

Lenzing feiert das einjährige Jubiläum von CO₂-neutralen TENCEL™ Fasern mit der Ausweitung auf die REFIBRA™ Technologie

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

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

Ref. mg
Datum 05.10.2021

- Lenzing reagiert auf die Nachfrage nach Lösungen zur Kreislaufwirtschaft und erreicht nächsten Meilenstein auf dem Weg zu einer CO₂-freien Zukunft.
- Seit der Markteinführung vor einem Jahr wurden wichtige Meilensteine erreicht und äußerst positive Reaktionen von globalen Modemarken verzeichnet – darunter JACK & JONES, die für ihre aktuelle Jeans-Kollektion CO₂-neutrale Lyocellfasern der Marke TENCEL™ verwenden
- Partner auf der ganzen Welt geben wichtige Impulse, um die Nutzung von Rohstoffen noch innovativer zu gestalten

Lenzing – Anlässlich des einjährigen Jubiläums von CO₂-neutralen Fasern der Marke TENCEL™ gab die Lenzing Gruppe heute die Erweiterung des Faserportfolios bekannt. Zukünftig werden auch CO₂-neutrale TENCEL™ Lyocellfasern mit REFIBRA™ Technologie verfügbar sein, um der wachsenden Nachfrage in der Branche nach „Circular Fashion“ und CO₂-Neutralität gerecht zu werden. Die ersten CO₂-neutralen Lyocell- und Modalfasern der Marke TENCEL™, die letztes Jahr auf den Markt gebracht wurden, haben unter Branchenpartnern, einschließlich Modemarken, Garn- und Stoffherstellern, schnell an Beliebtheit gewonnen. Das erweiterte Angebot ist seit September 2021 erhältlich und zielt darauf ab, innovativere Lösungen zur Verfügung zu stellen, um Marken dabei zu helfen ihre CO₂-Ziele zu erreichen, und gleichzeitig Verbrauchern nachhaltige Produkte anzubieten. Damit bestärkt Lenzing ihre Zusage, bis 2050 die CO₂-Emissionen auf Netto-Null zu senken.

Die aktuelle Markteinführung unterstreicht das Ziel von Lenzing, eine nachhaltige Textilindustrie aufzubauen, bei der nicht nur eine Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks erfolgt, sondern auch auf eine verbesserte Kreislaufwirtschaft mithilfe der REFIBRA™ Technologie gesetzt wird. Diese bahnbrechende Technologie umfasst das Upcycling von Baumwollresten, die bei der Produktion von Bekleidung anfallen sowie deren Umwandlung in Baumwollzellstoffe. Der Baumwollzellstoff wird im Anschluss mit nachhaltig beschafften Zellstoffen vermischt, um neue TENCEL™ Lyocellfasern herzustellen. Diese Innovation unterstützt Lenzing bei der Umsetzung ihrer Klimaziele, die durch die Science Based Targets Initiative bestätigt wurden, und beim Erreichen der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung zur Eindämmung der globalen Erwärmung.

„Immer mehr Partner entlang der Lieferkette, Marken und Einzelhändler suchen proaktiv nach Möglichkeiten, um CO₂-Emissionen zu reduzieren und somit den globalen Klimazielen der Vereinten Nationen gerecht zu werden. Allerdings hat die Modebranche noch einen langen Weg vor sich, um ihr Ziel der Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Wir hoffen, dass wir durch die Bereitstellung unserer neuesten Innovationen wie den CO₂-neutralen TENCEL™ Lyocellfasern mit REFIBRA™ Technologie Initiativen zur CO₂-Reduktion zur gängigen Praxis machen und so letztendlich eine CO₂-neutrale Modebranche schaffen“, erklärt Florian Heubrandner, Vice President Global Textiles Business in der Lenzing Gruppe.

Zusammenarbeit mit Marken und Stoffherstellern in der gesamten Wertschöpfungskette

JACK & JONES, eine international führende Denim-Marke und ein langjähriger Partner von Lenzing, setzt sich mit seinen umweltfreundlichen Produkten für mehr Nachhaltigkeit ein. Dies spiegelt sich auch in der neuesten Jeans-Kollektion wider, die zu 38 Prozent aus CO₂-neutralen TENCEL™ Lyocellfasern besteht. Dadurch verringert sie den ökologischen Fußabdruck, bietet eine glatte, lang anhaltende Weichheit, verbesserte Atmungsaktivität, höhere Festigkeit sowie angenehmen Tragekomfort.

„Das Team von JACK & JONES freut sich, mit TENCEL™ noch mehr nachhaltige Produkte auf den Markt zu bringen, die gleichzeitig bequem und hochwertig sind. Zudem können wir unser unermüdliches Engagement für mehr Nachhaltigkeit in der Modewelt zeigen“, so Mikkel Hochrein Albrektsen, Creative Buying Manager von JACK & JONES.

Darüber hinaus baut Lenzing ihre Zusammenarbeit mit Modemarken auf der ganzen Welt aus, um CO₂-neutrale TENCEL™ Fasern in ihren neuesten Kollektionen zu integrieren. Von der führenden chinesischen Dessous-Marke Aimer, der chinesischen Premium-Heimtextilmarke Luolai, dem deutschen Modelabel ARMEDANGELS, dem dänischen Bekleidungshersteller Selected FEMME, der koreanischen Modemarke Cozyenet, IMPETUS, dem portugiesischen Hersteller von hochwertigen Stoffen und Unterbekleidung, bis hin zu dem in den USA ansässigen Einzelhändler für Einrichtungsgegenstände West Elm: Weltweit überprüfen Unternehmen aus dem Mode- und Heimtextilbereich ihren Rohstoffverbrauch, um dem Ziel der CO₂-Neutralität näher zu kommen. Darüber hinaus arbeitet Lenzing mit Partnern wie Al Karam, Calik, Samil und WTS im Rahmen eines „reduce-engage-offset“-Ansatzes (dt. reduzieren, engagieren, ausgleichen) eng zusammen, um den Einsatz von Rohstoffen und Technologien innovativer zu gestalten und neue, nachhaltige Fasertypen auf den Textilmarkt zu bringen.

„Als Textilproduzent liegt es in unserer Verantwortung, die Nachhaltigkeit in der Textilindustrie zu verbessern“, sagt Luis Antonio Aspillaga, CEO von WTS (World Textile Sourcing). „Wir sind stolz darauf, mit Lenzing zusammenzuarbeiten und umweltfreundliche Produkte anzubieten, die CO₂-neutrale TENCEL™ Fasern beinhalten und so zum Schutz unseres Planeten beitragen.“

Wir bauen auf die Dynamik von CO₂-Neutralität und Kreislaufwirtschaft, um bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen

Durch die Erweiterung des Produktsortiments um CO₂-neutrale TENCEL™ Fasern mit REFIBRA™ Technologie bietet Lenzing der Branche bereits zu Beginn des Produktlebenszyklus nachhaltigere Materialoptionen. So kommt Lenzing ihrem Ziel, die CO₂-Emissionen bis 2050 auf Null zu senken, einen Schritt näher. Lenzing wird auch in Zukunft mit Branchenpartnern zusammenarbeiten, um die CO₂-Bilanz von Produkten zu reduzieren und unvermeidbare Emissionen auszugleichen und so die Dekarbonisierung in der gesamten Textilindustrie voranzutreiben.

Foto-Download:

<https://mediadb.lenzing.com/pinaccess/pinaccess.do?pinCode=QOf4iP5wQjvi>

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Rita Ng

Marketing Services Manager – Lenzing

Telefon: (852) 3718 5675

E-Mail: r.ng@lenzing.com

Eva McGeorge

Head of Marketing & Branding Textiles Europe, Americas & Turkey - Lenzing

Telefon: +43 676 9796850

E-Mail: e.mcgeorge@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. TENCEL™ Luxe ist von The Vegan Society registriert.

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.