

Lenzing Launches Collaboration with "TANGAN" and Jockeys

Contributed by Maizer
Monday, 08 October 2018

In early 2018, Lenzing had entered a new phase with the launch of TENCEL as their flagship brand for textiles. Under the new brand strategy, TENCEL Capital fiber and TENCEL Lyocell will be the main ingredients in TENCEL branded product portfolio. Some of the world famous brands are end users of Lenzing fiber include; Zara, Armani, H & M and Adidas.

As part of the brand's new strategy, this year Lenzing collaborates with selected brands in Indonesia with the aim of encouraging consumer education around the quality of TENCEL products, functional benefits and sustainability features. The two brands that have recently been involved are Jockey, the world-renowned underwear and activewear, and TANGAN brands, local premium fashion brands. TANGAN held a fashion show in the Thamrin area, Jakarta, in order to launch the Fall / Winter 2018 collection, under the name HANG. On this occasion, TANGAN collaborated with Lenzing, using TENCEL material in several of his collections. TENCEL is Lenzing's flagship brand for textiles with TENCEL fiber benefits that can be felt instantly: Soft on the skin, smooth to the touch and makes your skin feel cool and dry throughout the day. Jockey® is a manufacturer and distributor of underwear, sleepwear and sportswear. The purpose of this collaboration is to highlight Jockey® products that use TENCEL Capital fiber and to educate consumers about the benefits of using products made from fiber. Lenzing also provided a batik print goodie bag made from TENCEL ™ fiber for the Miss Grand Indonesia 2018 finalists who visited the Jockey® store located in one of the most exclusive shopping places in the Jakarta area. Lenzing's new collaboration with TANGAN and Jockey® is an important key to Lenzing's new strategy, to move from a fiber-oriented business-to-business (B2B) company to a business-to-business-to-consumer (B2B2C) oriented company. Lenzing Meluncurkan Kolaborasi dengan TANGAN dan Jockey Pada awal 2018, Lenzing telah memasuki fase baru dengan peluncuran TENCEL sebagai merek andalan mereka untuk tekstil. Di bawah strategi merek baru, serat TENCEL Modal dan TENCEL Lyocell akan menjadi bahan utama dalam portofolio produk bermerek TENCEL. Beberapa merek terkenal di dunia adalah pengguna akhir serat Lenzing mencakup; Zara, Armani, H&M dan Adidas. Sebagai bagian dari strategi baru merek tersebut, tahun ini Lenzing berkolaborasi dengan merek-merek terpilih di Indonesia dengan tujuan untuk mendorong edukasi konsumen seputar kualitas produk TENCEL, manfaat fungsional dan fitur keberlanjutan. Dua merek yang baru-baru ini terlibat adalah Jockey, pakaian dalam yang dikenal di dunia dan merek activewear, dan TANGAN, merek fashion premium lokal. TANGAN mengadakan fashion show di kawasan Thamrin, Jakarta, dalam rangka meluncurkan koleksi Fall/Winter 2018, dengan nama HANG. Pada kesempatan kali ini, TANGAN bekerja sama dengan Lenzing, dengan menggunakan bahan TENCEL di beberapa koleksinya. TENCEL adalah merek unggulan Lenzing untuk tekstil dengan manfaat serat TENCEL yang dapat dirasakan secara instan: Lembut pada kulit, halus saat disentuh dan membuat kulit Anda merasa sejuk dan kering sepanjang hari. Jockey® adalah produsen dan distributor pakaian dalam, pakaian tidur, dan pakaian olahraga. Tujuan dari kolaborasi ini adalah untuk menyoroti produk Jockey® yang menggunakan serat TENCEL Modal dan untuk mendidik konsumen tentang manfaat menggunakan produk yang terbuat dari serat. Lenzing juga menyediakan goodie bag bermotif print Batik yang terbuat dari serat TENCEL™ untuk finalis Miss Grand Indonesia 2018 yang mengunjungi toko Jockey® yang terletak di salah satu tempat berbelanja paling eksklusif di kawasan Jakarta. Kerjasama baru Lenzing dengan TANGAN dan Jockey® menjadi kunci penting bagi strategi Lenzing yang baru, untuk beralih dari perusahaan produsen serat yang berorientasi business-to-business (B2B) menjadi perusahaan yang berorientasi business-to-business-to-consumer (B2B2C).