

## Lenzing kündigt TENCEL(TM) Kampagne #checkwhatsgood zum Earth Day 2021 an

Lenzing, Österreich (ots/PRNewswire) - Der weltweit agierende Faserhersteller Lenzing hat zum diesjährigen Earth Day die Social-Media-Kampagne #checkwhatsgood der Marke TENCEL(TM) angekündigt, die das internationale Motto "RESTORE OUR EARTH(TM)" mit Leben füllen soll. In einem Jahr, das für alle den Schwerpunkt hat, unser Leben möglichst wieder normal zu gestalten, verfolgt das Unternehmen mit der Kampagne das Ziel, gemeinsam mit einer Vielzahl von globalen und regionalen Marken, Designern und Influencern auf nachhaltige Mode und Kaufgewohnheiten aufmerksam zu machen. Darüber hinaus wird die Marke TENCEL(TM) ihre Partnerschaft mit One Tree Planted im dritten Jahr in Folge fortsetzen und neue Partnerschaften mit NGOs eingehen, um weitere Konsumentenaktionen anzustoßen.

TENCEL(TM) macht einen Unterschied mit #checkwhatsgood

Da während der Pandemie das Einkaufen in stationären Geschäften nur bedingt möglich war, hat sich das Konsumentenverhalten in vielen Ländern fast ausschließlich ins Online-Geschäft verlagert. Bei dem sehr großen Angebot sind Verbraucher zunehmend auf der Suche nach Marken, denen eine nachhaltige Produktion wirklich wichtig ist. Um das Vertrauen der Verbraucher zu gewinnen, startet Lenzing auf Social-Media-Kanälen die Bewegung #checkwhatsgood.

Diese zielt darauf ab, die Konsumenten zu ermutigen, beim Kauf von Mode verantwortungsbewusste Entscheidungen für die Umwelt zu treffen. Eines der Hauptziele der Kampagne ist es außerdem, das TENCEL(TM)-Logo als Zeichen für Umweltfreundlichkeit und nachhaltige Produktion zu etablieren.

Die Kampagne zum Earth Day startete am 1. April auf Instagram. Hierfür entwickelte TENCEL(TM) Instagram-Filter, Quizze sowie Aktionen mit Influencern. Zudem können Nutzer Fotos und Videos von Beispielen teilen, die sich positiv auf eine nachhaltigere Modeindustrie und den Planeten auswirken.

Mit Partnern die Umwelt schützen

Um Partnerschaften aus- und aufzubauen, mit denen Lenzing gemeinsam eine bessere Zukunft schaffen kann, unterstützt das Unternehmen

während des Earth Month verschiedene regionale Initiativen. In Zusammenarbeit mit One Tree Planted, einer Wohltätigkeitsorganisation für weltweite Wiederaufforstung, hat Lenzing seit 2019 mehr als 26.000 Bäume gepflanzt. Um das Engagement zu verstärken, wird die Marke TENCEL(TM) zusätzlich 10.000 Bäume mithilfe von One Tree Planted pflanzen.

Eine weitere Spendenaktion für Baumpflanzungen in Indonesien führt Lenzing mit dem Partner Lindungi Hutan durch. Die indonesische NGO will das Land mit seiner Crowdfunding-Plattform vor Abholzung retten und setzt sich für Wiederaufforstung ein.

Um Nachhaltigkeit zu fördern, ist ebenfalls die Aufklärung von Verbrauchern ein wichtiger Bestandteil aller Bemühungen. Hierzu wird Lenzing mit Fashion Revolution Japan zusammenarbeiten, um pädagogische Podiumsdiskussionen und interaktive Workshops für Verbraucher durchzuführen. Ein weiterer Partner ist die deutsche NGO DripbyDrip, die sich der Wasserproblematik in der Mode- und Textilindustrie widmet. Mit der Einführung eines Bildungsprogramms, will DripbyDrip verdeutlichen, wie hoch der Wasserverbrauch und die daraus resultierende Verschwendung bei der Herstellung von Kleidungsstücken sein kann. Im Gegenzug wird die NGO Wege aufzeigen, wie man seinen Fußabdruck bei der Wasserverschwendung verringern kann.

#### Nachhaltigkeit Zuhause vorantreiben

Lenzing entwickelt ein 7-Tage-Handbuch mit wöchentlicher Checkliste, in dem die Nutzer lernen können, wie sie von zu Hause aus ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck reduzieren und die Welt zu einem besseren Ort machen können. Das Handbuch wird kleine, durchführbare Veränderungen aufzeigen, einschließlich der Frage, wie und wo man nachhaltige Kleidung wählen kann.

Während des Earth Month kann jeder einmal mehr über den eigenen ökologischen Fußabdruck nachdenken, sich hinterfragen und persönliche Wege finden, die Auswirkungen auf den Planeten zu reduzieren. Die Marke TENCEL(TM) engagiert sich, die ökologische Veränderung in der Modeindustrie zu fördern und Konsumenten nachhaltige Möglichkeiten zu bieten.

Bitte beachten Sie die #checkwhatgood Kampagne auf der TENCEL(TM) Website und den Social-Media-Plattformen ab dem 1. April 2021.

<https://www.tencel.com/earth-day-2021>

Foto-Link: HIER

~

Rückfragehinweis:

Rita Ng

+852-3718-5675

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/PR134573/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0004 2021-04-08/06:13

080613 Apr 21

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20210408\\_OTS0004](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20210408_OTS0004)