

## **TENCEL™ mit REFIBRA™ Technologie von Lenzing ebnet den Weg in die Kreislaufwirtschaft bei Textilien**

- optimale Wiederverwertung von Stoffresten zum Schutz der Umwelt
- Mit Lyocellfasern der Marke TENCEL™ mit REFIBRA™ Technologie kann der Verbraucher aktiv Umweltschutz betreiben
- Marken-Inhaber Laura O'Connell und Chris Kronus von HOOT erzählen, warum sie sich für TENCEL™ Lyocellfasern mit REFIBRA™ Technologie entschieden haben

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

Telefon +43 7672 701-2331  
Fax +43 7672 918-2331  
E-Mail marketing@lenzing.com

Ref. kwi  
Datum 14.06.2019

Bis 2025 wird sich weltweit der Bedarf an Kleidung verdoppelt haben. Die Entsorgung der getragenen Kleidung wird zunehmend zum Problem. Da 80 Prozent der rund 50 Millionen Tonnen ausrangierter Kleidung in Mülldeponien landet, stellt das eine enorme Umweltbelastung dar. TENCEL™ Lyocellfasern mit REFIBRA™ Technologie aus dem Hause Lenzing bieten eine Lösung für dieses Problem. „Bei Textilien den Kreislauf schließen“ lautet somit das Motto. Bei der REFIBRA™ Technologie werden während der Produktion von TENCEL™ Lyocellfasern, auch Baumwollabfälle verwertet. Das gewährleistet eine nachhaltigere Faserproduktion. Die Anwendung der REFIBRA™ Technologie ist ein entscheidender Schritt in Richtung „Kreislaufwirtschaft“ und Nachhaltigkeit bei Textilien. Zusätzlich setzt das Unternehmen auf mehr Transparenz für den Endverbraucher.

### **Interview mit Laura O'Connell von der US-Marke Hoot:**

***Hoot ist ein sehr junges US Label, das erst letztes Jahr auf den Markt kam. Sie haben es auch einen „wake-up call“, einen Weckruf oder ein Warnsignal genannt und wollen einen Umdenkprozess in Gang setzen. Geben Sie uns einen Einblick, wie es zu der Idee der Unternehmensgründung kam und wie Sie auf TENCEL™ Lyocellfasern mit REFIBRA™ Technologie gestoßen sind. Was ist die große Vision dahinter?***



Hoot Gründer Laura und Chris ©Hoot

**Laura O'Connell, Gründerin und CEO Sleep Hoot LLC:** „Die Idee zur Gründung von Hoot kam auf, als mein Partner Chris und ich letztes Jahr vergeblich nachhaltige Bettwaren für unsere Wohnung suchten und von dem, was wir auf dem Markt gefunden haben, nur enttäuscht waren. Wir stellten fest, wie stark die Textilindustrie an der Umweltverschmutzung beteiligt ist und wie wenig große Unternehmen aktiv dagegen tun. Was uns am meisten gestört hat, war der Mangel an Transparenz, da viele Firmen nicht bereit waren, die Kerninformationen ihrer Beschaffungskette offenzulegen. Über die Marke Patagonia, die wir für ihre Verdienste an der Umwelt sehr bewundern, erfuhren wir von den spannenden Lenzing-Fasern und so kam es zu der Idee der Unternehmensgründung. Wir waren so begeistert, als wir TENCEL™ Lyocellfasern mit REFIBRA™ Technologie entdeckten und fanden da genau den richtigen Partner für unsere Produkte im Bereich Schlafen. Der gleich in doppeltem Sinne umweltschonende

*Produktionsprozess, der industriellen Abfall drastisch reduziert und unbelastete Rohmaterialien verwendet, war genau das, wonach wir für unsere Marke Hoot gesucht haben.“*

**Wie war die Rückmeldung seitens der Verbraucher bisher?**

*„Wir hören immer wieder, wie seidig weich sich unsere Bettlaken anfühlen, wie anschmiegsam sie sind und wie positiv sich die Atmungsaktivität auf den Schlaf auswirkt. Häufig assoziieren Verbraucher mit Nachhaltigkeit nicht auch zugleich Luxus, aber genau diesen Gleichklang wollen wir unseren Kunden näherbringen.“*



©Hoot

**Erzählen Sie uns ein wenig von dem Trend zu einer neuen Achtsamkeit in den USA. Welche Rolle wollen Sie dabei spielen?**

*„Seit einigen Jahren beobachten wir hier in den USA ein zunehmendes Bewusstsein für den Klimawandel und die Notwendigkeit etwas zum Umweltschutz beizutragen. Verbraucher werden kritischer im Hinblick auf die Produkte, die sie in ihrem Heim und im täglichen Leben verwenden. Genau an diesem Punkt sehen wir die Chance, der Textilindustrie, die sich in den letzten Jahren nicht großartig bewegt hat, einen Impuls zu geben.“*

**Wie kann man aus Ihrer Sicht insgesamt das Verbraucher-Bewusstsein im Hinblick auf die REFIBRA™ Technologie und die Kreislaufwirtschaft schärfen?**

*„Das ist die zentrale Frage, mit der auch wir uns konstant beschäftigen. Das Wichtigste ist, glauben wir, den Verbrauchern die Auswirkungen der aktuellen linearen Modewirtschaft und der damit verbundenen Abfallbelastung auf die Umwelt klarzumachen. Wenn ihnen bewusst wird, warum das Recyceln von Textilien und Fasern so wichtig ist, werden sie verstärkt nach innovativen Unternehmen wie Lenzing Ausschau halten. Im Hinblick auf die Verwendung von Plastiktüten oder Plastikstrohhalm stellen wir in den USA bereits einen klaren Umdenkprozess fest. Wir werden auch bei der Kreislaufwirtschaft erfolgreich sein, wenn wir den Menschen erzählen, was auf dem Spiel steht, wenn sie einfach so weitermachen und im Gegenzug, welche Alternativen sie haben.“*

Auch in Europa wird das Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz immer lauter diskutiert und die Kreislaufwirtschaft, so wie sie Lenzing mit der REFIBRA™ Technologie umsetzt, verstärkt wahrgenommen.

**Abdruck gebührenfrei. Leseexemplare erbeten.**

**Foto Download:**

<https://mediadb.lenzing.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=FJLfVGKEBkn8>

### Rückfragehinweis:

**Mag. Christina Kreuzwieser, MBA**  
Head of Marketing Communication  
Europe & America  
Lenzing Aktiengesellschaft  
Werkstraße 2, 4860 Lenzing,  
Austria

T: +43 7672 701-2331  
M: +43 664 14 32 478  
F: +43 7672 918-2331  
[press@lenzing.com](mailto:press@lenzing.com)  
[www.lenzing.com](http://www.lenzing.com)

**Medienkontakt DACH-Region**  
Dr. Isa Hofmann  
IHOFMANN

Niederwaldstraße 4  
D-65187 Wiesbaden  
T: +49 611 890 59 640  
F: +49 611 87086  
[info@ihofmann.com](mailto:info@ihofmann.com)  
[www.ihofmann.com](http://www.ihofmann.com)

---

### 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 Konsumentinnen und Konsumenten schaffen. Die Lenzing Gruppe strebt eine effiziente Verwendung und Verarbeitung aller Rohstoffe an und bietet Lösungen für die Umgestaltung der Textilbranche in Richtung Kreislaufwirtschaft.

### Daten und Fakten Lenzing Gruppe 2018

Umsatz: EUR 2,18 Mrd.

Nennkapazität: 1.034.000 Tonnen

Mitarbeiter/innen: 6.839

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