

Die Optimierung des CO₂-Fussabdrucks

«Tue Gutes und sprich darüber» – Wie Kunden auf ein ökonomisches Bestellverhalten sensibilisiert werden können

Lyreco, der weltweit tätige Anbieter für Büro- und Arbeitsplatzlösungen engagiert sich schon seit langer Zeit im Bereich der Nachhaltigkeit und setzt Massstäbe. Dass nachhaltiges Handeln einfach sein kann, zeigt sich im vielfältigen Angebot an ökologischen Massnahmen, die Lyreco für sich und seine Kunden trifft. Im Gespräch mit Sven Stückmann, Public Account Sales Manager bei Lyreco Switzerland AG.

Lyreco lebt Umweltbewusstsein vor. Was unternimmt Lyreco für eine gute CO₂-Bilanz?

Vieles! Wir sind ja ISO 14001 zertifiziert. Alleine durch diese Zertifizierung fordern wir uns selbst heraus. Fahrzeuge sind hinsichtlich CO₂ sicherlich das grosse Thema bei Lyreco und eines der grössten Massnahmen, die wir intern regelmässig überprüfen. Aber auch die Sensibilisierung unserer Kunden auf den CO₂-Fussabdruck, der sich in ihrem Einkaufs- und Bestellverhalten widerspiegelt, ist uns ein wichtiges Anliegen im Hinblick auf eine gute CO₂-Bilanz und nachhaltige Zukunft.

Welche Massnahmen treffen Sie als Sales Manager hinsichtlich CO₂-Fussabdruck?

Als Sales Manager ist es ganz wichtig, dass ich meine Mannschaft dazu animiere und überzeuge, das Thema CO₂ und Umwelt mit den Kunden auch wirklich zu thematisieren. Dank unserem Berechnungstool können wir beispielsweise allen interessierten Kunden aufzeigen, wie viel CO₂-Emissionen sie bei ihrem Einkaufsverhalten generieren, welchen Einfluss die Straffung der Lieferantenmenge auf ihre CO₂-Bilanz hat und wie viel Prozent und Kilos in Relation zu seinem Gesamtbezug er an grünen Produkten bestellt hat.

Das CO₂-Tool ist Teil der Nachhaltigkeitsstrategie «Eco Future» von Lyreco. Was beinhaltet diese Strategie und wie wird diese den Kunden vermittelt?

Die Eco Future Strategie umfasst drei Säulen: Soziale Verantwortung, Umweltverantwortung und Wirtschaftlichkeit. Bei der Umweltverantwortung setzen wir in einigen Ländern elektrische und erdgasbetriebene Fahrzeuge ein. Weit verbreitet und in der Schweiz von vielen Kunden genutzt, ist der Recycling-Service: Wir nehmen gebrauchte

Batterien und Toner zurück und integrieren sie wieder in den Recycling-Prozess. Zudem benutzen wir kleinstmögliche Verpackungen und verzichten wo immer möglich auf Stopfmaterial.

Unter dem Motto «**tue Gutes und sprich darüber**» versuchen wir in erster Linie selbst dafür vieles zu tun, um unsere Ökobilanz zu optimieren und anschliessend ganz vorsichtig an die Einstellung des Kunden zu appellieren; ihm aufzuzeigen, welche unterstützende Massnahmen – wie zum Beispiel der Entscheid für grüne Produkte – er treffen kann, um den eigenen CO₂-Fussabdruck zu minimieren, macht Spass.



Ökologische Produkte sind in der Regel etwas teurer und können dadurch an Attraktivität verlieren. Wie machen Sie diese Produkte Ihren Kunden schmackhaft?

Grüne und damit umweltfreundliche Produkte sind mittlerweile selten oder wenn, dann nur geringfügig teurer. Die Steigerung der Verkaufsmengen hat die grünen Produkte in eine attraktive Dimension befördert. Die Herausforderung in der Kundenberatung liegt darin, die Kunden so weit zu animieren, sich mit dem Thema Ökologie auseinanderzusetzen, trotz eher geringem Umsatzanteil in Relation zu den Gesamtausgaben. Das ist die Kunst. Es besteht noch grossen Aufklärungsbedarf, gibt es doch beispielsweise einen ganzen Wald voller ökologischer Label. Damit der Kunde wählen kann, ob er sich zur Umwelt bekennt und etwas dafür tun möchte, bemühen wir uns, ökologisch sinnvolle Produkte anzubieten.

Der Anspruch «das Leben im Büro zu vereinfachen» beinhaltet im weitesten Sinne die Einfachheit des nachhaltigen Handelns. Weshalb kann ökologisches Verhalten einfach sein und wie unterstützt Lyreco seine Kunden dabei?

Lyreco bietet die Produktbreite und in allen Katalog-Rubriken ökologisch sinnvolle Produkte, die sich meist – wenn überhaupt – nur leicht optisch unterscheiden, aber nicht in der Qualität. Niemand zieht einen Nachteil daraus. Im Gegenteil: Man hat etwas für die Umwelt getan! Lyreco ist im Hintergrund für die Umsetzung in grünere Produkte zuständig und stellt entsprechende Muster für einen Akzeptanztest zur Verfügung sowie unterstützt seine Kunden bei der richtigen Auswahl von qualitativ hochstehenden, aber nachhaltigeren Produkten. Kunden, die ökologisch einkaufen möchten, haben somit wenig bis nichts damit zu tun. Das ist einfach.

Denkt man an die Reduktion des ökologischen Fussabdrucks, kommt man schnell auf One-Stop-Shopping, eines der Hauptgrundsätze von Lyreco, alles aus einer Hand anzubieten. Ist dies die Zukunft?

Ja, davon bin ich voll und ganz überzeugt. Die Kombination aus Wirtschaftlichkeit und Ökologie. Das wird vor allem ein Thema sein in den Betrieben und Branchen, wo Effizienz und Umwelt von Bedeutung sind. Es gibt nach wie vor viele Unternehmen, welche die Thematik nicht priorisiert angehen. Fehlt die Bereitschaft seitens Kunde, können wir das Thema nicht voranbringen.

Der Trend geht allerdings eindeutig in Richtung One-Stop-Shopping. Wenn Sie alles über einen Shop bestellen können, eine Rechnung erhalten, einen Verhandlungs- und Ansprechpartner für alle Belange haben sowie einen Kunden-

dienst, der sich mit Leidenschaft und professionell um Sie kümmert, dann ist das schon sehr effizient und schafft nicht nur eine gute Partnerschaft, sondern schont auch die Umwelt.

Lyreco lebt Ökologie auch mit den entsprechenden Partnerschaften wie z.B. Procure.ch vor. Setzt ihr damit ein Zeichen, dass Lyreco das ernst meint?

Ja, wir meinen das sehr ernst, auf allen Ebenen. Wir meinen es ernst, weil wir immer mehr grüne Produkte im Sortiment haben, weil wir einen grünen Warenkorb zur Verfügung stellen und nicht zuletzt auch mit den Partnerschaften, die wir eingehen. Das Thema Ökologie wird uns lange begleiten. Es wird auch immer mehr grüne Produkte geben, das ist heute schon so. Kunden müssen zum Denken angeregt werden, sodass sie ihr Einkaufs- und Bestellverhalten hinterfragen und damit sie sich selbst davon überzeugen können. Deshalb wird Lyreco weiterhin seine Eco Future Strategie mit guter Beratungskompetenz präsentieren. Ob mit dem Green-Print-Tool, dem Green Basket, dem One-Stop-Shopping-Tool oder weiteren Massnahmen. **eco.lyreco.ch**



Sven Stückmann
Public Account Sales Manager bei
Lyreco Switzerland AG

Lyreco Switzerland AG

Rund 500 Mitarbeitende in der Schweiz; weltweit ca. 10 000 Mitarbeitende; Präsenz in 45 Ländern; Customer Service Center in Genf und Dietikon; über 7 900 Artikel auf Lager; Verfügbarkeit der Artikel von über 99 %; Grobtransport zu Kunden erfolgt per Bahn (Nachtsprung); für eine effiziente Lieferung erfolgt die Feinverteilung fast ausschliesslich mit eigenen Chauffeuren; Exklusiv-Distributor von NESPRESSO Business Solutions.

www.lyreco.ch

