

## PRESSEINFORMATION

November 2007

Anzahl der Seiten: 4

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](http://www.hessnatur.com)



### Die scheinheilige „Grüne Welle“

#### Ethical Fashion auf dem Prüfstand

(mps) Seit Al Gore einen Oscar für seinen Film: „An Inconvenient Truth“ überreicht bekam, surfen die Ikonen der modernen Leistungsgesellschaft auf der „Grünen Welle“. So geht Julia Roberts mit ihrem eigenen Kaffeebecher zu Starbucks und Leonardo di Caprio läuft in Cannes zu Fuß zum Roten Teppich bei der Premiere seines neuen Films: „The 11th Hour“, weil er kein umweltschonendes Fahrzeug auftreiben konnte, das ihn öffentlichkeitswirksam dorthin brachte.

Das neue Erfolgsmodell besteht aus einer Mischung von Verantwortungsbewusstsein, Nachhaltigkeit, Menschenfreundlichkeit und Solidarität und heißt „Grüne Welle“.

Geschäftsführer:  
Wolf Lüdge

Sitz: Butzbach  
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

# hessnatur

Mit den Superstars ist es gelungen, die Welt für die Themen Klimaschutz und Ökologie zu erwärmen. Inzwischen wird klar, dass „Ökostyling“ und leere Worthülsen nicht mehr genügen, um eine Katastrophe abzuwenden. Es geht nicht darum, sich „Grün“ nach außen zu offenbaren, sondern persönlich von Grund auf ein neues ethisches Verhalten zu entwickeln und zu leben. Weil die Stars schnell in ihrer Oberflächlichkeit durchschaut werden, verfolgen inzwischen unzählige „Ökorazzis“ das Leben unserer Leitbilder:

In Weblogs von Ökoaktivisten wird das von Al Gore initiierte Live-Earth-Konzert angegriffen, auf dem Stars wie Madonna, die neun Häuser besitzen und Autofloten mit diversen SUV-Ungeheuern in ihren Privatgaragen parken, ökofreundlich präsentiert wurden. Trotz seines Fußmarsches hält man Leonardo di Caprio seinen Privatjet vor, mit dem er im Mai in Cannes angereist ist.

Bei Bekleidung läuft der Trend synchron. Plötzlich sind unzählige Anbieter aufgetaucht, die ihrer Marke ein „Ökostyling“ gegeben haben, und viele Verbraucher fallen, genau wie bei den Superstars, auf die Argumente rein, weil viele Medien noch nicht ausreichend informieren. Man produziert einzelne ökologisch aufgemachte Produkte, um sich mit einem „Grünen“ Anstrich herauszuputzen. Wenn dann bekannt wird, dass diese, als „organisch“ vermarkteten Produkte, genmanipuliert oder pestizidverseucht sind, fällt der Schwindel auf. Es kann niemals so viel ökologisch unbedenkliche Bekleidung geben, wie man zur Zeit im Angebot findet, denn nur weniger als 1% der gesamten Baumwolle wird ökologisch angebaut.

# hessnatur

hessnatur hat im Rahmen einer Anzeigenkampagne im Oktober letzten Jahres kritisch mit diesem Thema auseinandergesetzt. Darin hat man sich am Beispiel von Baumwolle mit der Pestizid- und Genmanipulationsproblematik beschäftigt. Aufgrund einer gegen hessnatur angestrebten Unterlassungsklage kann die Kampagne jedoch nicht wie geplant auf den Folgeseiten vorgestellt werden.

Wer heute Bekleidung kauft, sollte sich nicht mit vagen Auskünften zufrieden geben, sondern gezielt die Herkunft und die Verarbeitung der Materialien hinterfragen. Auf diese Weise kann man den wahren Nachhaltigkeitsgrad des Produkts und damit seine Unbedenklichkeit besser einschätzen:

hessnatur ist weltweit das erste Unternehmen, das vor knapp 20 Jahren den ökologischen Anbau von Baumwolle in Ägypten initiiert hat. Heute stammt jeder hessnatur Artikel mit dem Etikett „100% Baumwolle“ aus kontrolliert biologischem Anbau, teilweise aus hauseigenen umwelt- und sozialverträglichen Projekten. Sein Bio-Leinen baut das Unternehmen direkt vor seiner Haustür in Hessen an und auch Wolle aus kontrolliert biologischer Tierhaltung (kbT) kommt in zunehmendem Maße zum Einsatz. hessnatur verzichtet entlang der gesamten textilen Herstellungskette – vom Anbau der Rohfaser bis hin zum fertigen Kleidungsstück – auf chemische Zusätze, die die Haut reizen und die Umwelt belasten. Jede Kollektion wird ohne optische Aufheller, Chlorbleiche und Kunstharze produziert, das hauseigene Design wird ausschließlich mit hochwertigen und gesundheitlich unbedenklichen Farbstoffen umgesetzt. Alle Textilien entsprechen damit mindestens den Orientierungswerten für



Rückstandskontrollen des Internationalen Verbands der Naturtextilwirtschaft (IVN), dem hessnatur als einer der wenigen Anbieter in Europa angehört und zu dessen Gründungsmitgliedern er zählt.

Bei hessnatur gibt es kein aufgesetztes „Ökostyling“. hessnatur ist ausschließlich „Natur“ und sonst nichts. hessnatur verzichtet auf scheinheilige Argumente, dafür bemüht man sich sehr ernsthaft um Ihre Gesundheit. Bei hessnatur wird man keine Superstars treffen, die für teures Geld über den Atlantik eingeflogen werden. Das Unternehmen investiert besser in den Erhalt der Natur. hessnatur hat daher ökologisch unbedenkliche Produkte entwickelt und achtet auf hohe ethische Werte im Kontakt mit Mitarbeitern und mit Vertragspartnern, wodurch „Fairtrade“ eine selbstverständliche Grundlage des Handelns ist.

\* \* \*