deren Einhaltung gezielt von seinen Partnerinnen und Partnern sowie Lieferantinnen und Lieferanten. Breuninger setzt damit neue Maßstäbe für eine tierleidfreie Modeindustrie und sendet ein starkes Signal in die Branche.

Für Breuninger ist Tierschutz Herzenssache. Nach dem Verzicht auf den Verkauf von Echtpelz, Exotenleder und Angorawolle zum Jahresende 2020 ist Breuninger im Januar 2021 der internationalen Initiative „Fur Free Retailer Program“ beigetreten. Die nun veröffentlichte Tierschutzpolicy ist ein weiterer konsequenter Schritt des Unternehmens im Engagement für den verantwortungsvollen Umgang und den Schutz von Tieren in der Fashion- und Lifestyle-Branche.

Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie verpflichtet sich Breuninger mit einer eigenen Tierschutzpolicy, nachhaltige Materialien im gesamten Warensortiment künftig noch stärker zu fördern. Ziel ist es, bestimmte Mindeststandards bei tierischen Materialien sicherzustellen sowie besonders kritische Materialien auszuschließen und durch Alternativen zu ersetzen. Ab 2025 bietet Breuninger so beispielsweise nur noch zertifizierte Daune an und garantiert die kontrollierte europäische Herkunft aller Hornmaterialien. Ab 2030 verkauft das Unternehmen darüber hinaus ausschließlich Artikel mit 100 Prozent zertifiziert mulesingfreier Wolle. Die Tierschutzpolicy von Breuninger thematisiert weitaus mehr tierische Materialien als branchenweit bislang üblich. So finden auch Materialien wie Seide, Korallen, Felle und Leder, Perlen, Perlmutter und Muscheln Berücksichtigung.

Das Bekenntnis zur Einhaltung strenger Standards bei tierischen Materialien macht eine übergeordnete Herausforderung der Modeindustrie sichtbar, denn nicht für alle Materialien tierischen Ursprungs gibt es aktuell bereits gute Zertifizierungen. Im Gespräch mit Expertinnen und Experten aus der Branche, Lieferantinnen und Lieferanten und Geschäftspartner und Geschäftspartnerinnen treibt Breuninger hier übergeordnete Lösungen aktiv voran und fördert die Transparenz der gesamten Produktionskette.

"Die kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung von Breuninger als nachhaltiges Unternehmen ist ein wichtiger Bestandteil unserer DNA. Unsere umfassende Tierschutzpolicy unterstreicht dies und zeigt, dass wir es ernst meinen", so Breuninger CEO Holger Blecker. "Wir müssen dem Bekenntnis zum Tierschutz Taten folgen lassen. Und das gilt für die gesamte Branche. Wir dürfen uns nicht aus der Verantwortung ziehen. Wo es keine Standards gibt, müssen wir welche erarbeiten."

Zur Förderung des Tierschutzes arbeitet Breuninger eng mit der Tierschutzorganisation VIER PFOTEN Deutschland zusammen, die auch dem "Fur Free Retailer Program" in Deutschland vorsteht. Die Tierschutzpolicy wird stetig aktualisiert und an Neuerungen innerhalb der Branche angepasst.

Die vollständige Tierschutzpolicy von Breuninger ist hier öffentlich verfügbar:

<https://www.e-breuninger.de/de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit/#tierschutz>

Mediakit zum Download:

[Nachhaltigkeit bei Breuninger \(picdrop.com\)](#)

Alle Informationen zum Thema Nachhaltigkeit bei Breuninger gibt es unter:

www.e-breuninger.de/nachhaltigkeit

E. Breuninger GmbH & Co.

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger wurde 1881 von Eduard Breuninger gegründet und zählt heute zu den führenden Multichannel-Department-Stores in Europa. Seit 140 Jahren setzt Breuninger mit einer exklusiven Auswahl an internationalen Designermarken und ausgesuchten Newcomer Brands hohe Maßstäbe in den Bereichen Fashion, Beauty und Lifestyle. Der im Jahr 2008 gestartete Online-Shop www.breuninger.com zählt zu den erfolgreichsten im Premiumsegment und ist auch in Österreich, der Schweiz und in Polen verfügbar. Neben Stilbewusstsein und Trendgespür steht Breuninger für eine ausgeprägte Kundenorientierung: Serviceangebote wie der Special Service, das hauseigene Maßatelier, Click&Collect und Online Reservierung, der Instore Bestellservice sowie der Shuttle Service sorgen stationär und online für ein einzigartiges Einkaufserlebnis. In Deutschland und Luxemburg gehören nunmehr 13 Häuser mit rund 6.000 Mitarbeitern zu Breuninger. 2023 ist die Eröffnung von Breuninger in Hamburg geplant.