

20.12.2019 - 04:41 Uhr

Rückblick und Vorausblick: Wie TENCEL(TM) sein Versprechen hält, Nachhaltigkeit im Textil-Ökosystem zu fördern

Österreich (ots/PRNewswire) -

Rückblickend auf das Jahr 2019 freut sich die Marke TENCEL(TM), erneut ein fruchtbares Jahr erzielt zu haben, wozu der erfolgreiche Start effektiver Kampagnen und Projekte der Marke TENCEL(TM), erneut ein erfolgreiches Jahr erzielt zu haben, wozu der Start effektiver Kampagnen und Projekte der Marke TENCEL(TM) sowie Erreichen bedeutender Meilensteine zur weiteren Förderung von Nachhaltigkeit beigetragen haben. Basierend auf Beobachtungen in der Industrie geht es bei Modetrends nicht nur um Farben der Saison oder must-have Styles.. Stattdessen zeigen die Interessenvertreter sich verstärkt umweltbewusst und fordern zunehmend nachhaltige Kollektionen und ethische Kleidung.

Heutzutage legen Marken und Verbraucher wesentlich mehr Wert auf höhere Transparenz und eine Verbesserung der aktuellen Umweltsituation. Im Zuge dieser Dynamik hat die Marke TENCEL(TM) verschiedene Initiativen eingeführt, um ein Umfeld zu schaffen, das nachhaltigere Industriepraktiken fördert.

"Was den Handel angeht, bauen wir neben der Teilnahme an Handelsmessen und Fashion Weeks in verschiedenen Regionen weiterhin mit der Marke TENCEL(TM) Beziehungen zu Branchenpartnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf. Das Team hat sich stark auf technologische Innovationen konzentriert, um die Branchenstandards zu verbessern und technologische Modernisierungen durchzuführen, um den ökologischen Fußabdruck weiter zu vergrößern. Wir haben das wachsende Bewusstsein der Verbraucher für Ökomode genutzt, um Wege zu finden, die Verbrauchererfahrung zu verbessern und mehr Achtsamkeit unter der breiteren Zielgruppe zu schaffen", so Robert van de Kerkhof, Chief Commercial Officer der Lenzing Group.

Das Team möchte 2020 den Erfolg der Marke TENCEL(TM) in puncto Markenpräsenz, Markenengagement und Markenbewusstsein nutzen, um weiterhin mit vereinten Kräften am Wachstum einer nachhaltigeren und verantwortungsbewussteren Textilindustrie zu arbeiten.

Hier finden Sie einen Überblick der aktuellen Markenstorys von TENCEL(TM):

Lenzing stellt die bahnbrechende REFIBRA(TM)-Technologie vor, die Lenzings Engagement für eine Textil-Kreislaufwirtschaft unterstreicht (<https://www.tencel.com/b2b/news-and-events/lenzing-unveils-refibra-breakthrough-technology-strengthening-their-commitment-to-the-circular-economy-in-textiles>)

Lenzing hat seinen neuesten Durchbruch bei der REFIBRA(TM) Technologie mit der branchenweit ersten erfolgreichen Produktion von TENCEL(TM) Lyocellfasern aus Post-Consumer-Baumwollabfällen vorgestellt.. TENCEL(TM) Lyocellfasern mit REFIBRA(TM) Technologie enthalten jetzt bis zu 30 % recycelte Rohstoffe, wobei Post-Consumer-Baumwollabfälle mit Pre-Consumer-Baumwollabfällen vermischt werden.. Die modernisierte REFIBRA(TM)-Technologie, die im Einklang mit der Nachhaltigkeitsvision des Unternehmens steht, wird zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten schaffen und die Kreislaufwirtschaft ankurbeln.

Verarbeitung von TENCEL(TM) Luxe-Fasern in Raumanzügen von Under Armour und Virgin Galactic (<https://www.tencel.com/b2b/news-and-events/tencel-luxe-fibers-features-in-under-armour-and-virgin-galactic-spacewear-collaboration>)

Under Armour kündigte die Zusammenarbeit für exklusive technische Raumanzüge für die zukünftigen Astronauten von Virgin Galactic an. Dieses Projekt markiert einen Meilenstein für Lenzing, da das TENCEL(TM) Luxe Lyocell-Filamentgarn nicht nur ein Hauptbestandteil des Raumanzugs ist, sondern die Fasern der Marke TENCEL(TM) auch erstmals für Raumfahrtbekleidung genutzt werden.

Sportkleidung setzt auf Nachhaltigkeit mit der "TREE-CLIMATE"-Kollektion

Modedesignerin Christie Orlando hat mit Lenzing zusammengearbeitet, um die Sportkleidungskollektion "TREE-CLIMATE" einzuführen. Diese Kollektion ist die erste große Kapselkollektion mit TENCEL(TM) Lyocell-Fasern, die für den Outdoor-Bekleidungsmarkt entworfen wurde. Die Kollektion beinhaltet Designerstücke von Sweatshirts und Pullovern bis zu Jacken und Unterwäsche.

GUESS geht Partnerschaft mit TENCEL(TM) ein, um seine brandneue Öko-Kollektion "GUESS Eco" einzuführen (<https://www.tencel.com/news-and-events/guess-partnered-up-with-tencel-to-launch-their-brand-new-eco-collection-guess-eco>)

GUESS führte kürzlich "GUESS Eco" ein - eine Modekollektion für Damen und Herren aus umweltfreundlichen Materialien, einschließlich TENCEL(TM) Lyocellfasern mit REFIBRA(TM)-Technologie, einem umweltschonenden Herstellungsverfahren. Die Kollektion umschließt Produkte wie Denim-Jeans, Stricktops und Kleider.

Das österreichische Label Plural arbeitet mit TENCEL(TM) zusammen und stellt bei der Vienna Fashion Week eine neue Öko-Kollektion vor (<https://www.tencel.com/b2b/news-and-events/austria-brand-plural-collaborates-with-tencel-to-launch-new-eco-collection-at-vienna-fashion-week>)

Bei der MQ Vienna Fashion Week stellte das österreichische Mode-Label Plural seine Kollektion aus Stoffen mit TENCEL(TM) Lyocellfasern mit REFIBRA(TM)-Technologie vor. Die Kollektionsteile haben einen monochromatischen Look, aus erdigen Tönen, geraden Schnitten und verschiedenen Strukturen. Die Kollektion ist eine Ode an den Minimalismus, der den selbstbewussten und bereichernden Stil der Moderne symbolisiert.

LENZING(TM) ECOVERO(TM) und Mehtap Elaidi versammeln sich unter dem Motto "Don't Let the Colors of Nature Disappear" (etwa: "Lasst die Farben der Natur nicht verschwinden") in Istanbul bei der Mercedes-Benz Fashion Week (<https://www.tencel.com/news-and-events/lenzing-ecovero-and-mehtap-elaidi-come-together-in-istanbul-for-mercedes-benz-fashion-week-with-the-motto-dont-let-the-colors-of-nature-disappear>)

Als offizieller Fasermarken-Sponsor der Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul startete die Marke LENZING(TM) ECOVERO(TM) erstmals eine Kampagne mit Mehtap Elaidi, einem türkischen Modedesigner. Getreu dem Motto "Don't Let the Colors of Nature Disappear" (etwa: "Lasst die Farben der Natur nicht verschwinden") wurden in der Kollektion LENZING(TM) ECOVERO(TM) Viskosefasern vorgestellt, inspiriert von den seltenen, heimischen Pflanzen der Türkei, die einzigartig mit Senftönen, Dachziegelrot und Petroltönen harmonieren.

LENZING(TM) ECOVERO(TM) erschließt indische Modemarken mit Global Desi und AND (<https://www.tencel.com/b2b/news-and-events/lenzing-ecovero-marks-an-entry-into-indian-fashion-brands-with-global-desi-and-and>)

Dieses Jahr arbeitete LENZING(TM) ECOVERO(TM) durch die Kooperation mit den Modemarken Global Desi und AND von The House of Anita Dongre erstmals mit einem von Indiens führenden Modehäusern zusammen. Durch diese Partnerschaft gelang es der Marke TENCEL(TM) Teil der Herbst-/Winterkollektion 2019 beider Marken zu werden, die LENZING(TM) ECOVERO(TM)-Fasern nutzten, um ein dem Zeitgeist entsprechendes umweltbewusstes Modestatement abzugeben, das durch klassische Silhouetten mit zeitgenössischer Ästhetik zum Ausdruck kommt.

Kontakt:

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100067745/100839128> abgerufen werden.