

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

Telefon +852 3718 5675
E-Mail r.ng@lenzing.com

Datum: 31. März 2021

Lenzing kündigt TENCEL™ Kampagne #checkwhatsgood zum Earth Day 2021 an

Lenzing – Der weltweit agierende Faserhersteller Lenzing hat zum diesjährigen Earth Day die Social-Media-Kampagne #checkwhatsgood der Marke TENCEL™ angekündigt, die das internationale Motto „RESTORE OUR EARTH™“ mit Leben füllen soll. In einem Jahr, das für alle den Schwerpunkt hat, unser Leben möglichst wieder normal zu gestalten, verfolgt das Unternehmen mit der Kampagne das Ziel, gemeinsam mit einer Vielzahl von globalen und regionalen Marken, Designern und Influencern auf nachhaltige Mode und Kaufgewohnheiten aufmerksam zu machen. Darüber hinaus wird die Marke TENCEL™ ihre Partnerschaft mit One Tree Planted im dritten Jahr in Folge fortsetzen und neue Partnerschaften mit NGOs eingehen, um weitere Konsumentenaktionen anzustoßen.

TENCEL™ macht einen Unterschied mit #checkwhatsgood

Da während der Pandemie das Einkaufen in stationären Geschäften nur bedingt möglich war, hat sich das Konsumentenverhalten in vielen Ländern fast ausschließlich ins Online-Geschäft verlagert. Bei dem sehr großen Angebot sind Verbraucher zunehmend auf der Suche nach Marken, denen eine nachhaltige Produktion wirklich wichtig ist. Um das Vertrauen der Verbraucher zu gewinnen, startet Lenzing auf Social-Media-Kanälen die Bewegung #checkwhatsgood.

Diese zielt darauf ab, die Konsumenten zu ermutigen, beim Kauf von Mode verantwortungsbewusste Entscheidungen für die Umwelt zu treffen. Eines der Hauptziele der Kampagne ist es außerdem, das TENCEL™ - Logo als Zeichen für Umweltfreundlichkeit und nachhaltige Produktion zu etablieren.

Die Kampagne zum Earth Day startete am 1. April auf Instagram. Hierfür entwickelte TENCEL™ Instagram-Filter, Quizze sowie Aktionen mit Influencern. Zudem können Nutzer Fotos und Videos von Beispielen teilen, die sich positiv auf eine nachhaltigere Modeindustrie und den Planeten auswirken.

Mit Partnern die Umwelt schützen

Um Partnerschaften aus- und aufzubauen, mit denen Lenzing gemeinsam eine bessere Zukunft schaffen kann, unterstützt das Unternehmen während des Earth Month verschiedene regionale Initiativen. In Zusammenarbeit mit One Tree Planted, einer Wohltätigkeitsorganisation für weltweite Wiederaufforstung, hat Lenzing seit 2019 mehr als 26.000 Bäume gepflanzt. Um das Engagement zu verstärken, wird die Marke TENCEL™ zusätzlich 10.000 Bäume mithilfe von One Tree Planted pflanzen.

Eine weitere Spendenaktion für Baumpflanzungen in Indonesien führt Lenzing mit dem Partner Lindungi Hutan durch. Die indonesische NGO will das Land mit seiner Crowdfunding-Plattform vor Abholzung retten und setzt sich für Wiederaufforstung ein.

Um Nachhaltigkeit zu fördern, ist ebenfalls die Aufklärung von Verbrauchern ein wichtiger Bestandteil aller Bemühungen. Hierzu wird Lenzing mit Fashion Revolution Japan zusammenarbeiten, um pädagogische Podiumsdiskussionen und interaktive Workshops für Verbraucher durchzuführen. Ein weiterer Partner ist die deutsche NGO DripbyDrip, die sich der Wasserproblematik in der Mode- und Textilindustrie widmet. Mit der Einführung eines Bildungsprogramms, will DripbyDrip verdeutlichen, wie hoch der Wasserverbrauch und die daraus resultierende Verschwendung bei der Herstellung von Kleidungsstücken sein kann. Im Gegenzug wird die NGO Wege aufzeigen, wie man seinen Fußabdruck bei der Wasserverschwendung verringern kann.

Nachhaltigkeit Zuhause vorantreiben

Lenzing entwickelt ein 7-Tage-Handbuch mit wöchentlicher Checkliste, in dem die Nutzer lernen können, wie sie von zu Hause aus ihren CO2-Fußabdruck reduzieren und die Welt zu einem besseren Ort machen können. Das Handbuch wird kleine, durchführbare Veränderungen aufzeigen, einschließlich der Frage, wie und wo man nachhaltige Kleidung wählen kann.

Während des Earth Month kann jeder einmal mehr über den eigenen ökologischen Fußabdruck nachdenken, sich hinterfragen und persönliche Wege finden, die Auswirkungen auf den Planeten zu reduzieren. Die Marke TENCEL™ engagiert sich, die ökologische Veränderung in der Modeindustrie zu fördern und Konsumenten nachhaltige Möglichkeiten zu bieten.

Bitte beachten Sie die #checkwhatsgood Kampagne auf der TENCEL™ Website und den Social-Media-Plattformen ab dem 1. April 2021.

Ihre Ansprechpartner für Public Relations:

Rita Ng

Marketing Service Manager – Lenzing
Lenzing Fibers (Hongkong) Ltd.
2 Wing Yip Street, Lu Plaza, Kwun Tong, Kowloon,
Hong Kong

Telefon +852 3718 5675

E-Mail r.ng@lenzing.com

Web www.lenzing.com

Eva McGeorge

Head of Marketing & Branding
Textiles Europe, Americas & Turkey
Lenzing Aktiengesellschaft
Werkstraße 2, 4860 Lenzing, Austria

Telefon +43 676 979 68 50

E-Mail e.mcgeorge@lenzing.com

Web www.lenzing.com

Über TENCEL™

TENCEL™ ist die textile Premiummarke der Lenzing Gruppe, die ein Angebot an textilen Spezialprodukten für Bekleidung und Heimtextilien umfasst. Das Portfolio der Marke TENCEL™ definiert einen neuen Evolutionsschritt in Bezug auf Nachhaltigkeit, funktionale Vorteile und natürlichen Komfort und ist insbesondere auf die Nutzung oder Anwendung im Alltag ausgerichtet. Die Produktmarken unter TENCEL™ umfassen TENCEL™ Active, TENCEL™ Denim, TENCEL™ Home, TENCEL™ Intimate, TENCEL™ Luxe und TENCEL™ for Footwear.

Dank ihres pflanzlichen Ursprungs und der biologischen Abbaubarkeit können Modal- und Lyocellfasern der Marke TENCEL™ die Atmungsaktivität von Stoffen verbessern. Außerdem ist die statische Aufladung in Stoffen minimal. Stoffe aus TENCEL™ Modal- und Lyocellfasern sind hautfreundlich und weisen eine glatte, lang anhaltende Weichheit, Farbstärke und Farbechtheit auf. TENCEL™ Lyocellfasern sind vielseitig einsetzbar und können mit einer breiten Palette an Textilfasern kombiniert werden, um die Ästhetik und Funktionalität von Stoffen zu verbessern. Dank ihres Feuchtigkeitsmanagements können TENCEL™ Lyocellfasern auch Feuchtigkeit effizient aufnehmen. Eine Variante des Lyocell-Produktionsprozesses wird auch für die Produktion des Lyocell-Filaments der Marke TENCEL™ Luxe verwendet, ein extrem feines und geschmeidiges Filamentgarn für luxuriöse Stoffe. Die hochflexiblen TENCEL™ Modalfasern werten Textilien mit einer natürlich weichen Haptik auf. TENCEL™ Modalfasern bieten endlose Gestaltungsmöglichkeiten. Sie können mit anderen Fasern gemischt und mit konventionellen Maschinen verarbeitet werden, was die Weichheit und den Komfort von Stoffen deutlich verbessert.

Die Fasern der Marke TENCEL™ stammen aus zertifizierten und kontrollierten Quellen und erfüllen die strenge Richtlinie von Lenzing für den Holz- und Zellstoffeinkauf. Insbesondere die TENCEL™ Modalfasern und die TENCEL™ Lyocellfasern werden mit umweltfreundlichen Produktionsprozessen hergestellt und sind sowohl kompostierbar als auch biologisch abbaubar, so dass sie vollständig in die Natur zurückkehren können. TENCEL™ Modalfasern und TENCEL™ Lyocellfasern fallen unter das USDA (U.S. Department of Agriculture) BioPreferred®-Programm.

Über die Lenzing Gruppe

Die Lenzing Gruppe steht für eine ökologisch verantwortungsbewusste Erzeugung von Spezialfasern aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz. Mit ihren innovativen Produkt- und Technologielösungen ist Lenzing Partner der globalen Textil- und Vliesstoffhersteller und Treiber zahlreicher neuer Entwicklungen. Die hochwertigen Fasern der Lenzing Gruppe sind Ausgangsmaterial für eine Vielzahl von textilen Anwendungen – von der eleganten Damenbekleidung über vielseitige Denim-Stoffe bis zur High-Performance-Sportbekleidung. Aufgrund ihrer konstant hohen Qualität sowie ihrer biologischen Abbaubarkeit und Kompostierbarkeit eignen sich Lenzing Fasern auch bestens für den Einsatz in Hygieneprodukten und für Anwendungen in der Landwirtschaft.

Das Geschäftsmodell der Lenzing Gruppe geht weit über jenes eines klassischen Faserherstellers hinaus. Gemeinsam mit ihren Kunden und Partnern entwickelt sie innovative Produkte entlang der Wertschöpfungskette, die einen Mehrwert für Konsumentinnen und

Konsumenten schaffen. Die Lenzing Gruppe strebt eine effiziente Verwendung und Verarbeitung aller Rohstoffe an und bietet Lösungen für die Umgestaltung der Textilbranche in Richtung Kreislaufwirtschaft. Um die Geschwindigkeit der Erderwärmung zu reduzieren sowie die Ziele des Pariser Klimaabkommens und des „Green Deals“ der EU-Kommissionen zu erreichen, hat Lenzing eine klare Vision: nämlich eine CO₂-freie Zukunft zu verwirklichen.

Daten und Fakten Lenzing Gruppe 2020

Umsatz: EUR 1,63 Mrd.

Nennkapazität: 1.045.000 Tonnen

Mitarbeiter/innen: 7.358

TENCEL™, VEOCEL™, LENZING™, REFIBRA™, ECOVERO™, LENZING MODAL™, LENZING VISCOSE™, MICROMODAL™ und PROMODAL™ sind Marken der Lenzing AG.
