

10.05.2019 - 05:07 Uhr

Nachhaltiger Lifestyle mit TENCEL(TM) dank Öko-Kurs

Österreich (ots/PRNewswire) -

Vor einem Jahr startete Lenzing die völlig neue Ausrichtung der Marke TENCEL(TM) in Paris. Das vergangene Jahr hatte es für die Marke in sich. Dank des unermüdlichen Engagements für Innovationen, Qualität und Nachhaltigkeit hat Lenzing große Fortschritte bei der Umsetzung der neuen B2Me-Strategie gemacht. Bis jetzt war diese eine große Hilfe bei der Verbesserung der Beziehungen zu Kunden, Marken und Einzelhändlern und hat dazu beigetragen, dass immer mehr engagierte und bewusste Verbraucher an unserer Marke interessiert sind.

Lenzing, das auf ein erfolgreiches Jahr 2018 aufbauen kann, wird die Marke TENCEL(TM) noch weiter stärken, indem mehr auf die Kundenbindung und das Co-Branding-Potfolio gesetzt und weiter ausgebaut werden soll. Im Januar startete Lenzing die "Make it Feel Right (<https://www.makeitfeelright.com/>)" Kampagne - eine bedeutende Awareness-Initiative für nachhaltige Mode. Zudem ist das Unternehmen Partnerschaften mit Umweltschutzorganisationen eingegangen und unterstützte den diesjährigen Earth Day. Damit die Branche mehr Präsenz zeigen kann, hat Lenzing, neben der Zusammenarbeit mit Retailer, die von Modemarken über Heimtextilien bis hin zu Sportbekleidung reichen, ein viel beachtetes TENCEL(TM)-Studio in Singapur eröffnet.

"Das letzte Jahr war für die Marke TENCEL(TM) ein ganz besonderes Jahr, und dank der breiten Unterstützung unserer Partner und Kunden dürfen wir stolz darauf sein, dass sich die Marke derart positiv weiterentwickelt hat. 2019 wollen wir mit unseren Partnern weiter zusammenarbeiten und die wertvollen Beziehungen zu ihnen weiter ausbauen. Unsere Produkte sind auf unvergleichliche Weise nachhaltig und bequem. Für unsere Marke steht dieses Jahr im Mittelpunkt, dass wir unseren Kunden auch weiterhin diese wertvollen Eigenschaften anbieten können", sagte Robert van de Kerkhof, Chief Commercial Officer bei der Lenzing Gruppe.

Hier gibt es einen Überblick über die jüngsten Geschichten der Marke TENCEL(TM) (<https://www.tencel.com/news-and-events/>):

TENCEL(TM) unterstützt neue Kampagne "Make it Feel Right", um mehr Aufmerksamkeit für Öko-Textilfasern zu erreichen

Die im Januar gestartete "Make it Feel Right (<https://www.makeitfeelright.com/>)"-Kampagne will es Verbrauchern erleichtern ihre Entscheidungen beim Kauf, bei der Pflege und der Entsorgung von Kleidung auf Grundlage besserer Informationen zu treffen. Internationale Organisationen, Marken und Meinungsführer aus der Branche unterstützen diese Bewegung mittlerweile und verbreiten ihre Botschaft über weltweite Kanäle. Die Kampagne zeigt bereits Wirkung und verspricht im Laufe des Jahres noch mehr Menschen zu erreichen.

Viel beachtetes TENCEL(TM)-Studio im Design Orchard in Singapur eröffnet

Lenzing hat sich mit dem Textil- und Modeverband in Singapur zusammengeschlossen, um den "Cocoon Space" am innovativen neuen Standort der Modedesigner, dem Design Orchard, zu eröffnen. In diesem Areal befindet sich die TENCEL(TM) Stoffsammlung und das TENCEL(TM) Studio, das in der Mode-Community von Singapur ein größeres Bewusstsein für nachhaltiges Modedesign schaffen wird.

AKEMI und TENCEL(TM) kündigen breit angelegte und innovative Zusammenarbeit an, die der Bettwäsche von morgen den Weg bereitet

AKEMI ist eine neue Kooperation mit TENCEL(TM) eingegangen, die im April in Malaysia auf einer speziellen Premierenveranstaltung vorgestellt wurde. TENCEL(TM) will darüber die Qualitätsbetten von AKEMI mit einem unvergleichlichen Komfort, einem schönen Design und einer hervorragenden Feuchtigkeitsregulierung ausstatten. AKEMI bestätigt, dass TENCEL(TM) den Ruf hat, die Branche mit den besten erneuerbaren Textilfasern zu versorgen und ihn die Stellung von TENCEL(TM) Fasern in der nachhaltigen Textilszene beeindruckt hat. Neben der überlegenen Qualität, dem Komfort und der Langlebigkeit wurde TENCEL(TM) für AKEMI somit die erste Wahl als Kooperations-Partner.

Lenzing und Solvay geben offiziell ökologische Zusammenarbeit bei neuen nachhaltigen Stoffen bekannt

Solvay und Lenzing arbeiten gemeinsam an innovativen neuen Stoffen, bei denen die jeweiligen Stärken beider Unternehmen als Grundlage dienen. Der neue Stoff wurde erzeugt, indem TENCEL(TM) Active-Lyocell-Fasern und AMNI SOUL ECO®-Textilfasern von Solvay, die eine Pionierleistung darstellen, in Lagen geschichtet werden. Das Material vereint optimal die Vorteile beider Fasern, womit es in Sachen Wärme- und Feuchtigkeitsregulierung, Komfort und Hygiene unerreicht ist.

TENCEL(TM) gibt offiziell Zusammenarbeit mit dem bekannten Designer Giray Sepin auf der Mercedes Benz Fashion Week in Istanbul bekannt

Die in Zusammenarbeit mit TENCEL(TM) entstandene Herbst-/Winter-Kollektion 2019 von Giray Sepin (<http://www.giraysepin.com/>) wurde erstmals auf der Mercedes Benz Fashion Week in Istanbul der Öffentlichkeit präsentiert und

zeigt den markanten Stil der Marke mit dem Hauptaugenmerk auf Öko-Mode. Die Kollektion lässt gewöhnliche Bekleidung mithilfe breiter Farbstreifen und einem beeindruckenden Blick fürs Detail völlig neu aussehen.

TENCEL(TM) vergrößert sein Angebot bei Heimtextilien und Innenausstattung, stellt REFIBRA(TM) auf der Heimtextil vor und kooperiert mit der Luxusmarke für Heimtextilien "Whinny" in China

TENCEL(TM) hat sich an die Entwicklung von Textilfasern für Heimtextilien und Innenausstattung gewagt und die REFIBRA(TM)-Technologie auf der Heimtextil vorgestellt. Zudem wurde mit der Heimtextil-Luxusmarke "Whinny" die erste Partnerschaft mit einer chinesischen Premium-Marke eingegangen. Diese Entwicklungen sind eine Reaktion auf den Wunsch der Branche nach noch mehr Transparenz und auf die wachsende Nachfrage nach nachhaltigen Produkten.

Warum reDEW8 das tut, was es für Denim braucht TENCEL(TM) sprach mit Peter Lantz, dem Miteigentümer von reDEW8, über die Mission der Marke, gegen Wegwerf-Mode zu kämpfen und die Fast-Fashion-Kultur herauszufordern. Peter Lantz diskutierte darüber, wie er die Zusammenarbeit mit der Marke TENCEL(TM) nutzt, um andere dazu zu bringen, die schädlichen Auswirkungen, die Mode auf die Umwelt hat, zu minimieren.

Käufer sollen ermutigt werden den Umweltschutz zu beachten, über die Qualität von Stoffen der Fast-Fashion-Branche nachzudenken und sich für mehr Transparenz in der Branche einzusetzen.

Warum werden Mädchen "burschikos", wenn es um Jeans geht?

Der Creative Director von Boyish Jeans, Jordan Nodarse, hat mit dem TENCEL(TM) Team gechattet, um sich über den Ursprung von Boyish Jeans, neueste und zukünftige Projekte, das Produktkonzept, Nachhaltigkeit, aktuelle Trends und über Jordans eigne Denim-Geschichte zu unterhalten. Für ihn ist am wichtigsten, sich darüber auszutauschen, wie sein Unternehmen TENCEL(TM) Textilfasern für die Jeansherstellung nutzen kann.

TENCEL(TM) startet Öko-Kampagnen anlässlich des Earth Month 2019 in den USA und in Taiwan

Im Rahmen der globalen Umweltstrategie von Lenzing startet das Unternehmen auf den wichtigsten Märkten Kampagnen, die Teil des diesjährigen Earth Month sein sollen. TENCEL(TM) arbeitet gemeinsam mit der in den USA ansässigen NGO "One Tree Planted" an einer neuen Kampagne unter dem Namen "From Trees, For Trees" und spendet in diesem Zusammenhang Bäume. Außerdem bringt es seine erste grüne Initiative "Green Taiwan, Green Earth" in Taiwan an den Start. Hier gibt es eine Partnerschaft mit "Blue Magpie Tea", in deren Rahmen ein Technologie- und Vertragsanbaukonzept zum Schutz von lokalen Teeplantagen zum Einsatz kommt.

Klicken Sie hier (<https://www.tencel.com/news-and-events/>), wenn Sie mehr erfahren möchten.

Kontakt:

Rita Ng
+852-3718-5675
r.ng@lenzing.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100067745/100827883> abgerufen werden.