

# Presseausendung

---

Lenzing Aktiengesellschaft  
Werkstraße 2  
4860 Lenzing, Austria  
www.lenzing.com

Telefon +43 (0) 7672 701-2713  
Fax +43 (0) 7672 918-2713  
E-Mail w.kaserer@lenzing.com

Ref. kawa  
Datum 21. April 2017

## Lenzing präsentiert am „World Earth Day“ seine neue Nachhaltigkeitsstrategie

- Unterstützung des „World Earth Day“-Projektes Canopy<sup>1</sup> mit USD 27.000, die die Pflanzung von 27.000 Bäumen ermöglichen
- Modell der Kreislaufwirtschaft und „Net-Benefit“-Konzept als zentrale Elemente
- Neuer Nachhaltigkeitsbericht der Lenzing Gruppe vorgestellt

Lenzing – Die Lenzing AG, weltweit führender Hersteller von holzbasierten Cellulosefasern, präsentierte im Rahmen des „World Earth Day“ seine neue Nachhaltigkeitsstrategie. Der „World Earth Day“, an dem jährlich am 22. April weltweit Millionen Menschen aktiv teilnehmen, um für den Erhalt einer lebenswerten Umwelt einzutreten, wird vom weltweiten Earth Day Network organisiert. In diesem Rahmen hat Lenzing auch dem World Earth Day-Projekt Canopy für sein Baumpflanzungs-Programm eine Spende in Höhe von USD 27.000 überreicht. Mit diesem Betrag hat Lenzing der Earth Day Network-Initiative geholfen, ihr ehrgeiziges Ziel zu erreichen, bis zum Earth Day insgesamt USD 150.000 für Baumpflanzungen aufzubringen ([earthday.org/trees](http://earthday.org/trees)). Nach Schätzungen der Vereinten Nationen bringt jeder Dollar für die Aufforstung ganze USD 2,50 zusätzlich an lokalem Einkommen und Nutzen.

„Wir sind für die großzügige Spende der Lenzing Gruppe dankbar“, sagt Kathleen Rogers, Präsidentin von Earth Day Network. „Mit der Hilfe von Partnern wie Lenzing können wir nicht nur Bäume pflanzen, sondern auch helfen, nachhaltige Gemeinschaften in Regionen zu errichten, in denen Aufforstung am notwendigsten ist.“

Die neue Nachhaltigkeitsstrategie „Naturally Positive“ der Lenzing Gruppe ist ein Ergebnis der im Herbst 2015 verabschiedeten neuen Konzernstrategie sCore TEN. „Der Nachhaltigkeitsgedanke ist fester Bestandteil unserer Konzernstrategie. Denn Lenzing ist in der einzigartigen Situation, ein echtes zirkuläres Geschäftsmodell zu betreiben. Wir erzeugen durch die Verwendung des Rohstoffes Holz aus CO<sub>2</sub> und Sonnenlicht funktionale, ästhetische und emotionale Produkte“, so Stefan Doboczky, Vorstandsvorsitzender der Lenzing Gruppe. „Unsere Fasern können dann am Ende ihrer Nutzung biologisch abgebaut werden und dienen dadurch wieder als Grundlage für neues Pflanzenwachstum.“

---

<sup>1</sup> Die Organisation ist nicht identisch mit der NGO Canopy Planet Society, mit der Lenzing bei der Beschaffung von Holz kooperiert.

# Presseausendung

---

Dieses Modell der Kreislaufwirtschaft durchzieht die gesamte Nachhaltigkeitsstrategie der Lenzing Gruppe. Sie basiert auf den „3-P“-Eckpfeilern: People – Planet – Profit. Operative Kernelemente in ihrer Umsetzung sind eine nachhaltige Holzbeschaffung und der verantwortungsvolle Umgang mit Wasser. In den Bioraffinerien der Lenzing Gruppe wird der Rohstoff Holz vollständig in wertvolle industrielle Rohstoffe und in Bioenergie umgewandelt. Weitgehend geschlossene Chemikalienkreisläufe sichern eine umweltschonende Produktion von Lenzing™ Fasern. So werden bei der Herstellung von TENCEL® Fasern über 99 Prozent des verwendeten Lösungsmittels rückgewonnen.

Weitere Kernelemente der von Lenzing angewandten Nachhaltigkeitsstrategie sind die Dekarbonisierung der Produktion im Sinne eines verbesserten Klimaschutzes sowie die Förderung von nachhaltigen Innovationen, um ressourcenintensive und umweltschädliche Produkte zu ersetzen. Die Erhaltung der dafür nötigen Innovationskraft ist ebenfalls ein zentrales Element der Konzernstrategie sCore TEN.

Dies wird ergänzt durch eine enge Kooperation mit der Wertschöpfungskette, um gemeinsam systemische Lösungen zu erarbeiten und umzusetzen. „Wir arbeiten deshalb eng mit Multi-Stakeholder-Initiativen zusammen und unterstützen aktiv eine Reihe von NGOs, die sich der Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens widmen,“ so Robert van de Kerkhof, Chief Commercial Officer der Lenzing Gruppe. „In diesem Sinne verfolgen wir eine langfristig orientierte Politik der Transparenz und des gegenseitigen Vertrauens mit all unseren Stakeholdern.“

Als neue interne Messgröße führt Lenzing ab sofort das „Net Benefit“-Prinzip ein. Es ermöglicht eine objektive Bewertung von Produkten. Das Prinzip misst, ob die Produkte einen Zusatznutzen für Umwelt und Gesellschaft und für die Partner von Lenzing bringen. Dabei muss, über den Lebenszyklus hinweg betrachtet, dieser Zusatznutzen deutlich höher sein als bei anderen, am Markt verfügbaren Alternativen. Beispiele für „Net Benefit“-Produkte von Lenzing sind TENCEL® Fasern, Modal COLOR® Fasern oder die neue Refibra™ Faser aus recycelten Baumwoll-Zuschnittabfällen.

Die neue Nachhaltigkeitsstrategie ist in dem neu erschienenen Nachhaltigkeitsbericht 2016, der ab sofort auf der Webseite der Lenzing Gruppe zum Download bereitsteht (<http://www.lenzing.com/nachhaltigkeitsberichte>), im Detail beschrieben.

# Presseausendung

---

## Canopy Project

Im Rahmen des Canopy-Projektes arbeitet Earth Day Network weltweit mit verschiedenen Organisationen zusammen, um mithilfe von Baumpflanzungen die Gemeinschaften vor Ort zu stärken. Mit der Verteilung von Setzlingen und Samen, städtischer Waldbewirtschaftung, land- und forstwirtschaftlichen Ausbildungen zur Baumpflege werden Menschen in ländlichen und urbanen Regionen darin bestärkt, die Baumbestände in ihrem Umfeld zu erhalten, zu pflegen und wiederherzustellen. Millionen von Bäumen auf sechs Kontinenten wurden auf diese Weise bereits gepflanzt. Nach Schätzungen der Vereinten Nationen bringt jeder Dollar für die Aufforstung ganze USD 2,50 zusätzlich an Einkommen und Nutzen.

Seit 2016 unterstützt das Canopy-Projekt darüber hinaus auch die „Trees for the Earth“-Kampagne der Organisation Earth Day Network und konnte so seine Bedeutung noch weiter erhöhen. „Trees for the Earth“ war die erste von fünf ehrgeizigen und zielorientierten Kampagnen, die für die Zeit bis zum 50. Jubiläum des Earth Day im Jahr 2020 gestartet wurden. Ihr Ziel: die Pflanzung von 7,8 Milliarden Bäumen – gleich viele, wie im Jahr 2020 Menschen die Erde bevölkern werden.

## Foto Download:

<https://mediadb.lenzing.com/pindownload/login.do?pin=RRPTS>

PIN: RRPTS

## Rückfragehinweis:

Mag. Waltraud Kaserer  
Vice President Corporate Communications  
& Investor Relations  
Telefon: +43 (0) 7672 701-2713  
E-Mail: [w.kaserer@lenzing.com](mailto:w.kaserer@lenzing.com)

Mag. Angelika Guldt  
Sustainability Communication  
Telefon: +43 (0) 7672 701-2735  
E-Mail: [a.guldt@lenzing.com](mailto:a.guldt@lenzing.com)

---

## Die Lenzing Gruppe

Die Lenzing Gruppe ist ein Weltmarktführer mit Sitz in Österreich und Produktionsstätten in allen wichtigen Märkten sowie einem weltweiten Netz an Verkaufs- und Marketingbüros. Lenzing versorgt die Unternehmen in der Textilien- und Vliesstoff-Produktion mit hochwertigen, botanischen Cellulosefasern. Die Palette der erzeugten Produkte reicht von Faserzellstoff über Standardfasern bis zu Spezialfasern.

Lenzing setzt mit Qualität und Innovationskraft Standards auf dem Gebiet der Cellulosefasern. Mit 79 Jahren Erfahrung in der Faserproduktion ist die Lenzing Gruppe der einzige Hersteller weltweit, der nennenswerte Mengen aller drei Generationen von Cellulosefasern – von der klassischen Lenzing Viscose® Faser über die Lenzing Modal® Faser bis zur Lyocellfaser TENCEL® produziert. 2016 kam Lenzing mit der Recycling-Faser Refibra™ auf den Markt, einer Produktinnovation, die die Wiederverwendung von

# Presseausendung

---

Baumwollgeweben ermöglicht.

Der Erfolg der Lenzing Gruppe basiert auf einer konsequenten Kundenorientierung, gepaart mit Innovations-, Technologie- und Qualitätsführerschaft. Lenzing bekennt sich zu den Grundsätzen nachhaltigen Wirtschaftens mit sehr hohen Umweltstandards und kann für seine Geschäftsprozesse auf zahlreiche Zertifizierungen als nachhaltigstes Unternehmen der Branche weltweit verweisen. Neben ihrem Kerngeschäft, den Fasern, ist die Lenzing Gruppe in geringem Ausmaß auch im Geschäftsfeld Engineering und Anlagenbau tätig.

**Daten und Fakten 2016:**

Umsatz: EUR 2,13 Mrd.

Faserverkauf: 978.000 Tonnen

Mitarbeiter/innen: 6.218

TENCEL®, Refibra™, Lenzing Modal® und Lenzing Viscose® sind registrierte Marken der Lenzing Aktiengesellschaft.

---