

Medienmitteilung

Livesystems schaltet während der Earth Hour die Lichter aus für Klima- und Naturschutz

**19.03.2024 – Livesystems beteiligt sich gemeinsam mit WWF Schweiz umfangreich an der Earth Hour. Die Aktion wird am 23. März 2024 stattfinden. Rund um den Globus werden von 20.30 Uhr bis 21.30 Uhr die Lichter für den Klima- und Naturschutz ausgeschaltet.**

Livesystems setzt sich für den Klima- und Naturschutz ein. Gemeinsam mit ihrem Partner WWF Schweiz beteiligt sich die Digital out of Home (DOOH) Anbieterin an der diesjährigen Earth Hour. Die weltweite Aktion findet bereits zum 18. Mal statt. Am Samstag, dem 23. März 2024 werden zwischen 20.30 und 21.30 Uhr Millionen von Menschen, Tausende von Städten und Unternehmen weltweit die Lichter ausschalten und eine Stunde lang bewusst der Erde widmen.

### **Eine Stunde für den Planeten**

Die Aktion ist so einfach wie einprägsam. Eine Stunde lang wird die (unkritische) öffentliche Beleuchtung ausgeschaltet. Wahrzeichen wie der Eiffelturm in Paris oder das Empire State Building in New York bleiben in dieser Stunde ebenfalls dunkel. Auch in der Schweiz beteiligen sich zahlreiche Städte und Gemeinden an der Aktion. So auch die DOOH-Anbieterin Livesystems.

Die «Earth Hour» bedeutet mehr als das Ausschalten der Lichter. Der WWF lädt dazu ein, noch einen Schritt weiterzugehen und sich für die Umwelt zu engagieren: zum Beispiel mit öffentlichen Verkehrsmitteln, statt mit dem Auto zu fahren oder pflanzliche Gerichte zu kochen. Ziel ist es, die Öffentlichkeit auf den Schutz des Klimas und der Artenvielfalt aufmerksam zu machen und sie zu motivieren, etwas für unseren Planeten zu tun.

### **Ein starkes Symbol für den Klimaschutz**

«Diese Stunde im Dunkeln ist ein sichtbares und starkes Symbol, das durch die wachsende Beteiligung von Millionen von Menschen und engagierten Unternehmen wie Livesystems noch verstärkt wird» sagt Lisa Bounoure, Manager Fundraising & Brand, WWF Schweiz.

Die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Livesystems und WWF Schweiz besteht seit 2023 und wird nun strategisch weitergeführt. Für die Earth Hour bündeln die beiden Unternehmen einmal mehr ihre Kräfte: Eine digitale Kommunikationskampagne wird während KW 11 und KW 12 über die DOOH-Kanäle von Livesystems an eine mobile und aktive Zielgruppe ausgespielt, um Aufmerksamkeit zu generieren.

### **Der Markt verlangt nach erneuerbaren Energien**

«Für uns ist die Aktion Earth Hour ein starkes Zeichen für die Umwelt. Unsere Partnerschaft mit dem WWF Schweiz gibt uns zudem die Möglichkeit, uns als Unternehmen weiterzuentwickeln, andere Perspektiven kennenzulernen und gleichzeitig den Ansprüchen unserer Stakeholder in Sachen Nachhaltigkeit besser gerecht zu werden», sagt Adriano Beti, CEO von Livesystems. «Unsere Umwelt und der Markt verlangen nach einer Reduktion des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks. Hier sind wir mit unseren Lösungen im Vergleich zu anderen Werbekanälen bereits vorbildlich. Darüber hinaus wollen wir aber auch den effizienten Umgang mit Energie im Allgemeinen fördern. Deswegen investieren wir in Massnahmen, die die Energieeffizienz verbessern und Energie sparen. Dazu gehören mitunter innovative Hardware-Technologien und Prozessoptimierungen», so Adriano Beti weiter.

### **Livesystems unterstützt Earth Hour: Digitale Werbeflächen im Energiesparmodus**

Für die Umsetzung der Earth Hour stehen rund 3'000 Screens zur Verfügung. Dabei handelt es sich um Cityscreens (hochformatige Screens in Strassenlage, an Tankstellen, Bahnhöfen und in

Städten), F12D (digitales Breitformat in Strassenlage, in Städten und Parkhäusern) sowie Screens an der Tankstelle (Querformat an der Zapfsäule).

Hinzu kommen alle Retail-Filialen, welche während des Aktionszeitraums geschlossen sind. Die digitalen Werbeflächen werden während der Earth Hour auf Standby geschaltet. Ausgenommen sind die Umfelder Public Transport sowie Retail- und Instore-Standorte, deren Öffnungszeiten über 20.30 Uhr hinausgehen.

### **Nachhaltige Partnerschaft: Livesystems informiert zur Earth Hour**

Livesystems hat verschiedene interne und externe Kommunikationsmassnahmen ergriffen, um die Earth Hour zu unterstützen. Sie informiert über die Aktion in ihren Offerten und Auftragsbestätigungen, sofern die Kampagne im entsprechenden Zeitraum läuft. Zudem wurden die Standortpartner im Vorfeld transparent informiert.

Bereits seit Oktober 2022 stellt Livesystems im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen den Grossteil ihres digitalen Werbeinventars zwischen 23 und 5 Uhr auf Standby oder reduziert die Helligkeit auf ein Minimum. Damit senkt Livesystems nicht nur den Gesamtenergieverbrauch, sondern minimiert auch die Beeinträchtigungen von Mensch und Tier durch die nächtliche Beleuchtung. Zudem deckt Livesystems bereits seit Jahren den gesamten Stromverbrauch mit «naturemade»-zertifiziertem Strom aus erneuerbaren Energien.

Für Rückfragen bei Livesystems  
Mirjam Tschachtli, Head of Communications  
[media@livesystems.ch](mailto:media@livesystems.ch)