PRESSEINFORMATION

Oktober 2007

Anzahl der Seiten: 5

Hess Natur –Textilien GmbH
Marie-Curie-Straße 7
D-35510 Butzbach

Verena Kuhnert
-Pressesprecherin-

Tel. +49 6033/991-254
Fax +49 6033/991-7120

verena.kuhnert
@hess-natur.de

www.hessnatur.com

Neue Marktsituation für hessnatur

Interview mit hessnatur-Geschäftsführer Wolf Lüdge

- ***Ethical Fashion findet man mittlerweile auf den Laufstegen von Paris und in den Kleiderschränken der Hollywoodstars. Was bedeutet die grüne Modewelle für hessnatur?***

Wir erleben gerade die Entstehung einer neuen Konsum Ära, in der Verbraucherinnen und Verbraucher ökologisch sensibel sind, ihre Kaufentscheidung aber nicht nur zum Wohle der Umwelt, sondern ganz bewusst auch im Hinblick auf die eigene Gesundheit treffen. Diese Welt, die durch den Megatrend Wellness, gepaart mit einem sehr ausgeprägten Nachhaltigkeitsempfinden entsteht, ist die Welt von hessnatur. Die Kriterien, die die Menschen in zunehmendem Maße bei ihrer Kaufentscheidung zugrunde legen, sind deckungsgleich mit unseren Kernkompetenzen: Giftfreiheit, Ökologie & Ästhetik. Darüber hinaus bedeutet die Popularität von Ethical

Geschäftsführer:
Wolf Lüdge

AG Friedberg HRB 6166
USt-Nr. 112/5700/0062
Ust-IdNr. DE814552723

HypoVereinsbank
BLZ 503 201 91
Konto 840 732 0

Dresdner Bank
BLZ 500 800 00
Konto 700 860 000

Fashion und die damit einhergehende Präsenz in den Medien wachsende Akzeptanz und höchste Sensibilität gegenüber dem Thema in der Bevölkerung. Der sich vollziehende Wertewandel der Gesellschaft ist für uns ein wichtiger Zeitpunkt, neue Kundengruppen zu erschließen. Da immer mehr Menschen bei hessnatur kaufen würden, aber keine Versandhandelskunden sind, expandieren wir stationär, um auch diese Zielgruppen „abzuholen".

- ***Stellen Marken wie American Apparel oder Kuyichi direkte Konkurrenz für hessnatur dar bzw. wie unterscheiden Sie sich von anderen Green-Labels?***

Natürlich hat sich die Situation am Markt verschärft, nachdem andere bzw. neue Modeanbieter das Thema Ökologie für sich entdeckt haben. Während die Mehrheit dieser Labels jedoch lediglich einzelne, ökologisch aufgemachte Produkte anbietet, die sich bestenfalls durch die anteilige Verwendung von Bio-Baumwolle auszeichnen, bietet hessnatur jährlich rund 5.000 konsequent natürliche Kollektionsteile in großer Materialvielfalt an. Kleidung aus Baumwolle, Seide, Leinen, Hanf, aus Schurwolle, Alpaka, Kamelhaar und Yakwolle, die von der Fasergewinnung, über die Produktion (Spinnen, Weben, Veredeln, Färben) bis hin zum fertigen Kleidungsstück rundum ökologisch ist. hessnatur war Pionier der ersten Stunde, Vorreiter der ökologischen Bewegung in Deutschland und hat in Sachen ökologisches Produkt Know-How Mitbewerbern gegenüber einen Vorsprung von mehr als 30 Jahren. Wir haben eine eigene Forschungsabteilung, die sich mit den Themen Innovation & Ökologie beschäftigt, die die Einhaltung unserer Sozialstandards überwacht und eigene Anbauprojekte

initiiert und betreut. Das spiegelt sich in unseren Produkten wieder und macht uns einzigartig, auch im internationalen Vergleich. Gleiches gilt für unsere Vision von einem naturgemäßen und giftfreien Leben, die unser Handeln bestimmt und unser Kreativität lenkt. Ich weiss, dass es vielen Labels noch an dieser Kompetenz und Authentizität mangelt. Eine unserer Aufgaben sehe ich deshalb darin, den Markt für den Konsumenten transparenter zu gestalten. Damit jeder weiss, dass Öko nicht gleich Öko ist und frei entscheiden kann, ob er eine rundum nachhaltige Textilie kaufen möchte, oder ob ihm ein „grüner Anstrich" genügt.

- ***Sie eröffnen aktuell einen neuen, 600qm großen Shop in der Hamburger Innenstadt. Warum haben Sie sich für diesen Standort entschieden?***

Wie bereits erwähnt, möchten wir uns breiter aufstellen, um Kundengruppen zu erschließen, die keine Versandhandelskunden sind. Hamburg eignet sich dafür sehr gut, weil wir über unseren bereits existierenden Kundenstamm vor Ort sehen, dass in der Stadt viele Umwelt affine Menschen leben. Wir sind daher der festen Überzeugung, hier mit unserem Modeangebot besonders erfolgreich sein zu können. Hamburg ist eine Stadt, die Modernität und Historie miteinander vereint – aus diesem Grund ist es uns nicht schwer gefallen, ein Gebäude zu finden, das unsere Anforderungen erfüllt: Wir möchten gut erreichbar sein, modern auftreten und dennoch hessnatur verkörpern und den Bezug zu unseren Wurzeln nicht verlieren. Der 600qm große, zweistöckige hessnatur-Shop liegt in der Innenstadt, in einem denkmalgeschützten Gebäude aus dem späten

19. Jahrhundert. Die Verkaufsräume, die wir zusammen mit den Hamburger Innenarchitekten Seel Bobsin gestaltet haben, sind mit großzügigen Rundbogenfenstern ausgestattet, mit Blick auf die Binnenalster. Ähnliche Objekte suchen wir auch für unsere zukünftigen Shops - 2008 stehen hier Berlin, München und/oder Düsseldorf zur Diskussion.

- ***In Ihrer aktuellen Anzeigenkampagne fokussieren Sie das Thema Baumwolle – mit welchen konkreten Maßnahmen engagiert hessnatur sich auf diesem Gebiet und warum?***

Natürlich bieten wir neben der Baumwolle auch andere organische Fasern an, wie Bio-Leinen oder organische Wolle und Seide. Wir haben jedoch für unsere Anzeigenkampagne bewusst Baumwolle ausgewählt, weil sie die am häufigsten verwendete Faser in der Bekleidungsindustrie, gleichzeitig aber auch einer der größten Umweltverschmutzer unserer Erde ist: Auf den Baumwollfeldern, die nur 2,4% der Anbaufläche ausmachen, werden allein 25% aller weltweit eingesetzten Pestizide versprüht. Da die meisten der Baumwoll-Bauern nicht lesen können, werden die hochgiftigen Chemikalien in der Regel unsachgemäß verwendet: Viele Bauern besprühen ihr Feld täglich, selbst wenn die Baumwollkapseln schon reif sind. Die Pestizide gelangen dadurch in die Fasern und somit auf direktem Wege auch auf die Haut der Verbraucher. Wir haben in Kenntnis dieser Zahlen und Fakten bereits Anfang der 90er Jahre begonnen, unsere Baumwollkollektion auf Bio-Qualität umzustellen. Der Startschuss fiel mit dem von Firmengründer Heinz Hess ins Leben gerufene, weltweit ersten Anbauprojekt für Bio-Baumwolle, es folgten zahlreiche weitere, hauseigene Projekte. Heute

sind wir soweit, dass jeder unserer Artikel mit dem Etikett „100% Baumwolle“ aus kontrolliert biologischem Anbau stammt. Vielleicht ist in Anbetracht unserer Entwicklungsgeschichte mein Misstrauen nachzuvollziehen, das ich all jenen Mode-Labels entgegenbringe, die sich mit einer Bio-Baumwoll-Kollektion schmücken, zumal das Angebot am Markt nach wie vor verschwindend gering ist: Weniger als 1% des weltweiten Baumwollangebots stammt aus kontrolliert biologischem Anbau.

- ***Wo sehen Sie hessnatur in 10 Jahren?***

hessnatur wird in 10 Jahren eine internationale Marke sein, die es geschafft hat, den noch be-stehenden Konflikt zwischen Ökologie und Mode zu lösen. Ein Label mit einer Ökologie, die den gesamten Entstehungsweg der Textilie einschliesst - inklusive einer sozialverträglichen Produktion- und mit einer kreativen Handschrift, die es mit den führenden Fashion-Labels des konventionellen Modemarktes aufnehmen kann. Ersteres haben wir bereits erreicht, an der Internationalisierung und unserem Design arbeiten wir noch.

* * *