



## Jetzt dauerhaft bei Tchibo: Nachhaltige Kindermode, die mitwächst

- **Mode für Babys und Kinder - ökologisch, langlebig, genderneutral**
- **Bis 2021 werden sämtliche Baumwoll-Textilien aus nachhaltigem Anbau gefertigt**
- **Permanentes Online-Sortiment mit wechselndem, saisonalem Angebot**
- **Kein Fast Fashion, sondern langlebige Produkte**

**Hamburg 19. August 2020** – Eine Regenhose aus 30 recycelten PET-Flaschen\*, ein Mützchen aus Bio-Baumwolle: Tchibo nimmt ab September nachhaltige Baby- und Kindermode dauerhaft in das Sortiment auf. Die fair hergestellte, langlebige Kollektion ist zukünftig online unter [tchibo.de](http://tchibo.de) erhältlich. Pro Jahr wird es zwei Hauptkollektionen sowie saisonale Produkte geben. Los geht es mit Herbst-Outfits in den Größen 50/56 bis 120/128.

Unter dem Label „We care for you“ präsentiert Tchibo ein kuscheliges Sortiment vom Langarm-Body für die Kleinsten bis zum Jeans-Latzkleid für junge Damen: Alle Produkte aus der Kollektion wurden mit zertifizierter Bio-Baumwolle oder recyceltem Material gefertigt.

Dabei setzt Tchibo auf die Zusammenarbeit mit renommierten Zertifizierungen wie dem GOTS (Global Organic Textile Standard) oder dem Grünen Knopf. Das 2019 eingeführte staatliche Textilsiegel prüft verantwortungsvolle Unternehmen und zeichnet nachhaltig sozial und ökologisch produzierte Textilien aus.

Kleidung aus Bio-Baumwolle bedeutet bei Tchibo: Beim Anbau der Pflanzen werden ausschließlich natürliche Pflanzenschutz- und Düngemittel verwendet. Das erhält den Boden und spart bei einem einzigen T-Shirt bis zu 345 Liter\*\* Wasser. Zudem schützt es die Gesundheit der Menschen in den Anbaugebieten.

Bei Regenosen und -jacken verwendet Tchibo recyceltes Altplastik. Anders formuliert: In beispielsweise ehemaligen Kunststoffflaschen gekleidet, kann der Nachwuchs im Herbst prima Kastanien sammeln gehen. Geschützt ist die Schietwetter-Kollektion mit einer umweltschonenden evoPel-Imprägnierung.



Mit der neuen Kinder-Kollektion geht Tchibo beim Thema Nachhaltigkeit noch einen Schritt weiter. Viele Produkte sind genderneutral gestaltet und geschnitten, können also gleichermaßen von Mädchen wie Jungs getragen werden. Kein Rosa und Glitzer – allenfalls ein unverdächtiger Igel findet sich als Motiv. Wenn der Sohn dann die weiß-grau gestreifte Schlupfhose der großen Schwester auftragen soll, gibt's keine Klagen mehr.

Wobei es sein kann, dass jüngere Geschwister auf das ein oder andere Kleidungsstück länger warten müssen als gewohnt. Denn mit cleveren Lösungen sorgt Tchibo dafür, dass die Kleidung mitwächst. Latzhosen kommen mit Gummiband und verstellbaren Trägern, Stretch-Jeans mit langen Beinen zum Umkrempeln.

Bis zur Schulentlassungsfeier dürfte auch diese Hochwasser haben. Aber länger als gewöhnlich können Kinder die neue Tchibo Kollektion auf jeden Fall tragen. Das schützt eine weitere wichtige Ressource – das verfügbare Budget der Eltern.

Mit der Langlebigkeit der Produkte setzt Tchibo ein Zeichen gegen den sogenannten Fast Fashion Trend, bei dem einfache Bekleidung nach wenigen Tragegelegenheiten bereits wieder weggeworfen wird.

\*Eigene Berechnung auf Basis von [textileexchange.org](http://textileexchange.org)/Durchschnittswert

\*\* Eigene Berechnung auf Basis von [aboutorganiccotton.org](http://aboutorganiccotton.org) (Textile Exchange), Durchschnittswert

Weitere Informationen für Journalisten:

Helen Rad, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2120

E-Mail: [helen.rad@tchibo.de](mailto:helen.rad@tchibo.de)

[www.tchibo.com](http://www.tchibo.com)

[www.tchibo.com/blog](http://www.tchibo.com/blog)

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo rund 900 Shops, über 24.300 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen, wie Reisen oder Mobilfunk, an. Tchibo erzielte 2019 mit international rund 11.450 Mitarbeitern 3,12 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa.

Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU. 2016 wurde Tchibo als nachhaltigstes Großunternehmen Deutschlands ausgezeichnet