



## PRESSEINFORMATION

Juli 2008

Anzahl der Seiten: 2

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



**hessnatur wird grün**

**Butzbacher Naturmodemarke mit neuer Corporate Identity**

*Butzbach* hessnatur wird grün – so das alte und zugleich aktuelle Motto des Butzbacher Spezialversenders hessnatur. Denn mit Beginn der HW-Saison richtet die Marke für ökologische und faire Mode ihre Corporate Identity (CI) und ihren werblichen Auftritt – das Corporate Design (CD) - neu aus.

„Unser neuer Schriftzug steht symbolisch für die Kraft und Urwüchsigkeit der Natur. Er ist am Zeichentisch eines Künstlers entstanden, der klassisch mit Pinsel, Farbe und Papier unseren neuen Schriftzug hat wachsen lassen“, erklärt Michael Krause, Projektmanager für die CI/CD-Umstellung 2008. Auch die Hausfarbe wird sich mit Einführung der neuen Corporate Identity ändern. hessnatur trägt seine Haltung zu Mensch und Umwelt nun auch durch ein dynamisches und strahlendes grün („Amazonas-grün“) nach außen.

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



„Im Katalog und allen werblichen Maßnahmen werden wir ab der HW-Saison unsere Einzigartigkeitsmerkmale wie Naturmaterialien, hauseigenes Design und Mode sowie unser gesellschaftliches und ökologisches Engagement noch stärker in den Fokus stellen“, erläutert Barbara Engel, Leiterin Werbung bei hessnatur. Auf den Punkt bringen lässt sich das in der Gestaltung aller Vertriebs- und Kommunikationsmaßnahmen mit der so genannten „3M-Formel“ - für Mode, Material und die Verbindung von Mensch und Natur. Entwickelt wurde das neue Katalogkonzept von Marina Marks (M-Art Werbeagentur) und dem Berater Werner Kolligs (ehemals Neckermann). Die Gestaltung der Geschäftsausstattung und der Vertriebsmittel nach den neuen CI- und CD-Richtlinien wurde von der Frankfurter Agentur Typodrom für hessnatur umgesetzt.

Und auch der bisherige Claim „Vom Leben angezogen“ wird mit Einführung des neuen Schriftzugs und des neuen Looks abgelöst: hessnatur-Geschäftsführer Wolf Lüdge: „'design for life' bringt es als Kern der hessnatur-Unternehmensphilosophie auf den Punkt. Denn hessnatur steht seit mehr als 30 Jahren für einen umfassenden und nachhaltigen Lebensstil, der sich durch einzigartige Mode ausdrückt. Und so passt „design for life“ auch als internationale Botschaft zu unserem Markteintritt in den USA. Auch dort sind die Menschen auf der Suche nach Wegen, wie sie miteinander und der Natur in Harmonie leben können. Das zeigt die neue grüne Bewegung, die wir derzeit erleben können. Als Pionier der ersten Stunde wird hessnatur mutig und innovativ mit dabei sein.“

\* \* \*