

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

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

Datum: 19. April 2021

Lenzing launcht TENCEL™ eShop: die erste E-Commerce-Plattform der Branche, die von einem Faserhersteller verwaltet wird

- TENCEL™ eShop ermöglicht es Verbrauchern, bewusst nachhaltige Bekleidung und Heimtextilien zu kaufen.
- Der eShop ist ein integraler Bestandteil der Strategie „Digital First“ der Marke TENCEL™, die großen Wert auf kundennahe Beziehungen legt.

Lenzing – TENCEL™, die Vorzeige-Textilmarke der Lenzing Gruppe, hat heute TENCEL™ eShop vorgestellt: den ersten E-Commerce-Kanal eines nachhaltigen Faserherstellers. Der eShop überbrückt die Kluft zwischen Herstellern und Endverbrauchern, indem er eine vielfältige Mischung aus Bekleidung und Heimtextilien zusammenstellt, die aus Fasern der Marke TENCEL™ gefertigt sind. Dieses Debüt markiert einen neuen Meilenstein in Lenzings fortwährendem Einsatz für Digitalisierung und für das Engagement, Verbraucher zu bewussten und nachhaltigen Käufen zu ermutigen. Mit dem eShop bietet die Marke TENCEL™ den Verbrauchern eine vertrauenswürdige Quelle, um nachhaltige Einkäufe bequem zu tätigen.

„Die Pandemie hat den Wandel in der Branche hin zu digitaler Präsenz und mehr Nachhaltigkeit beschleunigt“, so Harold Weghorst, Vice President Global Marketing & Branding bei Lenzing. „Die Verbraucher entscheiden sich für den bequemen Einkauf von zu Hause aus. Viele hinterfragen auch, was sie tatsächlich benötigen und schauen sich nach nachhaltigen Alternativen um, wo immer dies möglich ist. Hier setzt der neue TENCEL™ eShop an. Dieser bietet den Verbrauchern nicht nur die einzigartige Möglichkeit, nachhaltige Mode und Heimtextilien verschiedener Marken auf einer einzigen Plattform zu finden, sondern informiert sie auch darüber, wie die in ihren Produkten verwendeten Rohstoffe hergestellt werden. Wir freuen uns, den E-Shop mit bekannten Modemarken zu eröffnen und den Verbrauchern eine einfache Möglichkeit zu bieten, umweltfreundliche Waren zu beziehen.“

TENCEL™ präsentiert über 200 seiner Produkte aus Lyocell- und Modalfasern im eShop und baut auf starke Partnerschaften zur Erweiterung des Textilangebots in verschiedenen Bereichen, von Denim über Schuhe bis

hin zu Sport- und Freizeitkleidung. Der eShop ist in englischer Sprache auf der TENCEL™-Website verfügbar und richtet sich an ein weltweites Publikum. Mit einer Mischung aus internationalen Marken will der eShop einen Paradigmenwechsel hin zu einer umweltfreundlichen Produktion und einem umweltbewussten Konsum von Mode- und Heimtextilien vorantreiben. Lenzing wird seine Markenpartnerschaften weiter ausbauen, um den Produktbestand im TENCEL™ eShop bis Ende 2021 zu verdreifachen.

„Wir freuen uns, unser Angebot an Dienstleistungen zu erweitern und Marken sowie Einzelhändlern eine zentrale Plattform mit direkter Verbindung zu umweltbewussten Käufern zu bieten“, so Florian Heubrandner, Vice President Global Textiles Business der Lenzing AG. „Im Zuge der Entwicklung nachhaltigerer Textillösungen hoffen wir, dass dieser neue E-Commerce-Kanal für unsere Markenpartner ein wertvolles Werkzeug zur Unterstützung der Kundenbindung darstellen wird. Wir hoffen, Kunden eine zentrale Plattform bieten zu können, die nicht nur einfach zu bedienen ist, sondern auch wichtige Informationen zu nachhaltiger Kleidung und Heimtextilien zur Verfügung stellt, um Kaufentscheidungen zu unterstützen.“

Einführung der Strategie „Digital First“ für eine stärkere Kundenbeziehung

Seit der Einführung der Marke TENCEL™ im Jahr 2018 setzt sich Lenzing mit einer Reihe von Initiativen für die Digitalisierung der Textilindustrie ein. Dazu gehört auch die Einführung eines einheitlichen E-Branding- und Lizenzierungssystems, digitalisierte Schulungen für Einzelhändler, eine Blockchain-fähige Traceability-Plattform sowie Präsenz auf verschiedenen Plattformen sozialer Medien.

Im Rahmen der „Digital First“-Strategie der Marke TENCEL™ bereitet Lenzing mehrere digitale Initiativen vor, darunter die Neubelebung der Kampagne ‚#MakeltFeelRight‘ von TENCEL™, die Einführung der Pinterest-Seite für Verbraucher und die LinkedIn-Gruppe für Einzelhandels-, Hersteller- und NGO-Partner. Jede der digitalen Initiativen dient dazu, das Umweltbewusstsein zu stärken und Maßnahmen zum Schutz der Umwelt zu schaffen. Lenzing ist entschlossen, die Endverbraucher dabei zu unterstützen und den Wandel zu einer nachhaltigeren Gesellschaft und Wirtschaft zu beschleunigen. Diese Bemühungen haben die Wachstumsstrategie der Marke TENCEL™ beflügelt, den „Digital First“-Ansatz in der gesamten Branchenkette und bei den Verbrauchern voranzutreiben.

„Wir verfolgen die Digitalisierung der Textilindustrie seit der Einführung der Marke TENCEL™ sehr genau. Schon vor der Pandemie haben wir eine exponentielle Zunahme der Verbraucherdynamik auf digitalen Plattformen erlebt. Auf unserer TENCEL™-Markenwebsite etwa haben wir im vergangenen Jahr einen Anstieg von fast 50 % beobachtet. Die Anzahl der Kundenaktivität auf unseren Seiten sozialer Netzwerke stieg ebenfalls um 870 %. Verbraucher suchen proaktiv nach Wegen, um umweltbewusster einzukaufen, und wir wollen mit der Einführung des E-Shops in Kombination mit unseren spannenden Verbraucherprogrammen eine umfassende Plattform anbieten, mit der Verbraucher jeden Tag einen nachhaltigen Lebensstil pflegen können“, fügt Weghorst hinzu.

Besuchen Sie <https://www.tencel.com/eshop>, um mehr zu erfahren und online einzukaufen!

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.
