

TENCEL™ feiert 30 Jahre nachhaltige Faserinnovation

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

Phone +852 3718 5675
E-mail r.ng@lenzing.com

Ref. mg
Date 2022/01/27

- Dieser Erfolg wurde durch das langfristige Vertrauen und die Unterstützung der Partner in der TENCEL™ Lieferkette möglich.
- Er verdeutlicht das Engagement für einen positiven Wandel und die Förderung einer CO2-neutralen Textil- und Modeindustrie.
- Aktivitäten und Veranstaltungen finden ganzjährig unter dem Motto „Feel Good Fibers Since 1992“ statt.

Lenzing – Lenzings führende Textilmarke TENCEL™ feiert dieses Jahr drei Jahrzehnte nachhaltiger Faserinnovation. Seit 1992 unterstützt die Marke TENCEL™ Unternehmen in der gesamten textilen Wertschöpfungskette bei der Einführung umweltfreundlicherer Verfahren.

„TENCEL™ war von Anfang an, also seit seiner Einführung vor nunmehr 30 Jahren, als Lösungsanbieter für die Textilindustrie gedacht“, so Robert van de Kerkhof, Mitglied des Vorstandes von Lenzing. „Mit dem branchenweit wachsenden Bedürfnis nach einem höheren Maß an Nachhaltigkeit und Transparenz, hat sich die Marke 2018 von einem Akteur hinter den Kulissen zu einem erfolgreichen Hauptdarsteller entwickelt. Seither hat TENCEL™ sein Angebot von Faserkreationen auf bahnbrechende digitale Technologien erweitert. Bis heute hat die Marke TENCEL™ sämtliche Branchenerwartungen übertroffen und sich bei den weltweit führenden Mode- und Heimtextilienmarken als „Lieferant des Vertrauens“ für hochwertige und nachhaltige Fasern etabliert. Wir freuen uns sehr über diesen Meilenstein und auch darauf, in den nächsten 30 Jahren und darüber hinaus kontinuierlich die Innovation anzukurbeln und starke Partnerschaften aufzubauen.“

Digitale Technologien sorgen für Transparenz in der Lieferkette

Seit 2018 hat sich TENCEL™ als eine Konsument/innen orientierte Ingredient-Brand-Marke neu definiert. Dieser Erfolg spiegelt sich in der Zusammenarbeit zwischen TENCEL™ und über 300 Partnermarken weltweit in verschiedenen entsprechenden Kampagnen wider. Der Start des TENCEL™ eShops im Jahr 2021, dem ersten E-Commerce-Kanal eines nachhaltigen Faserherstellers, ist der beste Beweis für die starken Beziehungen von TENCEL™ zu seinen Partnermarken und unterstreicht einmal mehr das Engagement, Konsument/innen dazu zu ermutigen, verantwortungsbewusste Einkäufe zu tätigen.

Im Rahmen der „Digital first“-Strategie der Marke TENCEL™ hat TENCEL™ umfassend in eigene Technologien investiert, um die Umweltbelastung bei der Textilproduktion zu reduzieren, und hat Plattformen entwickelt, um die Nachhaltigkeitsdynamik der Stakeholder zu unterstützen. Von der Einführung des Fasererkennungssystems bis hin zur Stoffzertifizierung und den Lizenzierungsdiensten, die über die Lenzing E-Branding-Service-Plattform

angeboten werden, war die Marke TENCEL™ eine treibende Kraft für eine umfassende Transparenz der Lieferkette.

Die bisherigen Erfolge der Marke TENCEL™ sind zu einem großen Teil dem Vertrauen und der Unterstützung der Partner in der Lieferkette zu verdanken, ohne die dieser Meilenstein nicht hätte erreicht werden können. Mit Blick auf die Zukunft bleibt die branchenübergreifende Zusammenarbeit zwischen Spinnern, Stoffherstellern, Marken und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) eine der wichtigsten Prioritäten für TENCEL™ und trägt dazu bei, die Transparenz in der Lieferkette und die Digitalisierung der Textilindustrie weiter zu fördern.

„Aufgrund der Kreislaufwirtschaft und der energiesparenden Produktion sind TENCEL™ Fasern die ideale Lösung für eine umweltbewusste Mode“, erklärt Adriano Goldschmied, Gründer und President der Genius Group. „Ich wurde erstmals vor etwa 30 Jahren auf die Marke TENCEL™ aufmerksam, als ich nach einer Möglichkeit suchte, Denim femininer und freundlicher zu gestalten. TENCEL™ hat mich so begeistert, dass ich eine komplette Kollektion damit entwarf, die wiederum die Textil- und Denimbranche revolutioniert hat. In einer Zeit, da Komfort und Nachhaltigkeit schlichtweg ein „Must-have“ sind, sind Fasern der Marke TENCEL™ unverzichtbar.“

„TENCEL™ ist die Zukunft. TENCEL™ ist mehr als eine Faser, es ist eine Lösung und schon heute ein wichtiger Bestandteil einer einheitlichen Zukunft im Textilgeschäft; eine Faser, die sich an alle nur denkbaren Kombinationen und Verwendungsmöglichkeiten anpasst. Sie bietet Konsumentinnen und Konsumenten sowie auch unserem Planeten genau die Nachverfolgbarkeit und Nachhaltigkeit, die nötig ist, um eine bessere Welt zu schaffen“, so Juan Parés Boj, CEI von Textile Santanderina.

Das Ziel: eine CO₂-neutrale Textilindustrie

Die Marke TENCEL™ fördert nicht nur die Transparenz in der Lieferkette, sondern hat sich auch dazu verpflichtet, bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. 2020 kamen die ersten CO₂-neutralen Fasern der Marke TENCEL™ auf den Markt. 2021 wurde das CO₂-neutrale Angebot auf Fasern mit REFIBRA™ Technologie ausgeweitet. In Erwartung der steigenden Nachfrage von Marken für Konsument/innen nach Spezialfasern hat Lenzing seine Produktionskapazitäten mit einem ehrgeizigen Wachstumsplan verstärkt. Dieses Wachstum wurde durch die Eröffnung des weltweit größten Lyocell-Produktionsstandorts in Thailand Anfang 2022 angekurbelt.

„2022 werden wir uns weiterhin darauf konzentrieren, CO₂-neutrale Innovationen zu entwickeln, die für die Textil- und Modeindustrie entscheidend sind“, sagt Florian Heubrandner, Vice President Global Textiles Business bei Lenzing. „Im nächsten Jahrzehnt wird es noch weitere nachhaltigkeitsorientierte Innovationen geben, die uns dabei unterstützen, unsere Vision 2050 zu verwirklichen. Wir sind dankbar für die erstklassige Zusammenarbeit mit unseren Partnern, Kolleginnen und Kollegen in den letzten 30 Jahren und freuen uns auf noch größere Erfolge in den kommenden 30 Jahren!“

„Zur Feier dieses 30-jährigen Jubiläums startet die Marke TENCEL™ weltweit verschiedene Aktivitäten, um im Rahmen der Kampagne ‚Feel Good Fibers Since 1992‘ für den Wandel zu werben“, erklärt Harold Weghorst, Global Vice President of Marketing & Branding bei Lenzing. „Wir wären nicht in der Lage, diese Initiativen ohne die Unterstützung und den Goodwill unserer Partner zu realisieren, und sind ihnen dafür sehr dankbar. Mit unseren laufenden Initiativen wie der digitalen Kampagne #MakeltFeelRight und der TENCEL™ X Partnerkampagne werden wir unsere Markenpartner und die Konsumentinnen und Konsumenten auch künftig dabei unterstützen, Nachhaltigkeit zu leben.“

Ab Februar beginnen die Feierlichkeiten zum 30-jährigen Bestehen von TENCEL™ unter dem Motto „Feel Good Fibers Since 1992“ auf [TENCEL™.com/de](https://www.tencel.com/de). Dazu werden spannende Inhalte und Partneraktivitäten in verschiedenen Regionen und auf unterschiedlichen Kanälen angeboten.



Das Bildmaterial zu dieser Pressemitteilung kann [hier](#) heruntergeladen werden.

For more information please contact:

Rita Ng

Head of Global Marketing Services bei Lenzing

Phone: +852 3718 5675

Email: r.ng@lenzing.com

Über TENCEL™

TENCEL™ ist die textile Premiummarke der Lenzing Gruppe, die das Angebot an textilen Spezialfasern abdeckt. Seit 1992 fördert die Marke TENCEL™ die Entwicklung von Faserlösungen für die Segmente Bekleidung und Heimtextilien durch mehrere branchenweit einzigartige Innovationen sowie umweltfreundliche Produktionsprozesse. Zu den Produktmarken von TENCEL™ gehören TENCEL™ Active, TENCEL™ Denim, TENCEL™ Home, TENCEL™ Intimate, TENCEL™ Luxe und TENCEL™ Footwear.

Die Modal- und Lyocellfasern der Marke TENCEL™ sind pflanzlichen Ursprungs und biologisch abbaubar. Sie sind sanft zur Haut und zeichnen sich durch lang anhaltende Weichheit, Farbbrillanz und Farbbeständigkeit aus. TENCEL™ Lyocellfasern sind vielseitig einsetzbar und lassen sich mit einer Vielzahl von Textilfasern kombinieren, um die Ästhetik und Funktionalität von Stoffen zu verbessern. Durch das Feuchtigkeitsmanagement können TENCEL™ Lyocellfasern Feuchtigkeit effizient aufnehmen. TENCEL™ Modalfasern können mit anderen Fasern gemischt und mit herkömmlichen Maschinen verarbeitet werden. Das verbessert die Weichheit und den Komfort von Stoffen deutlich.

TENCEL™ Lyocellfasern und Filamente stammen aus nachhaltigen Holzquellen, die aus zertifizierten und kontrollierten Wäldern und Plantagen bezogen werden und den strengen Guidelines der Lenzing Policy für Holz und Zellstoff entsprechen. Sie werden in umweltfreundlichen Produktionsprozessen hergestellt und sind kompostierbar und biologisch abbaubar. Sie können also vollständig in die Natur zurückgeführt werden. Sie wurden vom USDA (US-Landwirtschaftsministerium) im Rahmen des BioPreferred®-Programms zertifiziert. TENCEL™ Luxe wird von The Vegan Society anerkannt.

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 Damen-Oberbekleidung 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 Konsument/innen 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-Kommission 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: 7358

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