

PRESSEINFORMATION

März 2010

Anzahl der Seiten: 3

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 setzt Meilenstein in der Kundenkommunikation

Verbraucher berichten live aus den Produktionsstätten von Deutschlands größtem Naturmodelabel

Butzbach Woher stammt die Wolle meines Pullovers, wo und unter welchen Bedingungen wurde er produziert - auf diese oder ähnliche Fragen erhält man bei Deutschlands größten Naturmodelabel hessnatur in Zukunft ungewöhnliche Antworten. Das Unternehmen will im Sinne einer noch transparenten Kommunikation fortan Verbraucher dazu einladen, seine Produktionsstätten zu besichtigen. Die Teilnehmer, die auf Wunsch auch aktiv bei der Herstellung der Textilien mitwirken können, sollen ihre Eindrücke und Erfahrungen täglich via Internet an die hessnatur-Community weitergeben. Im September 2010 werden die ersten „Botschafter“ nach Peru reisen. Sie sollen die Entstehung eines Alpaka-Pullovers aus der Kollektion des mallorquinischen Designers und hessnatur-Kreativdirektors Miguel Adrover authentisch dokumentieren.

Geschäftsführer:
Wolf Lüdge

Sitz: Butzbach
AG Friedberg HRB 6166
Ust-IdNr. DE814552723

Dresdner Bank
BLZ 500 800 00
Konto 700 860 000

Volksbank Butzbach
BLZ 518 614 03
Konto 191191



Langfristiges Ziel des Naturmodeanbieters: Eine lückenlose Dokumentation der Entstehungsgeschichte seiner Kollektion, bei der Kunden und Lieferanten direkt miteinander kommunizieren. Erste Schritte in Sachen Transparenz unternahm der Versender bereits mit seiner Produkt-Deklaration in den 90er Jahren, als hessnatur als erstes Unternehmen weltweit zu jedem Artikel aus seiner Kollektion Angaben zum Herkunftsland der Materialien, ihrer Verarbeitung und der Konfektion in seinem Katalog veröffentlichte. Seit 2008 wird die hessnatur-Kollektion zudem von unabhängigen Produkt-Testern bewertet, die ihr unzensuriertes Urteil anschließend im Internetshop oder Weblog des Unternehmens veröffentlichen. „In Zeiten von Informationsüberflutung und Web 2.0 löst der aktive Dialog zwischen Unternehmen und Konsumenten die alte Sender-Empfänger-Struktur zunehmend ab. hessnatur sieht deshalb die Notwendigkeit, die Grenze zwischen Verbraucher und Unternehmen zukünftig noch stärker aufzuweichen und weiter zu intensivem Dialog einzuladen,“ so Projektleiter Noel Klein-Reesink.

Die Reise nach Peru im Herbst 2010, bei der Verbraucher die Entstehungsgeschichte einer hessnatur-Textilie hautnah erleben und dokumentieren sollen, ist ein erster Schritt in diese Richtung. Der Besuch einer traditionellen Alpaka-Farm in den Anden und textiler Handwerksstätten in den Tälern Perus sind dabei nur zwei von vielen spannenden Stationen. Begleitet werden die hessnatur-Botschafter von Matthias Hess, Sohn des Firmengründers Heinz Hess, der mit seiner Familie in Lima lebt. Im Anschluss an die 10tägige Erlebnis-Reise haben die Teilnehmer dann Gelegenheit, das Land weitere 10 Tage auf eigene Faust zu erkunden.



Interessierte Verbraucher können sich für diese Zweier-Team-Reise noch bis Mitte Juni mittels Text, Foto und/ oder Video bei hessnatur unter www.hessnatur.com/botschafter bewerben. Wie hoch das eingestellte Material bei der Internet-Community im Kurs steht, die mittels Public Voting später auch das Gewinner-Duo bestimmt, kann anhand eines täglich aktualisierten Rankings verfolgt werden.

* * *