

22.06.2021 - 10:00 Uhr

#MakeltFeelRight-Kampagne kehrt zurück: Die Marke TENCEL(TM) der Lenzing AG stellt neue Möglichkeiten vor, sich der Bewegung anzuschließen und "#MakeAPledge" zu aktivieren

Lenzing, Austria (ots/PRNewswire) -

Mit dem Start der #MakeltFeelRight (#MIFR) Kampagne im Jahr 2019 wollte die Marke TENCEL(TM) das Bewusstsein für die negativen Auswirkungen der Modeindustrie auf die Umwelt schärfen. Mit Blick auf die steigende Nachfrage nach nachhaltiger Mode unterstreicht die Kampagne, wie wichtig es ist, umweltbewusste Entscheidungen beim Kauf von Textilien zu treffen und mit "#MakeAPledge" aktiv dazu beizutragen, die Welt zu einem besseren Ort zu machen. In diesem Sinne hat die Marke TENCEL(TM) die [Kampagne](#) #MIFR zum Weltumwelttag 2021 neu belebt. Spannende Ankündigungen und neue Möglichkeiten, Teil der Konversation zu werden sowie unterhaltsame Instagram- und TikTok-Filter sind das ganze Jahr über zu erwarten.

Partnerschaften mit nachhaltigen Organisation und Influencern

Die Marke TENCEL(TM) kooperiert erneut mit [One Tree Planted](#), einer innovativen NGO, die sich für Wiederaufforstung einsetzt, um "#MakeAPledge" auf TikTok und Instagram bekannt zu machen. Verbraucher haben die Möglichkeit, ein kurzes Video im Austausch gegen ein "Tree Certificate" einzureichen. Für jedes ausgestellte Zertifikat pflanzt TENCEL(TM) mit One Tree Planted einen Baum als Anerkennung für den Beitrag zur weltweiten Wiederaufforstung.

Aufbauend auf der erfolgreichen Partnerschaft der ersten Kampagne, freut sich TENCEL(TM), erneut mit [Redress](#) zusammenzuarbeiten. Als innovatives Unternehmen sucht TENCEL(TM) fortlaufend nach spannenden Partnerschaften wie Redress und One Tree Planted sowie nach neuen Influencer-Kooperationen. Im Laufe der Kampagne werden immer mehr NGOs und Influencer die Nachhaltigkeitsbewegung unterstützen, darunter [Lily Cole](#), [Caitlyn Warakowski](#) und [Valeria Hinojosa](#). Die große Reichweite und treue Community der Social Media Influencer spielt eine wichtige Rolle bei der Entwicklung der #MakeltFeelRight Nachhaltigkeitsbewegung.

"TENCEL(TM), eine zukunftsweisende Textilfasermarke, freut sich über die Zusammenarbeit mit einer hochkarätigen Auswahl an NGOs und Influencern. Als Befürworter für einen nachhaltigeren Lebensstil, vertrauen wir darauf, dass sie die Menschen im Alltag dazu animieren, nachhaltiger zu handeln und auf kollektive Nachhaltigkeitsziele hinarbeiten. Ob durch Instagram Reels, Filter oder TikTok-Challenges - wir wollen die Möglichkeit geben, die eigene Stimme und Kreativität zu nutzen, um sich für Nachhaltigkeit einzusetzen. Es liegt an uns allen, nachhaltige Mode aktiv zu unterstützen. Die #MIFR-Kampagne ist hier, um auf jede erdenkliche Weise zu helfen", erklärt Harold Weghorst, Vizepräsident für Globales Marketing & Branding der Lenzing Group.

Die Nachhaltigkeitsbewegung in der Mode hat gerade erst begonnen

Es geht nicht nur darum, diejenigen zu informieren, die sich bereits für nachhaltige Praktiken einsetzen, sondern auch jene zu erreichen, die mehr tun wollen, aber nicht wissen, wo sie anfangen sollen. TENCEL(TM) zielt darauf ab, die Menschen im Alltag anzuspornen, sich zu beteiligen, aktiv Inhalte online zu teilen und ihrer Stimme Gehör zu verschaffen.

"Seit dem Start der ersten #MIFR-Kampagne im Jahr 2019 ist die Nachfrage nach nachhaltiger Mode und Lifestyle sprunghaft angestiegen. Durch unsere Marke TENCEL(TM) arbeiten wir regelmäßig mit verschiedenen Stakeholdern der Modeindustrie zusammen, um deren Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu verbessern. Wir sind uns bewusst, dass ein entscheidender Teil dieses Ökosystems die Menschen im Alltag sind. Mit der Weiterführung von #MakeltFeelRight möchten wir Menschen dazu inspirieren, den Planeten zu schützen, indem sie nachhaltige Praktiken und Produkte in ihre tägliche Routine integrieren. Nachhaltigkeit ist weder ein Projekt noch ein kurzfristiges Ziel, es ist eine Bewegung, und sie beginnt bei jedem einzelnen von uns", sagt Florian Heubrandner, Vizepräsident Globales Textilgeschäft der Lenzing AG.

Weitere Informationen finden Sie auf der TENCEL(TM) #MIFR-Webseite und auf unseren Social Media-Plattformen während der Kampagne. Weitere Neuigkeiten und Informationen über Möglichkeiten, mit den Influencern, Marken und NGOs zu interagieren, die einen echten Unterschied machen, werden bald veröffentlicht. Wir laden alle ein, Teil der #MakeltFeelRight-Bewegung zu sein und ermutigen alle zu #MakeAPledge.

Webseite: <https://www.makeitfeelright.com/>

Foto-Link: [HIER](#)

Video - <https://www.youtube.com/watch?v=u2eHTvgnlQU>

Pressekontakt:

Rita Ng
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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100067745/100873066> abgerufen werden.