

Medienmitteilung

Lyreco unboxed: Der grösste B2B Nachhaltigkeits-Kongress der Schweiz

Mit dem Motto «offen und ehrlich ausgepackt» realisiert Lyreco Switzerland AG ihren Kundenanlass zum ersten Mal im neuen Format und setzt somit neue Massstäbe.

Lyreco Switzerland hat es geschafft, beim Thema Nachhaltigkeit in den letzten Jahren immer wieder einen Schritt voraus zu sein. So auch mit dem jüngsten Kundenanlass am 25. Januar 2024 in der Umweltarena Schweiz in Spreitenbach. Dabei durften über 1000 Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik unter dem Motto: «offen und ehrlich ausgepackt» auf unkonventionelle, authentische und einzigartige Weise erfahren, warum scheitern so wichtig ist, um Lieferketten nachhaltiger zu gestalten.

Wie entsteht aus «One Way» echte Kreislaufwirtschaft, welche Technologien machen Lieferketten effizienter und nachhaltiger, und welche Massnahmen helfen, fundierte Kaufentscheidungen zu treffen? Dazu hat Lyreco über 30 Expert:innen auf die Bühne gebracht, die wirklich etwas zu sagen haben. Von der Wissenschaft zur unternehmerischen Praxis, vom Konzern zum Start-Up und der Klimaseniorin bis zur jüngsten Generation, egal ob Session, Panel oder Ausstellung. Lyreco Unboxed ist ehrlich, konkret und praxisnah und damit viel mehr als eine Veranstaltung. Es ist ein wiederkehrendes Format, das über alle Gefässe das Thema Nachhaltigkeit authentisch, unverblümt offen anspricht und entlang der gesamten Lieferkette auspackt.

Wieso ein Nachhaltigkeitsanlass dieser Grössenordnung?

«Lyreco engagiert sich schon seit langer Zeit im Bereich der Nachhaltigkeit», so Thomas Illi, Managing Director der Lyreco Switzerland AG, «nicht zuletzt mit der Verpflichtung zur Science Based Target Initiative, einer nachhaltigen Auslieferung und der konsequenten Umsetzung einer umweltfreundlichen Produktstrategie stehen wir bereits vorbildlich für eine netto-null Zukunft ein». Nun schlägt der führende Dienstleister mit «Lyreco Unboxed» eine einzigartige und ehrliche Brücke von der Mission «Wir sind Pioniere und liefern nachhaltig alles, was ein Arbeitsplatz braucht, damit sich unsere Kunden auf das Wesentliche konzentrieren können.» zum Kunden. «Wir möchten unsere Kunden, Partner und Mitarbeitende inspirieren und motivieren, nicht mit dem Zeigefinger, sondern mit jeder Menge Wissen und Spass!», betont Thomas Illi weiter.

Wie wird ein Nachhaltigkeitsanlass umgesetzt?

Lyreco richtet ihre Massnahmen konsequent an ihrer Vision aus, daher wird der diesjährige Kundenanlass so reduziert wie möglich umgesetzt. «Eine erste Analyse des CO₂-Ausstosses des Unboxed Events hat ergeben, dass rund 90 % der Emissionen in den Bereichen Mobilität und Catering entstehen», erklärt Tina Kempf, «Wir verzichten daher wo immer möglich auf Transporte und setzen beim Cateringkonzept auf vegetarische, saisonale und regionale Beschaffung, vorzugsweise aus biologischem Anbau». Doch das ist nicht alles. Mit der Durchführung einer Veranstaltung im Bereich Nachhaltigkeit setzt sich Lyreco folgende Ziele:

1. Wo immer möglich Verzicht auf Transporte oder Einsatz von Sammeltransporten, kurze Logistikwege und Einsatz von Elektrofahrzeugen.
2. Mitarbeitende reisen mit den öffentlichen Verkehrsmitteln an die Veranstaltung.
3. Das Cateringkonzept ist vegetarisch, basiert auf regionaler Beschaffung und biologischem Anbau. Zudem wird ein Beschaffungsradius von 40km eingesetzt.
4. Verzicht auf Printerzeugnisse in hohen Auflagen, Einsatz von elektronischen Kommunikationswegen.
5. Location wurde in Bezug auf Nachhaltigkeitskriterien gewählt, sodass der Strom aus umweltschonend produzierter Energie (Wasserkraft, Biogas, Solaranlagen) aus der Region Zürich/Aargau bezogen wird.
6. Die Ausstellung und das Eventmobiliar sind zu 100 % Mehrweg, so wird das Mobiliar konsequent gemietet und für die Ausstellung beispielsweise Lyreco Mehrwegboxen eingesetzt, die danach als Eventboxen wieder in den Umlauf zur Auslieferung der Kundenbestellungen gehen.
7. Abfallvermeidung. Unvermeidbar entstehende Abfälle werden sorgfältig getrennt und fachgerecht entsorgt oder zur Wiederaufbereitung weitergegeben.
8. Motivation der Teilnehmenden zur aktiven Beitragsleistung mit der Bitte um Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.

Dass bei einem Anlass mit rund 1000 Gästen der CO₂-Ausstoss nicht gänzlich vermieden werden kann, ist Lyreco bewusst: «Unvermeidbare Emissionen werden bilanziert und durch eine finanzielle Unterstützung über ein Corporate Volunteering beim Schweizer Bergwaldprojekt investiert», so Tina Kempf.

Nachhaltigkeit ist ein Wandel, der weder trivial noch schwarz-weiss ist, weshalb es Lieferketten Transparenz und Zusammenschlüsse braucht. Dies bietet der führende Anbieter von Arbeitsplatzlösungen mit dem neuen Format «Lyreco unboxed: offen und ehrlich ausgepackt» und beweist mit seinem kontinuierlichen Engagement, stets mit Verantwortung, Innovation und Pioniergeist voranzuschreiten.

Der jährlich durch Lyreco Switzerland organisierte Kundenanlass dient als Networking-Plattform und gilt aus Tradition als Symbol des Dankes für die erfolgreiche Zusammenarbeit. Von nun an, sollen Emissionen im Rahmen der Science Based Target initiative auch für Veranstaltungen Jahr für Jahr reduziert werden. Dazu dient ein auf Basis dieser Veranstaltung erschaffener Event-Guide.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Tina Kempf, Medienstelle & Head of Sustainability Management Lyreco Switzerland AG
Telefon: +41 44 744 44 70
tina.kempf@lyreco.com; www.lyreco.ch

Über Lyreco

Die Lyreco Gruppe gehört zu den weltweit führenden Anbietern von Büro- und Arbeitsplatzlösungen. Sie ist mit 12'000 Mitarbeitenden in 42 Ländern auf 4 Kontinenten aktiv. Als finanzstarkes Familienunternehmen in Privatbesitz liefert die Lyreco Switzerland AG täglich rund 7'000 Kundenbestellungen aus. Das Unternehmen legt dabei grossen Wert auf Nachhaltigkeit und optimiert seine Logistik konstant mit dem Ziel, einen möglichst ökologischen Gesamtprozess zu schaffen. Dazu trägt unter anderem der Einsatz von E-Vans und Cargo-Bikes bei der Auslieferung bei. Das Versprechen «heute bestellt, morgen ausgepackt» hält Lyreco Switzerland bei 99,5 % aller Produktauslieferungen ein – damit der Arbeitsalltag sorglos verläuft und genügend Zeit für das Wesentliche bleibt.