

memo

...NACHHALTIG GUT



NACHHALTIGKEITS-BERICHT 2003

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER



Die Vorstands-
mitglieder
der memo AG

Nachhaltig gut – dieser „Claim“ steht seit einem guten Jahr im markanten grünen Balken unter dem memo-Schriftzug.

Warum gerade dieses Leitmotiv? Weil der Begriff „Nachhaltigkeit“ im Moment immer mehr in Presse und Literatur auftaucht – selbst die deutsche Bundesregierung veröffentlichte ja erst kürzlich einen umfangreichen Bericht zur „Nachhaltigkeitsstrategie“?

Nein! Unsere Wahl hat weit umfassendere Gründe. **Denn die Inhalte einer „nachhaltigen“ Wirtschaftsweise beeinflussen und bestimmen seit der memo-Gründung unsere Unternehmensphilosophie.**

memo

...NACHHALTIG GUT

Alles in allem erschien uns mittlerweile der alte „Claim“, „Der Firmenausstatter für Umweltbewusste“ viel zu ausgrenzend.

- Unsere Kataloge sandten wir bisher stets an gewerbliche Verbraucher. Doch im Internet ist unser Sortiment jetzt allen Interessenten zugänglich und wir verzeichnen in den letzten Jahren eine ständig wachsende Anzahl privater Kunden, insbesondere für Produkte des Schulbedarfs. So können wir heute jedem ein nach ökologischen Kriterien optimiertes Komplettsortiment rund um den Arbeitsplatz anbieten – schließlich ist ja der Schülerschreibtisch auch nichts anderes als der „erste Arbeitsplatz“.
- Unsere Veröffentlichungen (wie z. B. das Material-Lexikon im Online-Shop) dienen neben unseren gewerblichen Kunden in vielen Fällen auch privaten Verbrauchern, Verbänden, Schulen oder öffentlichen Institutionen als Informationsquelle. Dieses Vertrauen macht uns stolz und bestärkt uns in der stetigen Bemühung, ökologisches Verhalten zu fördern.

- Dazu kommen weitere Leistungen wie die Rücknahme und Weiterverwertung der Produkte nach Gebrauch – im Sinne einer echten Kreislaufwirtschaft.

In der Summe bieten wir heute ein umfangreiches Leistungspaket, das der Begriff „Firmenausstatter“ nicht mehr umfasste.

- Von Anfang an war es nicht unser Ziel, ausschließlich Kunden zu bedienen, die sich bereits intensiv mit ökologischen Themen beschäftigt haben und für die umweltbewusstes Verhalten selbstverständlich ist. Dies zeigt z. B. unsere regelmäßige Teilnahme an Projekten von Umweltverbänden und dem Bundesumweltministerium, die sich zum Ziel setzen, „Umweltbewusstsein“ in der Öffentlichkeit gerade dort zu fördern, wo dieses noch nicht so ausgeprägt ist.

So sehen wir auch die Formulierung „für Umweltbewusste“ inzwischen als viel zu enge Eingrenzung.

Doch welches neue Leitmotiv wäre für die memo AG wirklich angemessen?

Ein zentraler Aspekt unseres integrierten Managementsystems ist die Kundenorientierung. Was lag also näher, als neben Fachleuten und den eigenen Mitarbeitern auch unsere Kunden zu befragen?

Die Anzahl der Vorschläge, die wir im Jahr 2001 im Rahmen eines kleinen Kunden-Preisausschreibens erhielten, war gewaltig und sorgte für monatelange Diskussionen. Letztlich war es der Vorschlag eines Mitarbeiters, der allen am treffendsten erschien: „nachhaltig gut“!

Wichtig ist für uns am Begriff „Nachhaltigkeit“, dass er über die ökologische Dimension hinaus auch eine ökonomische und eine soziale Dimension beinhaltet.

(Den Versuch einer genauen Definition finden Sie in diesem Bericht auf Seite 6.)



Der Standort
Greußenheim



Der verantwortliche Qualitäts- und Umweltmanager Lothar Hartmann (re.) im Gespräch mit einem Mitglied des Vorstands.

Unsere Unternehmensphilosophie beinhaltet schon seit jeher neben den ökologischen Aspekten eine soziale Dimension, die sich vor allem durch Mitarbeiterorientierung (z.B. Arbeitsumgebung, Transparenz der Geschäftsprozesse, Mitarbeiterbeteiligung) und in der Sortimentsgestaltung (schon immer werden soziale Aspekte bei der Produktauswahl beachtet) widerspiegelt.

Wesentlichster Aspekt der ökonomischen Dimension ist unser Grundsatz, ökologisch sinnvolle Produkte und die dazugehörigen Zusatzleistungen stets zu marktfähigen Preisen anzubieten.

„Nachhaltig gut“ bedeutet für uns aber auch, unsere Leistungen im Rahmen unseres integrierten Managementsystems qualitativ ständig weiter zu verbessern. Aus diesem Grund erscheint uns Qualität untrennbar verbunden mit der ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit.



Die Piktogramme zeigen, welche Dimensionen der Nachhaltigkeit für die jeweiligen Themenbereiche dieses Berichtes zutreffen.

Vor Ihnen liegt deshalb nun konsequenterweise auch kein neuer „Umwelt- und Qualitätsmanagement-Bericht“, sondern der erste „Nachhaltigkeitsbericht“ der memo AG.

Anhand von vielen Beispielen möchten wir Ihnen auf den folgenden Seiten zeigen, wie die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – ergänzt um den damit eng verzahnten Aspekt der Qualität – in den Prozessen der memo AG verankert sind.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Jürgen Schmidt
Sprecher des Vorstands

Hinweis zur „Sprachregelung“:

Seit der Gründung von memo ist die Gleichberechtigung von Mann und Frau in unserem Unternehmen eine täglich gelebte Selbstverständlichkeit. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir – mit dem Einverständnis unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – in diesem Bericht aufgrund der besseren Lesbarkeit einheitlich den Begriff „Mitarbeiter“ für beide Geschlechter benutzen.

memo : Inhaltsverzeichnis

Seite 4 – 5

GESCHICHTE

Seit 14 Jahren bieten wir unseren Kunden ökologisch sinnvolle und qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen rund um den Arbeitsplatz.

Seite 6 – 7

NACHHALTIGKEIT

Ökologische, ökonomische und soziale Aspekte – die Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung stehen schon seit jeher gleichberechtigt im Mittelpunkt unserer Unternehmensphilosophie.

Seite 8 – 13

MITARBEITER

Engagierte und motivierte Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Sie sind gleichberechtigte Partner, die Unternehmenspolitik und Ziele mitbestimmen.

Seite 14 – 18

PRODUKTE

In unser Produktsortiment nehmen wir ausschließlich qualitativ hochwertige, langlebige und vor allem die jeweils umweltverträglichsten Produkte ihrer Sparte auf.

Seite 19 – 28

PROZESSE

Bei allen Prozessen unserer Wertschöpfungskette – von der Beschaffungslogistik bis zur Rücknahme verbrauchter Produkte – orientieren wir uns an nachhaltigen Aspekten.

Seite 29 – 33

OFFENE KOMMUNIKATION

Um nachhaltiges Verhalten auch in der Gesellschaft zu fördern, suchen wir den partnerschaftlichen Dialog mit unseren Kunden, Geschäftspartnern, der Öffentlichkeit und Behörden.

Seite 34

ZIELE & MASSNAHMEN

Die wichtigsten Ziele und Optimierungsmaßnahmen unseres integrierten Managementsystems auf einen Blick – im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses.

Seite 35

IHRE MEINUNG IST GEFRAGT

Ihre Zufriedenheit liegt uns am Herzen. Bitte nehmen Sie sich ein wenig Zeit und teilen Sie uns Ihre Kritik, Wünsche oder Fragen zu diesem Bericht und zu unserem Unternehmen mit.



WIE ALLES BEGANN...

1990: Start ins Versandhandelsgeschäft

Mit einer Erstauflage von 10.000 Stück geht der allererste 40-seitige memo-Katalog in Druck. Damals wie heute lautet eines unserer Grundprinzipien: „Keine höheren Preise als bei konventionellen Produkten und umfassender Service mit kürzester Lieferzeit“.

1991: Die Idee kommt an!

Im ersten Jahr gewinnen wir über 10.000 Kunden! Schon der zweite Katalog erscheint mit doppelter Seitenzahl. Die Geschäftsidee vom umweltfreundlichen Bürobedarf zu günstigen Preisen trifft den „Nerv der Zeit“.

1992: Geburtstunde der memo-Wertstoffbox

Wir entwickeln die memo-Wertstoffbox, ein spezielles Rücknahmesystem, das dem Kunden die bequeme Rücksendung von verbrauchten Produkten ermöglicht. Außerdem kann das System zur Rücksendung von Pfandprodukten, verwertbaren Tonermodulen oder Ink-Jet-Druckköpfen, die wir den Kundenkonten gutschreiben, verwendet werden.



1993/94: Der erste Werbemittelkatalog

Um der gestiegenen Nachfrage nach ökologisch sinnvollen Werbemitteln gerecht zu werden, veröffentlichen wir den ersten Spezialkatalog für diese Produktgruppe. Insgesamt entwickelt sich der Geschäftsbetrieb so positiv, dass die räumlichen Verhältnisse immer beengter werden. Ein neuer Firmensitz muss her.

1995: Umzug ins Grüne

Wir beziehen unser eigenes Firmengebäude ca. 15 km westlich von Würzburg. Der Neubau mit großzügigem Lager ist nach menschen- und umweltverträglichen Kriterien geplant und gebaut.

1996: Der erste Möbelkatalog

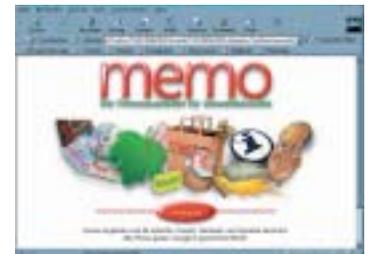
Zusammen mit dem Möbelhersteller TREND entwickeln wir ein komplettes Massivholz-Büromöbelprogramm. Der erste Spezialkatalog für Büroeinrichtungen wird veröffentlicht.

1997: ... und wieder kein Platz

Ein Außenlager in Buchen/Odenwald (am Produktionsstandort unseres Partners TREND) wird eingerichtet, um die große Resonanz auf das neue Möbelprogramm logistisch bewältigen zu können.

1998: www.memo.de

Als erstes Unternehmen in unserer Branche bieten wir das gesamte Sortiment in einem Online-Shop an.



Neues in der Versandlogistik:

Zusammen mit der Deutschen Post AG führen wir als Pilotpartner das Mehrwegsystem „Postbox“ bei memo ein.

Zusammenarbeit:

Wir werden Mitglied bei B.A.U.M. e.V. und Unternehmensgrün. Ergebnis des ersten gemeinsam durchgeführten Projektes mit B.A.U.M. ist der Leitfaden „Ökologie im Büro“.

1999: memo wird zur AG

memo wird von einer GmbH in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Jeder fest angestellte Mitarbeiter kann in Zukunft über ein innovatives Beteiligungsmodell Anteile am Unternehmen halten.

2000: memo wird zertifiziert

Unser über mehrere Jahre aufgebautes Umwelt- und Qualitätsmanagementsystem wird nach DIN EN ISO 9001 und DIN EN ISO 14001 zertifiziert.



Initiative „Pro Recyclingpapier“:

memo ist zusammen mit Sony Deutschland, dem Otto Versand, der Deutschen Telekom AG, der DATEV und weiteren ökologisch engagierten Unternehmen Gründungsmitglied der branchenübergreifenden Initiative „Pro Recyclingpapier“. Diese „Plattform“ für die Zukunft des Produktes Recyclingpapier soll im Gespräch mit verantwortungsbewussten Unternehmen und Institutionen ein neues Bewusstsein für das Zukunftspotenzial dieses Stoffes aufbauen.

2001: memo wächst weiter

Das kontinuierliche Wachstum, die Ausweitung des Produktsortiments und die steigende Mitarbeiterzahl erfordern die erneute Erweiterung von Lager und Büroflächen. In Greußenheim wächst die Betriebsfläche von 3675 auf fast 5600 qm. Auch für die Möbel-Logistik in Buchen wird eine weitere Halle angemietet.

Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001:2000:

Als eines der ersten deutschen Unternehmen wird memo nach DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert.



Jürgen Schmidt,
memo-Gründer und
Träger des B.A.U.M.-
Umweltpreises.



B.A.U.M.-Umweltpreis:

Seit über elf Jahren achtet memo darauf nur Artikel zu vertreiben, die bei der Herstellung, beim Gebrauch und bei der Entsorgung Mensch und Umwelt so wenig als möglich mit Schadstoffen belasten. Für dieses Engagement wurde dem Gründer und Vorstandssprecher des Unternehmens Jürgen Schmidt am 07.12.2001 der B.A.U.M.-Umweltpreis verliehen, eine Auszeichnung für „praktische Leistungen zugunsten eines vorbeugenden und ganzheitlichen Umweltschutzes im Unternehmen“.



2002: Aus Vier mach Eins

Ein von uns und vielen unseren Kunden lang gehegter Wunsch wird verwirklicht: Neben den weiterhin erscheinenden Angebots- und Spezialkatalogen bringen wir einen 600-seitigen Gesamtkatalog mit dem kompletten Lieferprogramm an Büro- und Schulartikeln, Werbemitteln und Büro-Einrichtungen.



Teilnahme an ÖKORADAR:

memo beteiligt sich zusammen mit 30 weiteren Kooperationsunternehmen am Forschungsprojekt ÖKORADAR. Das Internetportal ÖKORADAR soll als Prototyp eines betrieblichen Früherkennungssystems dazu beitragen, dass Unternehmen umweltbedingte, technische, politische und ökonomische Risiken – aber auch Marktchancen – schneller erkennen und besser einschätzen können. Nähere Infos dazu über www.oekoradar.de.

Parallelveranstaltung Rio-Folge-Konferenz in Johannesburg:

Auf dem 7. Internationalen Wirtschaftsforum der Carl Duisberg Gesellschaft, einer offiziellen Parallelveranstaltung des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung, präsentierte memo sein speziell entwickeltes, firmeneigenes Informationssystem als zukunftsweisenden Strategieansatz und Instrument für nachhaltiges Wirtschaften.



2003: Fördermitglied FSC

Seit Anfang 2003 ist die memo AG Fördermitglied der 1997 gegründeten deutschen Arbeitsgruppe des FSC (Forest Stewardship Council). Mit dem FSC-Siegel werden solche Betriebe ausgezeichnet, die sich einem von FSC ausgearbeiteten Kriterienkatalog für nachhaltige Waldbewirtschaftung sowie regelmäßigen Kontrollen unabhängiger Zertifizierer unterwerfen.

Teilnahme an SINA:

Der Verein zur Förderung der Ökologie im Bildungsbereich e.V. ist Träger des Projektes „Nachhaltigkeitsaudit an Schulen – Entwicklung, Erprobung und Durchsetzung eines schulischen Auditierungsverfahrens“. Das Vorhaben wird von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt über 3 Jahre gefördert. memo unterstützt SINA (Schulische Indikatoren für Nachhaltigkeitsaudit) durch beratende Tätigkeit im Projektbeirat.



FSC
FSC-DEU-0049
FSC Trademark ©
1996 Forest Stewardship
Council A.C.

NACHHALTIGKEIT BEI MEMO

Nachhaltigkeit oder nachhaltige Entwicklung – was genau ist das eigentlich?

Die Suche nach einer einheitlichen Definition bleibt ergebnislos. Denn noch nicht einmal die Wortwahl ist durchgehend identisch. Die Rede ist von „dauerhafter Entwicklung“, „Zukunftsfähigkeit“ aber auch von „Sustainability“ und „Sustainable Development“. Grund dafür ist, dass gesellschaftliche Hintergründe und Wertvorstellungen das jeweilige Bild der Nachhaltigkeit prägen.

Versuch einer Begriffserklärung

Die Diskussion darum, was Nachhaltigkeit bedeutet und was demnach in einem Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht werden sollte ist daher weitgehend offen.

Die bekannteste übergreifende Definition von nachhaltiger Entwicklung tauchte erstmals im Bericht der **Brundtland-Kommission** auf. Im Auftrag der UN hat sich 1987 die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, unter dem Vorsitz der damaligen norwegischen Ministerpräsidentin Brundtland, mit der Thematik einer globalen zukunftsfähigen Entwicklung befasst.

Dort wird nachhaltige Entwicklung wie folgt definiert: „Dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“

Im Gegensatz zur Brundtland-Kommission berücksichtigen **Bundesregierung und Bundesumweltministerium** in einer gemeinsamen Definition auch ausdrücklich die drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales.

„Das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung steht für ein Konzept, das die Verbesserung der ökonomischen und sozialen Lebensbedingungen der Menschen mit der langfristigen Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen in Einklang bringt. Der Schutz der Umwelt darf danach nicht am Ende stehen, sondern muss integraler Bestandteil jeder Entwicklung sein. Nachhaltige Entwicklung erfordert die Berücksichtigung ökologischer wie auch ökonomischer und soziokultureller Faktoren im nationalen wie auch im globalen Rahmen.“

Quelle:
Mathieu, Petra
Unternehmen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise, 2002.
Herausgeber:
Hübner, Reese, Weise, Winand,
Seite 11/12.

Unternehmensphilosophie

1. Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg ist das Ziel jeder unternehmerischen Tätigkeit. Wir erreichen dieses Ziel nur, wenn **unsere Kunden mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufrieden sind** und ...

2. ... **unsere Mitarbeiter sich im Unternehmen wohl fühlen, die Ziele des Unternehmens mittragen und sich aktiv einbringen.**

Die Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Wir betrachten und behandeln sie als **gleichwertige Partner**, die Unternehmenspolitik und -ziele mitbestimmen. Sämtliche Geschäftsprozesse und Unternehmensziele werden allen Mitarbeitern regelmäßig transparent gemacht. Allen fest angestellten Mitarbeitern wird eine Unternehmensbeteiligung angeboten, wodurch sie auch am wirtschaftlichen Erfolg partizipieren können.

3. **Die Organisationsstruktur unseres Unternehmens ist stark dezentralisiert.** In das Managementsystem sind alle Mitarbeiter aktiv eingebunden und für Sicherung von Qualität und Umwelt in ihrem Aufgabebereich selbst verantwortlich. Alle erforderlichen materiellen und immateriellen Mittel zur Erfüllung dieser Aufgaben stellt die Geschäftsleitung zur Verfügung.

4. **Qualität und Ökologie bilden für uns eine Einheit.** Sie sind Basis unseres unternehmerischen Handelns und der Kern aller Investitionsentscheidungen und betrieblichen Abläufe. **Unser Grundsatz lautet: Vermeiden vor Verwerten, Verwerten vor Entsorgen.**

5. Unser Unternehmen verstehen wir als wertschöpfende Schnittstelle zwischen Lieferanten/Herstellern und Kunden, beide sind unsere Partner. **Auch bei ihnen wollen wir ökologisches Verhalten fördern.**

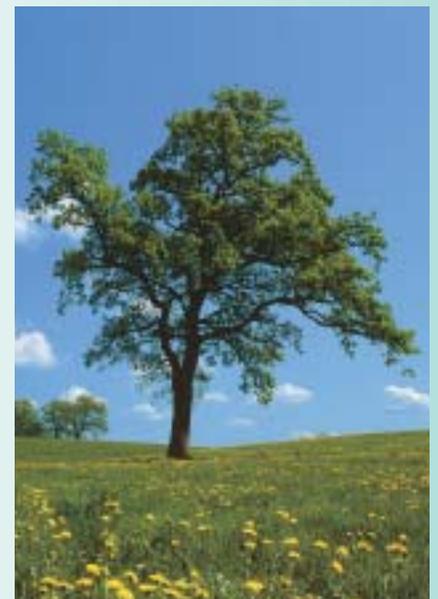
6. Unseren Kunden bieten wir **qualitativ hochwertige, ökologisch sinnvolle und langlebige Produkte zu einem marktfähigen Preis** sowie alle für eine Kaufentscheidung relevanten Informationen. Im Zentrum unserer Kommunikation mit den Kunden und der Öffentlichkeit steht eine offene, umfassende Informationspolitik.

7. Durch systematische Erfassung der Kundenwünsche, strategische Sortimentsgestaltung und kontinuierliche Analyse und Bewertung aller Unternehmensprozesse erhalten und **verbessern wir fortlaufend die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen.**

8. **Wir verpflichten uns zur Einhaltung aller für unser Unternehmen relevanten Umweltgesetze und Verordnungen und zur kontinuierlichen Reduzierung von Umweltbelastungen.**

9. Alle qualitäts- und umweltrelevanten Prozesse und Maßnahmen werden dokumentiert. Diese Festlegungen werden in **regelmäßigen Abständen im Rahmen von Audits auf Anwendung und Wirksamkeit überprüft und verbessert.**

10. Ziel ist die ständige Verbesserung aller Prozesse und Aktivitäten im Unternehmen durch ein **integriertes Managementsystem.**



Managementsystem : memo

Was bedeutet Nachhaltigkeit für memo?

Ein Blick in die Unternehmensphilosophie der memo AG zeigt, dass ökologische, ökonomische und soziale Aspekte schon seit jeher gleichberechtigt im Mittelpunkt unseres unternehmerischen Handelns stehen.

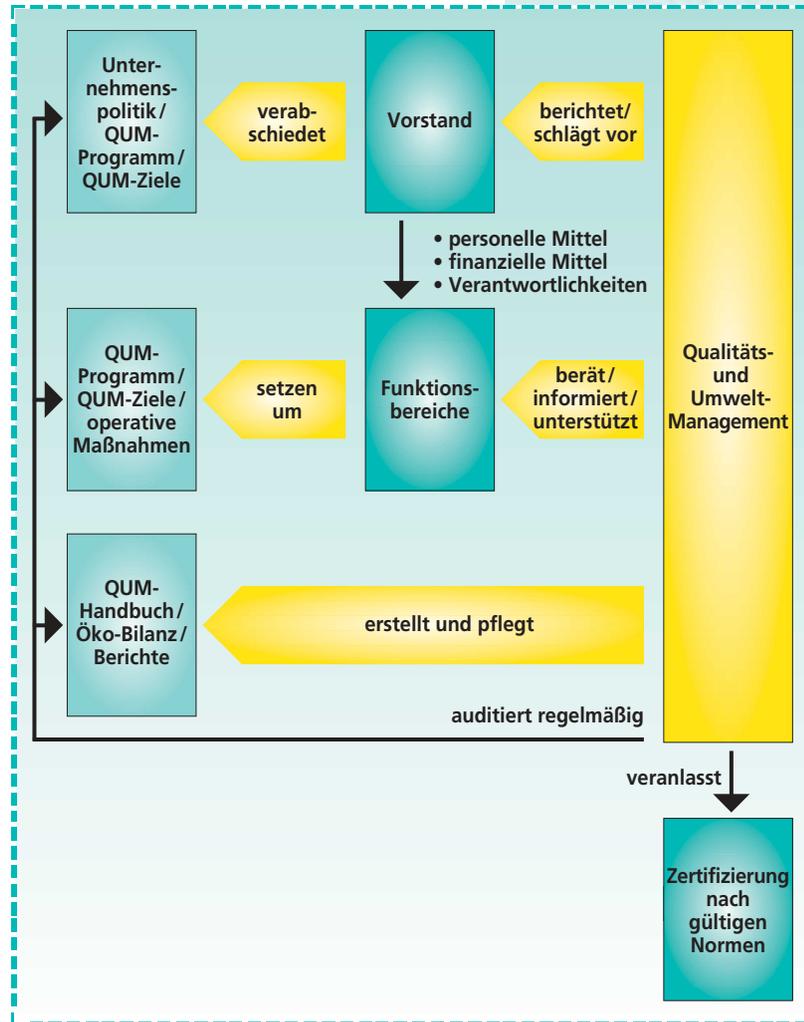
Nachhaltige Entwicklung ist für memo keine statische Angelegenheit! Vielmehr gilt: Der Weg ist das Ziel!

Für memo erweitert sich das Prinzip der Nachhaltigkeit um eine weitere, vierte Dimension – die Qualität. Ökologische und qualitative Aspekte sind für uns untrennbar miteinander verbunden.

Um unsere Visionen von Nachhaltigkeit zu verwirklichen ist die Richtung entscheidend, die auf dem Weg dorthin eingeschlagen wird. Dabei sind wir stets bemüht die Schritte klein und überschaubar zu halten. Denn es geht um die Annäherung an eine nachhaltige Wirtschafts- und Lebensweise, deren Leitbild sich im Laufe der Zeit stets weiterentwickelt und Veränderungen unterliegt.

Qualitäts- und Umweltziele stehen bei memo gleichrangig neben den betriebswirtschaftlichen und sozialen Zielen.

Mit Hilfe unseres integrierten Managementsystems können wir ökologische, qualitative, soziale und ökonomische Aspekte miteinander in Einklang bringen und im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses weiter entwickeln.



Die Zertifikate für Qualitäts- und Umweltmanagement.

Kontinuierliche Verbesserung

Kern unseres Managementsystems sind im Wesentlichen drei Instrumente:

Im Rahmen halbjährlich stattfindender **Audits** mit den einzelnen Funktionsbereichen prüfen wir die Wirksamkeit und den Erfolg unseres Managementsystems.

Jährlich erstellen wir eine **Umweltbilanz**, in der alle relevanten eingehenden Energie- und Stoffströme (Input) den ausgehenden (Output) gegenübergestellt werden und bewerten diese über geeignete Kennzahlen.

Zum Jahresbeginn beurteilen wir den Erfolg durchgeführter Maßnahmen und die Funktionsfähigkeit des Managementsystems im Rahmen einer **Systembewertung**.

Auf Basis dieser Kennzahlen und Ergebnisse verabschieden wir neue Ziele und Maßnahmen.

Der Systembewertungsbericht, die Umweltbilanz, Ziele und Maßnahmen werden allen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt und gemeinsam diskutiert. Jeder Mitarbeiter besitzt so die Möglichkeit das Managementsystem aktiv mit zu bestimmen.

Unsere Audits dienen vor allem dazu, aktuelle Problemstellungen gemeinsam zu diskutieren und geeignete Verbesserungsmaßnahmen zu definieren.

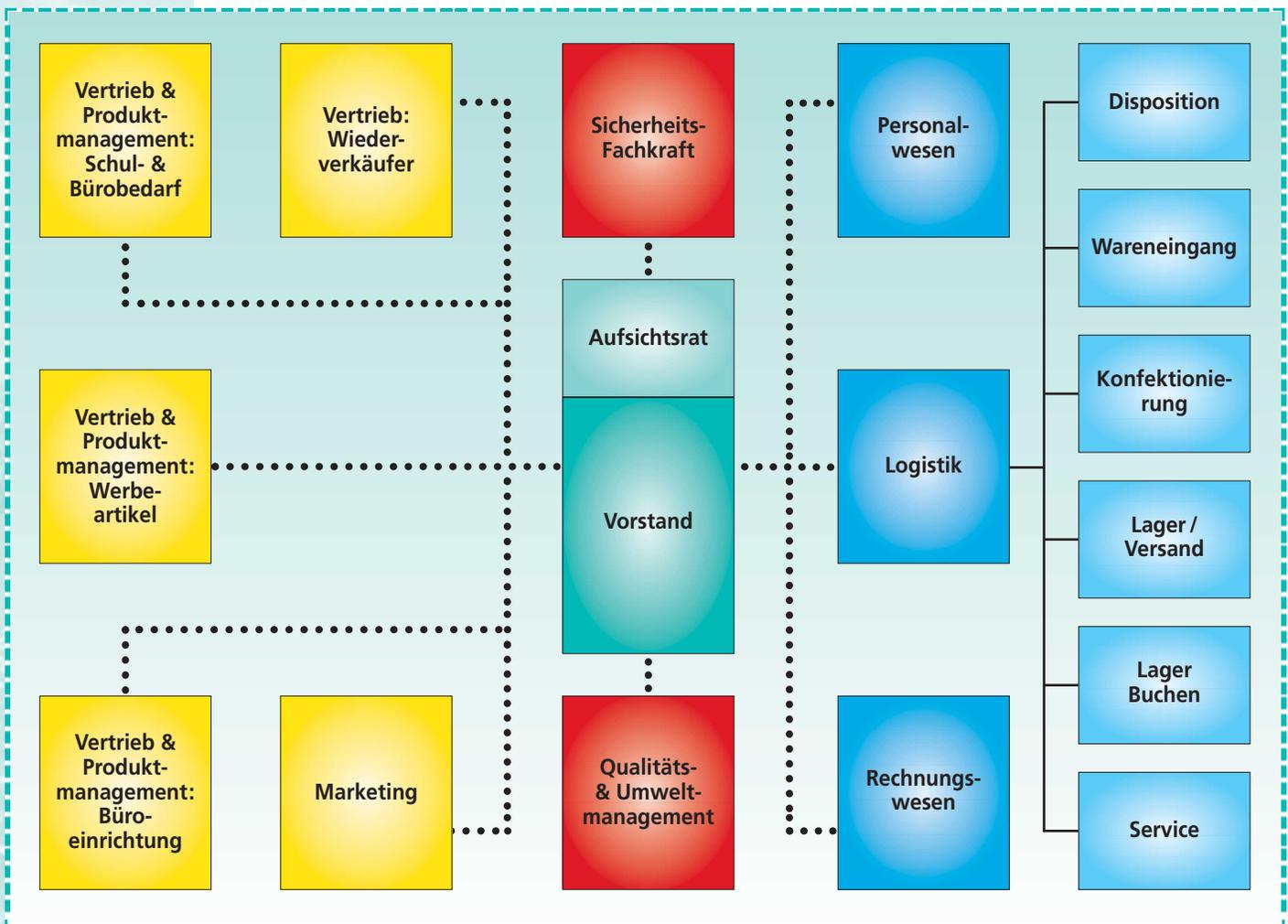
UNSERE MITARBEITER

Das Herz unseres Managementsystems sind engagierte und motivierte Mitarbeiter, die sich im Unternehmen wohl fühlen, sich mit den Visionen und Zielen des Unternehmens identifizieren können und sich aktiv einbringen.

Die flache Organisationsstruktur unseres Unternehmens fördert die Teamarbeit und Prozessorientierung. Jedes Team agiert als eigenverantwortlicher Dienstleister. Eine durchgängige Orientierung an den Wünschen der Kunden, ohne Unterscheidung ob intern oder extern, sichert eine ganzheitliche Qualität unserer Leistungen.

Jede Führungskraft besitzt neben der fachlichen auch eine soziale Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern.

Das memo-Team auf einen Blick.



Das Organigramm der memo AG.



Transparenz der Geschäftsprozesse

Die Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Die Geschäftsleitung betrachtet sie als gleichwertige Partner, die Unternehmenspolitik und Ziele mitbestimmen.

Voraussetzung dafür ist eine offene Informationspolitik gegenüber allen Mitarbeitern.

Sämtliche Unternehmensziele, Maßnahmen und Kennzahlen der Geschäftsentwicklung werden deshalb allen Mitarbeitern transparent gemacht. Im Rahmen regelmäßiger Personalversammlungen besteht die Möglichkeit, Probleme und Fragestellungen direkt an die Geschäftsleitung heran zu tragen und Entscheidungsprozesse aktiv mit zu gestalten.

Die Ergebnisse einer Umfrage unter den Mitarbeitern belegen, dass eine offene Informationspolitik als sehr wichtig erachtet wird und diese Leistung nach Ansicht der Mitarbeiter von memo auch zur vollen Zufriedenheit erfüllt wird.

	Ist dem Mitarbeiter wichtig	Bei memo erfüllt zu
Umfassende Information zum Firmengeschehen	93,3 %	100,0 %
Klarheit der Unternehmensziele	100,0 %	100,0 %
Echte Mitsprachemöglichkeiten	86,6 %	80,0 %



Monatlich werden die Mitarbeiter über das Firmengeschehen informiert.

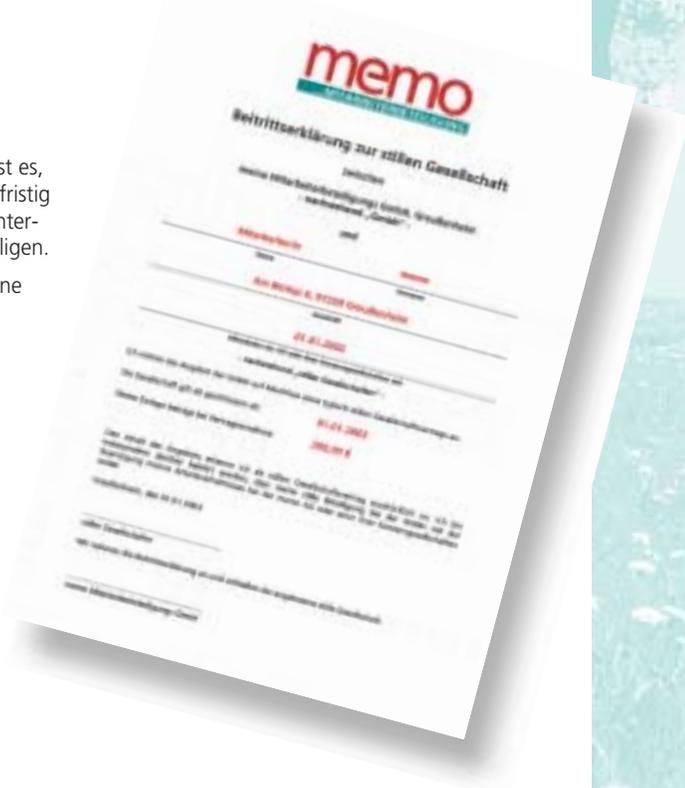


Mitarbeiterbeteiligung

Eine unserer Unternehmensvisionen ist es, alle fest angestellten Mitarbeiter langfristig am wirtschaftlichen Erfolg und am Unternehmenswert der memo AG zu beteiligen.

Eigens zu diesem Zweck haben wir eine Mitarbeiter-Beteiligungsgesellschaft gegründet, welche an der memo AG beteiligt ist.

Nach einem Jahr der Betriebszugehörigkeit kann jeder Mitarbeiter dieser als stiller Gesellschafter beitreten. Jährlich stellt memo den Mitarbeitern einen vom Gehalt abhängigen Betrag zur Einzahlung in die Beteiligungsgesellschaft zur Verfügung. Diese Einlage wird mit einem vom Unternehmenserfolg abhängigen Rendite, jedoch mindestens mit einem garantierten Zinssatz vergütet.



GEBÄUDE, ANLAGEN UND ARBEITSPLATZGESTALTUNG

Der Wintergarten im Bürotrakt bietet Freiraum für erholsame Pausen.

Ein angenehmes Arbeitsumfeld trägt entscheidend zur Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter bei.

Firmengebäude, Außenanlagen und Arbeitsplatzqualität sind deshalb für memo entscheidende Aspekte einer nachhaltigen Wirtschaftsweise.



Firmengebäude und Außenanlagen

Ausschlaggebend für die Wahl unseres Firmenstandortes war vor allem die hervorragende ökologische Referenz der Gemeinde Greußenheim.

1995 verlegten wir unseren Firmenstandort vom Würzburger Stadtgebiet in ein Gewerbegebiet nahe der Gemeinde Greußenheim, ca. 15 km westlich von Würzburg.

In den verantwortlichen Stellen fanden wir Partner, die uns bei Planung und Bau eines Firmengebäudes nach besonders menschen- und umweltverträglichen Kriterien unterstützten.

PVC wird lediglich bei Teilen der Verkabelung eingesetzt. Der Parkettboden ist mit lösemittelhaltigen Klebstoffen verarbeitet, da wir kein Unternehmen finden konnten, das für eine alternative Verarbeitung eine Gewährleistung im Schadensfall übernahm.

Auf dem Flachdach aus Stahl wurde eine Dachbegrünung vorgenommen. Als Dämmstoff verwenden wir FCKW-freies Styropor.

Nach Beendigung des 2. Bauabschnitts stehen uns nun ca. 1500 m² Nutzfläche im Bürotrakt und ca. 4000 m² Nutzfläche im Lagertrakt zur Verfügung.

Durch den Anbau konnten wir die Arbeitsplatzqualität sowohl im Lager- als auch im Verwaltungsbereich weiter optimieren. Aufgrund des Unternehmenswachstums der letzten Jahre war eine Erweiterung der nutzbaren Fläche zwingend erforderlich.

Für das Gebäude in Greußenheim haben wir ausschließlich umweltverträgliche und recycelbare Materialien eingesetzt, die keinerlei gesundheitsgefährdende Stoffe wie z. B.

Formaldehyd oder Mineralwolle enthalten. Die Verwendung von Problemstoffen wie PVC oder organischen Lösemitteln wurde ebenfalls fast komplett vermieden.



Letzte Arbeiten an der Dachbegrünung.

Im Lagerbereich werden Deckenstrahlplatten als Heizelemente eingesetzt. Bei hohen Räumen wird mit dieser Technik bereits bei niedrigen Temperaturen eine angenehme „gefühlte Temperatur“ erzeugt. Auf diese Weise werden Energiekosten eingespart. Zusätzlich kann die Heizung in verschiedenen Gebäudezonen separat gesteuert werden.

Im Januar 1997 haben wir am Standort Buchen im Odenwald ein 1152 m² großes Lager angemietet, über welches wir seit dieser Zeit die komplette Logistik unserer Büromöbel steuern.

Die Einrichtung unseres Außenlagers haben wir ebenfalls nach ökologischen Kriterien geplant. Der Einfluss auf das Mietobjekt selbst ist jedoch naturgemäß begrenzt.



Unsere neuen Büroräume im Rohbau.

Die Gartenanlage unseres Firmengeländes in Greußenheim ist mit einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt.

Bei schönem Wetter können die Pausen im Garten oder auf der Terrasse verbracht werden. Eine großzügige Rasenfläche kann für sportliche Aktivitäten genutzt werden.

Verschiedene Wildblumen sind in unserem Garten zu finden.



Die Wiese vor der Terrasse lädt zu Ballspielen ein.

Direkt an unser Firmengelände angrenzend hat die Gemeinde Greußenheim vor zwei Jahren ein kleines Biotop errichtet. Neben vielen heimischen Pflanzen haben sich inzwischen Wildenten und Frösche häuslich in dem Biotop eingerichtet. Ein Reiher ist ein immer wieder gern gesehener Gast.

Die unbebaute, versiegelte Bodenfläche unseres Firmenstandortes dient vor allem dem Be- und Entladeverkehr und als Stellfläche von Abfallsammelcontainern. Eine Entstehung von Altlasten wird durch die Versiegelung dieser Bodenflächen vorbeugend vermieden.

Art	Bestand 2000	Bestand 2001	Bestand 2002
Gesamtfläche (m²)	15479	16631	16631
Gesamtfläche, Greußenheim	14327	14327	14327
Grünfläche, Greußenheim	6361	6361	6361
Überbaute Fläche, Greußenheim	3570	3570	3570
Versiegelte Fläche, Greußenheim	4396	4396	4396
Gesamtfläche, Buchen	1152	2304	2304
Gebäude (Nutzfläche, m²)	6676	7828	7828
Lager Greußenheim	4031	4031	4031
Verwaltung	1493	1493	1493
Lager Buchen	1152	2304	2304

Auszug aus der Umweltbilanz 2002.

Im Jahr 2002 wurde die während des Neubaus ermittelte Planfläche von einem Architekten detailliert vermessen. Der geänderte Flächenbestand ist in der Ökobilanz 2002 korrigiert.

Das angrenzende Biotop der Gemeinde Greußenheim bietet...



...eine Heimat für viele Pflanzen und Tiere.





Arbeitsplatzgestaltung

Um eine angenehme Atmosphäre in den Büroräumen zu erzeugen, sind die Arbeitsplätze großzügig geplant und bieten viel Freiraum für eine individuelle Gestaltung des eigenen Umfelds.

Großzügige Fensterflächen in den Büroräumen und zusätzliche Oberlichter im Lagerbereich schaffen eine angenehme Tageslichtatmosphäre und reduzieren den Einsatz von Beleuchtungsenergie. Verwendet werden ausschließlich Tageslichtspektrum-Leuchten mit elektronischen Vorschaltgeräten (EVG). Durch das EVG wird der Energieverbrauch um ca. 25 % gesenkt und die Lebensdauer der Lampen wesentlich verlängert.



Arbeitssicherheit

Integraler Bestandteil unseres Managementsystems ist die Gewährleistung der Arbeitssicherheit in unserem Unternehmen.

Negative Umweltauswirkungen oder Arbeitsunfälle können in unserem Unternehmen eher selten auftreten. Als reiner Handelsbetrieb besitzen wir keine Maschinen und Anlagen mit großem Gefahrenpotenzial und setzen nur geringe Mengen an Gefahrstoffen ein. Dennoch analysieren wir mögliche Notfallsituationen systematisch, um möglichen Unfällen vorzubeugen.

Neben der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen, wie z. B. regelmäßige Geräteprüfungen durch unabhängige Gutachter, sorgen vor allem wiederkehrende Schulungen und Einweisungen sowie fest definierte Verhaltensregeln für die Sicherheit der Mitarbeiter.

So liegen die meldepflichtigen Arbeitsunfälle unter dem Branchendurchschnitt und belegen den Erfolg unserer Arbeitssicherheitsmaßnahmen.

Mit hochwertigen und gesundheitsverträglichen Einrichtungen schaffen wir in unseren Büroräumen eine angenehme Arbeitsatmosphäre und entlasten nachhaltig die Umwelt.

Alle Arbeitsplätze werden ausschließlich mit Möbeln und Stühlen aus unserem eigenen Produktsortiment ausgestattet.

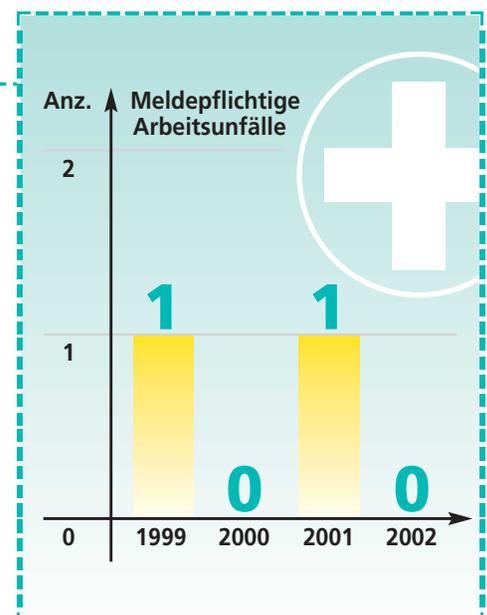
Mindestanforderungen für alle Möbel sind:

- hohe Qualität und lange Lebensdauer
- ressourcenschonende Herstellung aus wenigen, sortenrein trennbaren Materialien
- problemlose Recycling- bzw. Entsorgungsmöglichkeiten
- möglichst umfangreicher Einsatz von Natur- und Recyclingmaterialien
- strengste Anforderungen an die Emissionsarmut von Werkstoffen und Oberflächenbehandlung
- bevorzugt werden lokale, bzw. europäische Lieferanten, um Umweltbelastungen durch Transport zu reduzieren

Unsere Bildschirmarbeitsplätze erfüllen die gesetzlichen Bestimmungen. Emissionen von gesundheitsgefährdenden Stoffen, Strahlungen oder Lärm, die während des Betriebs der Geräte auftreten können, werden nach den gesetzlichen Richtlinien der Arbeitssicherheit minimiert.



Eine Bilanz, die sich sehen lassen kann.





Aus- und Weiterbildung

Wir wollen die Zukunft unseres Unternehmens aktiv gestalten!

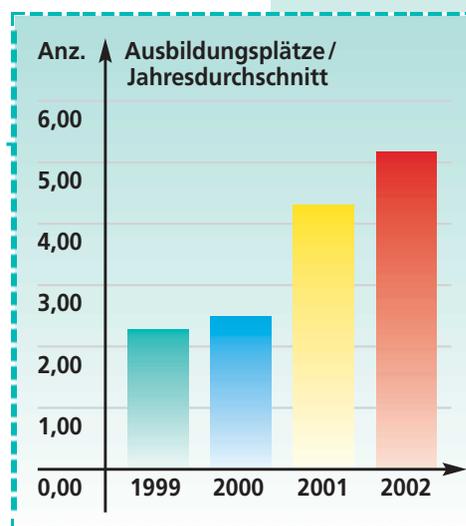
Deshalb ist es unser Ziel, junge Menschen im Rahmen ihrer Ausbildung bei uns zu fördern und sie für die Visionen unseres Unternehmens zu begeistern. Neben der Vermittlung fachlicher Qualifikationen unterstützen wir bei unseren Auszubildenden den eigenverantwortlichen Umgang mit ökologischen und sozialen Problemstellungen.

Entgegen der volkswirtschaftlichen Entwicklung hat memo die Anzahl der Ausbildungsplätze im Unternehmen in den letzten Jahren kontinuierlich ausgeweitet. Trotz schlechter allgemeiner Wirtschaftslage schaffen wir Arbeitsplätze und fördern so die regionale konjunkturelle Entwicklung.

Unsere „frisch-gebackenen“ Meister für Lagerwirtschaft.



Seit 1999 haben wir die Anzahl der Ausbildungsplätze verdoppelt.



Auch langjährige memo-Mitarbeiter unterstützen wir durch geeignete Fortbildungsmaßnahmen. Beispielsweise haben in den letzten beiden Jahren zwei Mitarbeiter ihre Ausbildung zum Meister für Lagerwirtschaft erfolgreich abgeschlossen. Drei Mitarbeiter haben sich zum Handelsfachwirt/-in weitergebildet.

Handelsfachwirte mit Auszeichnung.



Schulungen und Informationsveranstaltungen

Durch die Teilnahme an internen und externen Schulungen zu verschiedensten relevanten Themengebieten entwickeln unsere Mitarbeiter ihre Leistungsfähigkeit in ihren Verantwortungsbereichen ständig weiter.

Im Mittelpunkt stehen regelmäßige Informationsveranstaltungen zu allen Produktbereichen aus unserem Sortiment. Diese garantieren, dass unsere Mitarbeiter über das notwendige Know-how für eine kompetente Produktberatung verfügen.

Die Veranstaltungen sind mittlerweile so beliebt, dass selbst Mitarbeiter ohne direkten Kundenkontakt daran teilnehmen, um sich Hintergrundwissen zu interessanten Themen, wie beispielsweise den richtigen Einsatz von Energiesparlampen, Bleichverfahren von Papier, Recycling von Kunststoffprodukten und vieles mehr anzueignen.

Darüber hinaus wollen wir bei unseren Mitarbeitern nachhaltiges Verhalten in anderen Lebensbereichen, unabhängig vom Arbeitsplatz, fördern.

Im Jahr 2003 haben wir ein eco-Fahrseminar für interessierte Mitarbeiter durchgeführt und finanziell unterstützt.

Die erste Gruppe hat ihr Fahrtraining erfolgreich abgeschlossen.



Reges Interesse besteht an unseren internen Informationsveranstaltungen.



Beteiligt haben sich – übrigens ausschließlich freiwillig – 22 memo-Mitarbeiter. Am Ende des Kurses waren alle „Fahrschüler“ ebenso verblüfft über die Ergebnisse wie zufrieden. Durchschnittlich 19 % Sprit sind mit der veränderten Fahrweise bei den Übungsfahrten eingespart worden – und das bei höheren Durchschnittsgeschwindigkeiten gegenüber der gewohnten Fahrweise. Ganz nebenbei werden durch den Eco-Fahrstil die Umweltschadstoffe reduziert, der Verkehrslärm drastisch gemindert und der Stress beim Fahren verringert.

Die Umsetzung der Eco-Fahrweise in den Alltag bestätigen die Teilnehmer als problemlos. Innerhalb von 2 bis 3 Tagen ist sie auf regelmäßige gefahrenen Strecken fast schon Routine.

DIE SORTIMENTSGESTALTUNG

Wer im Einkauf auf ökologische Kriterien achtet, zählt langfristig auch kaufmännisch zu den Gewinnern – das ist unsere feste Überzeugung. Gerade momentan – in wirt-

schaftlich schwierigeren Zeiten – spüren wir eine Rückbesinnung auf bewährte Klassiker, werden Einsparpotenziale durch Nachfüll-Lösungen und intelligentes Recycling wieder stärker genutzt.

Als Versandhandelsunternehmen können wir an der Schnittstelle zwischen Lieferanten/ Herstellern und Kunden einen enormen Beitrag zu mehr Umweltverträglichkeit in der Produktion und mehr Umweltbewusstsein leisten.

Bei der Produktauswahl wenden wir eine ganzheitliche, seriöse Bewertung an, frei von jeder ideologischen Färbung in die eine oder andere Richtung, allerdings geprägt von einem hohen Qualitätsanspruch. Viele Produktbereiche wurden in jahrelanger, oft detektivischer Kleinarbeit durchforstet. So entstand ein überzeugendes Komplettsortiment mit den jeweils ökologisch sinnvollsten Artikeln – ein Sortiment mit Zukunft, für einen gesunden und motivierenden Arbeitsplatz.

Langfristig stabile und marktgerechte Preise erleichtern die Einkaufsplanung. Deshalb sind die durchweg marktgerechten Preise unserer umfangreichen Standard-Produktpalette im Gesamtkatalog ein komplettes Jahr gültig.



Im Gesamtkatalog finden Sie das Komplettsortiment an Büro- und Schulbedarf, Büromöbeln und Werbeartikeln.



Die wichtigsten Kriterien für die Produktauswahl sind:

- marktgerechter Preis
- ressourcenschonende Herstellung
- langlebige, hohe Qualität
- hohe Praxistauglichkeit
- keine gesundheitliche Belastung des Menschen
- keine bzw. möglichst niedrige Umweltbelastung bei Herstellung und Entsorgung
- Recyclingfähigkeit, bzw. problemlose Rückführung in natürliche Kreisläufe
- möglichst kurze Transportwege
- Art der Verpackung
- Rücknahme verbrauchter Produkte durch den Lieferanten

Vor der endgültigen Aufnahme ins Sortiment führen wir anhand von Mustern umfassende Produkttests durch. Umfang und Prüfkriterien sind abhängig von der Komplexität des Produktes. Bei Bedarf ziehen wir externe Berater oder Ergebnisse neutraler Tests und Untersuchungen unterstützend hinzu.

Falls ein Produkt grundsätzlich sehr gut geeignet ist, jedoch geringfügige, verbesserungsfähige Abweichungen zu unseren Kriterien besitzt, versuchen wir zusammen mit dem Lieferanten eine Problemlösung zu finden und das Produkt gemeinsam gemäß unseren Beschaffungskriterien zu optimieren.

Durch den ständigen Kontakt mit unseren Lieferanten nutzen wir die Möglichkeit, Erfahrungen über die Produkte gegenseitig auszutauschen und können Verbesserungen und Neuentwicklungen von Produkten gezielt durchführen.

memo-Beschaffungskriterien (Stand 05/2007)		memo	
Produktbereich: Alle Kriterien			
C. Papier/ Pappe			
C.1. Wird bei dem Artikel Papier/ Pappe eingesetzt?	Ja	Nein	Weiter auf
C.2. Wird das Papier aus Holz-Einschleiers Holz geerntet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-0,1
C.2.5. Aus welchem Herkunftsland kommt das Holz?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-0,4
Umwelt/Ökologie			
C.2.2. Stammen die eingesetzten Holz aus nachhaltiger Waldwirtschaft?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-0,1,3
Wählen die nachfolgenden Waldwirtschaftspraxisparameter und eingestuft:			
- FSC-Zertifizierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- PEFC (Pew-Gruppe) oder FSC-Zertifizierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Sonstige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Bild legen Sie die entsprechenden Zertifikate bei!			
C.2.3. In welchen weiteren Gütergruppen kommen ähnliche Arten der Holzgewinnung vor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-0,1,3
Bitte legen Sie die entsprechenden Zertifikate bei!			
C.2.4. Welchen Produktionsverfahren sind eingestuft?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Mechanisches Holzschliffverfahren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Thermomechanisches Verfahren (TMP)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Chemomechanisches Verfahren (CTMP)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Chemisches Holzschliffverfahren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Sonstige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C.3. Sind Verordnungen zur Wasserrückgewinnung getroffen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Falls ja, welche? (Bitte Informationsblätter beifügen!)			
C.4. Wird Abpapier verwendet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wird Papier/ Pappe eingepreist? %			
C.5. Mit welchem Verfahren wird das Papier gebleicht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C.5.1. Chlorbleiche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C.5.2. Bleiche mit Chlorsäure (ECF-Verfahren)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C.5.3. Bleiche mit Wasserstoffperoxid oder Sauerstoff (TCF-Verfahren)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C.5.4. Das Papier wird nicht gebleicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C.6. Wird bei der Herstellung (EP/A/D) (Sonderanforderungen) verwendet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C.7. Werden schwermetallhaltige Druckfarben eingesetzt? (gemäß Anlage II)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C.8. Wird das Papier mit einem UV-Stabilisator ausgestattet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-0,1
C.8.5. Welches der nachfolgenden Herstellungsverfahren liegt vor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Wasser-Lösungsverfahren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Nucleo-Son	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Energiefreie Druckverfahren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Sonstige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Bild legen Sie die entsprechenden Zertifikate bei!			

Auszug aus den memo-Beschaffungskriterien.



Eigenmarken : memo

memo Markenprodukte

Die Anzahl von Produkten mit dem memo-Logo wächst ständig. memo-Markenprodukte erfüllen besonders hohe ökologische Standards, um Mensch und Umwelt bei Herstellung, Gebrauch und Verwertung geringstmöglich mit Schadstoffen zu belasten. Erstklassige Qualität, überzeugende Gebrauchseigenschaften, klare Produktdeklarationen und nicht zuletzt ein attraktiver Preis zeichnen jedes memo-Markenprodukt aus.

Weitere Informationen über memo Markenprodukte finden Sie im Internet unter www.memoworld.com



Unser Ziel ist es, das Angebot an Eigenmarken-Produkten stetig zu erweitern und über zusätzliche Vertriebskanäle den Marktanteil nachhaltiger Produkte zu erhöhen.

Beispiele für memo Markenprodukte:

- Spiralblocks, Schreibblocks und Notizzettelspender aus 100 % Recyclingpapier
- memo-notes: lösemittelfrei beschichtete Haftnotizen aus 100 % Recycling-Material, in drei Größen, auf Rolle und in zwei Farben. Dazu kunststoff-freie Marker in 4 Ausführungen

- memo Recycling-Papiere: ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“. Mit optimalen Laufeigenschaften (DIN EN 12281) auf Kopierern, Laser- und Inkjet-Druckern sowie höchste Alterungsbeständigkeit (DIN 6738 - LDK 24-85)
- Ordnungsmappen, Eckspanner, Klemm-Mappen und Multifunktionsmappen aus farbigem Recyclingkarton
- farbenfrohe Color-Ordner, ganz ohne Verwendung von Kunststoffmaterialien oder Beschichtungen
- memo-REG, die Hängeregistratur aus 100 % Recyclingkarton mit chlorfreiem Universal-Reitersystem
- kompatible und wiederbefüllte Inkjet-Druckköpfe sowie Recycling-Tonermodule mit extra großem Füllvolumen
- Disketten im Bigpack ohne unnötiges Verpackungsmaterial, natürlich mit Recycling-Etiketten
- Hartseifen aus 100 % reinem Pflanzenöl. Ohne Konservierungsstoffe, optische Aufheller und synthetische Farbstoffe. Biologisch leicht abbaubar nach OECD-Methode



memo Kopier- und Drucketiketten

Aus 100 % Recyclingmaterial – ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ –

Von der Vision zum Produkt:

Diese ökologisch besonders konsequenten Etiketten in erstklassiger Qualität erhalten Sie ausschließlich bei memo.

Schon seit Jahren hatten wir den Wunsch Kopier- und Drucketiketten unter unserem eigenen Namen anzubieten. Gegenüber den bisher von uns vertriebenen Etiketten sollten diese höheren Anforderungen gerecht werden hinsichtlich:

- **Ökologie**
(100 % Recyclingmaterial, Klebstoffe)
- **Qualität**
(Laufeigenschaften, Klebeeigenschaften)
- **Herstellung**
(Regionale, emissionsarme Fertigung)
- **Ökonomie**
(Die hohen Preise von anderen Recycling-Etiketten verhinderten die Eroberung eines höheren Marktanteils).

Trotz intensiver Bemühungen konnten wir jedoch keinen unserer Lieferanten überzeugen, zusammen mit uns ein derartiges Produkt zu entwickeln. Die einen konnten kein Recyclingmaterial verwenden, andere scheuten die ökonomischen Risiken.

Wir standen bereits kurz davor, das Projekt zu den Akten zu legen, als uns im April 2002 ein Hersteller von Papier-Produkten kontaktierte, der uns bis dahin unbekannt war.

Die von ihm angebotenen Produkte führten wir schon von anderen Lieferanten im Sortiment, jedoch stellten wir bei einem Gespräch fest, dass dieser Lieferant über modernste Kapazitäten in der Etikettenfertigung verfügte. Natürlich berichteten wir ihm sofort von unserer Vision zu den Kopier- und Drucketiketten!

Der Anbieter war spontan überzeugt von der Idee und entschied sich, die Etiketten zusammen mit uns zu entwickeln. Die Anforderungen an die Herstellung waren nach Angaben des Lieferanten bereits gegeben, da ausschließlich in Deutschland unter hervorragenden Bedingungen gefertigt wird. Bei einem späteren Besuch konnten wir uns davon vor Ort überzeugen und wurden in allen Belangen bestätigt.

In den nächsten Monaten führte unser Lieferant intensive Recherchen durch, um geeignete Grundmaterialien für die Etiketten ausfindig zu machen.

Im gleichen Zeitraum analysierten wir die am Markt benötigten Formate, die optimalen Stanzformen und erarbeiteten eine Musterkalkulation, um unseren Kunden ein wirklich attraktives Angebot machen zu können. Ende Juli 2002 war es dann soweit.



memo Druck- und Kopieretiketten erhalten Sie in 22 universellen Formaten für fast jeden Anwendungszweck. Der lösemittelfreie Kleber ist auch für Lebensmittelverpackungen zugelassen.

Alle Grundmaterialien waren festgelegt, erste Prototypen gefertigt und Qualitätstests erfolgreich durchgeführt.

Die memo-Etiketten bestehen aus:

Obermaterial:

100 % Recycling-Papier ohne optische Aufheller, 80er Weißegrad

Trägermaterial:

100 % Recycling-Papier ohne optische Aufheller, völlig ungebleicht

Klebstoff:

Lösungsmittelfreier Acrykleber, geeignet für Lebensmittelverpackungen

Verpackungsmaterial:

100 % Recycling-Graukarton mit 650 g/m², bezogen mit 100 % Recycling-Papier

Farbe für Verpackung:

Offset-Druckfarbe aus organischen und anorganischen Pigmenten

Da alle wesentlichen Material-Bestandteile die Vergaberichtlinien für das Umweltzeichen „Blauer Engel“ nach RAL-UZ-14 für „Recyclingpapier“ erfüllen konnten, war für uns die logische Konsequenz, dieses allgemein anerkannte Umweltzeichen zu beantragen.

Als erstes Druck- und Kopieretikett überhaupt wurden die memo-Recycling-Plus-Etiketten im September 2002 mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet.

Begleitend haben wir vor der Markteinführung intensive Langzeittests zu den Druck-, Kopier- und Laufeigenschaften der Etiketten durchgeführt. Getestet wurde sowohl beim Lieferanten selbst, als auch bei uns im Haus. Alle Tests verliefen positiv, wofür unter anderem eine vierseitige, leimfreie Sicherheitskante verantwortlich ist, welche unerwünschte Klebstoff-Ablagerungen an empfindlichen Geräteteilen verhindert.



Wir sind überzeugt, mit den „memo-Recycling-Plus-Etiketten“ ein Produkt entwickelt zu haben, das höchste Anforderungen hinsichtlich Ökologie, Qualität und Ökonomie erfüllt. Die Reaktionen unserer Kunden und die Verkaufszahlen bestätigen dies.



Fairer Handel

Zu den wichtigsten globalen Aufgaben der Gegenwart und Zukunft gehört die Sicherstellung der Menschenwürde und die Förderung sozialer Gerechtigkeit.

Durch fairen Handel werden Produzenten in den Entwicklungsländern unterstützt, um ihnen eine menschenwürdige Existenz aus eigener Kraft zu ermöglichen. Durch gerechtere Handelsbeziehungen sollen die Lebensbedingungen der Menschen in diesen Ländern verbessert, die Binnenwirtschaft gestärkt und langfristig ungerechte Weltwirtschaftsstrukturen abgebaut werden.

Neben dem Erhalt der Umwelt gehört deshalb für memo auch die kontinuierliche Verbesserung von sozialen Strukturen, insbesondere in Entwicklungsländern, zu den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung.

memo beteiligt sich an sozialen Beschäftigungskooperationen mit innovativen Projektpartnern wie z. B. gepa, „BioRe“ oder „cause“.



gepa:

Seit 27 Jahren steht das Fair-Handelshaus gepa (Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der dritten Welt GmbH) für einen sozial- und umweltverträglichen Handel. Heute ist gepa die größte Fair-Handelsorganisation in Europa.

Die gepa kauft direkt von kleinen Kooperativen und Bauern, denen sie – über den Weltmarktpreis hinaus – einen Aufschlag für Sozial- und Entwicklungsprojekte bezahlt.

Bei extrem tiefen Weltmarktpreisen wie im Herbst 2002 erhalten die Genossenschaften für Kaffee über die gepa mehr als den doppelten Preis, für Bio-Kaffee sogar fast das Dreifache.

Vor 17 Jahren war die Handelsorganisation Pionier bei der Einführung von fair gehandeltem Bio-Kaffee auf dem deutschen Markt. Inzwischen stammen etwa 60 Prozent der gepa-Lebensmittel aus ökologischem Anbau. Alle Bio-Produkte basieren auf der EG-Öko-Verordnung.



„BioRe“:

„BioRe“-T-Shirts und Frottierwaren werden nach strengsten ökologischen und sozialen Kriterien hergestellt. Alle Produkte sind zertifiziert nach den Richtlinien der EG-VO 2092/91. Die Rohstoffe stammen aus kontrolliert biologischem Anbau („kBA“).

Die Bleiche erfolgt völlig ohne Chlor oder Chlorverbindungen. Statt dessen wird umweltneutraler Sauerstoff eingesetzt. Färberezepturen sind frei von schwermetallhaltigen Stoffen und ohne Formaldehydzusatz.

Neben den ökologischen Kriterien steht die Verantwortung im sozialen Umfeld im Vordergrund.

Die Produktion von „BioRe“-Baumwolle unterliegt ständigen Kontrollen durch ein unabhängiges Institut.



Die schöne rote Baumwollblüte ist im April zu sehen.

Die Bio-Anbaugelände in Indien und Tansania wurden in den letzten Jahren kontinuierlich und mit langfristigen Perspektiven aufgebaut und entwickelt.



Baumwollfasern reif für die Ernte.

„BioRe“-Bauern erhalten einen Aufschlag von 20 % auf den normalen Marktpreis. Die Arbeit erfolgt unter fairen Bedingungen – Kinderarbeit ist in den Verarbeitungsbetrieben verboten.

memo : Fairer Handel



„cause“ – colour the world:

Die Idee, die hinter den Produkten der Marke „cause“ steht, hat uns spontan begeistert. „cause“ hat sich

zum Ziel gesetzt, Kinder glücklich zu machen – und zwar auf beiden Seiten des Erdballs.

In den drei Klassenzimmern drücken heute alle Kinder der Gemeinde die Schulbank.



Mitte 2001 wurde die erste Schule im südvinamesischen Phu Le eingeweiht.



Immer wenn sich ein Kind bei uns über ein „cause“-Spielzeug freut, hat auch ein zweites Kind Grund zur Freude, denn mindestens 50 % des Gewinns aus dem Verkauf (der ohne zusätzlichen Aufschlag kalkulierten Produkte) fließt an die Organisation



„terre des hommes“ und wird zum Bau von Schulen in Entwicklungsländern verwendet. Zwei Schulen in Vietnam und Peru sind bereits fertig gestellt, weitere in Planung.

Wir finden „cause“ ist eine richtig gute Idee, die Unterstützung verdient.



memo : Produktqualität



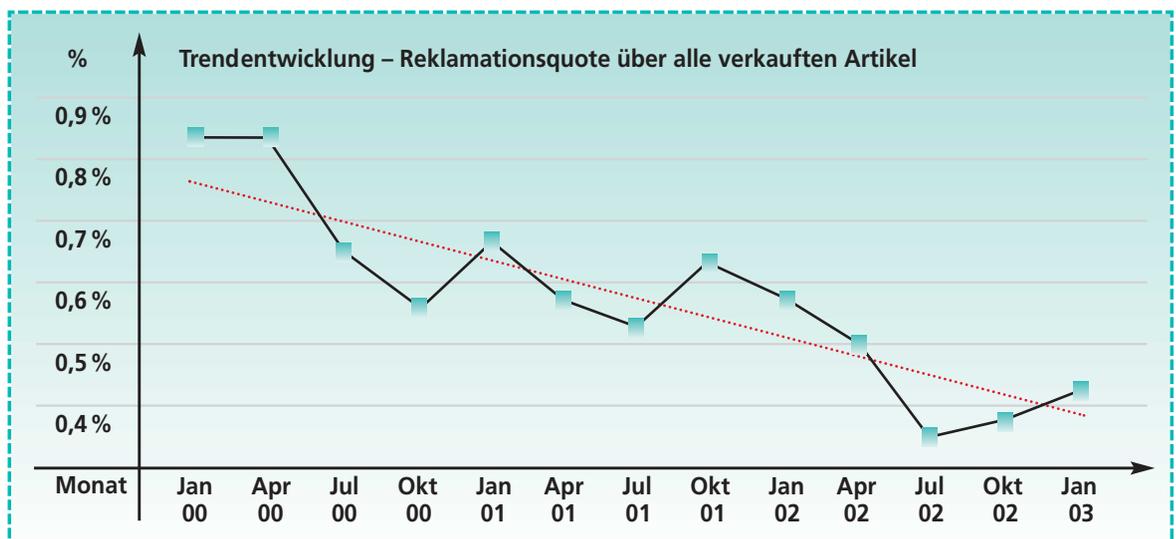
Kontinuierliche Verbesserung

In den letzten Jahren konnten wir die Anzahl der Produkte in unserem Sortiment stetig erhöhen. So bieten wir unseren Kunden für fast jeden Bedarf im Büro eine umweltverträgliche Alternative an.

Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses analysieren wir unsere Produkte regelmäßig und entwickeln diese zusammen mit unseren Lieferanten stetig

weiter. Alle Reklamationen zu unseren Produkten erfassen wir in unserem Warenwirtschaftssystem.

Auf Grundlage dieser Datenbasis ergreifen wir gezielte Maßnahmen. Die positive Entwicklung der Reklamationsquote über alle Artikel bestätigt den Erfolg unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses.



PROZESSE

Die Gestaltung eines umwelt-, gesundheits- und sozialverträglichen Produktsortiments steht im Zentrum der Unternehmensleistung für unsere Kunden. Die Orientierung an nachhaltigen Aspekten endet bei memo allerdings nicht bei der Sortimentsgestaltung. Wir berücksichtigen diese bei allen Prozessen unserer Wertschöpfungskette, von der Beschaffung bis zur Rücknahme verbrauchter Produkte.

Einige Bereiche möchten wir Ihnen gerne beispielhaft vorstellen.



Beschaffungslogistik

Die Beschaffung und Bündelung von Produkten aus verschiedensten Bezugsquellen ist ein zentraler Bestandteil unserer Wertschöpfungskette.

Beim Bezug von Waren entstehen durch Transport und Verpackung negative Umweltauswirkungen. Um diese zu minimieren, analysieren wir den Prozess Beschaffungslogistik regelmäßig und treffen geeignete Optimierungsmaßnahmen. Hierzu ist selbstverständlich eine intensive Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten erforderlich.

Transportwege

Ein fester Bestandteil unserer Sortimentsauswahlkriterien ist das „local sourcing“, d. h. die Bevorzugung von Produkten, die z. B. in Deutschland oder Europa hergestellt werden.

Systematisch analysieren wir die optimalen Losgrößen für Bestellungen bei unseren Lieferanten unter Berücksichtigung der beiden konkurrierenden Zielvorgaben „Minimierung der Anzahl von Warenanlieferungen“ und „Minimierung der Kapitalbindungskosten im Lager“.

Für das Jahr 2003 haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Anzahl der Anliefervorgänge – soweit wirtschaftlich vertretbar – durch gezielte Bündelung weiter zu reduzieren.

Transportmittel

In der Regel verwenden unsere Lieferanten für den Transport der Waren Mehrwegsysteme, wie Euro- oder Gitterpalette.

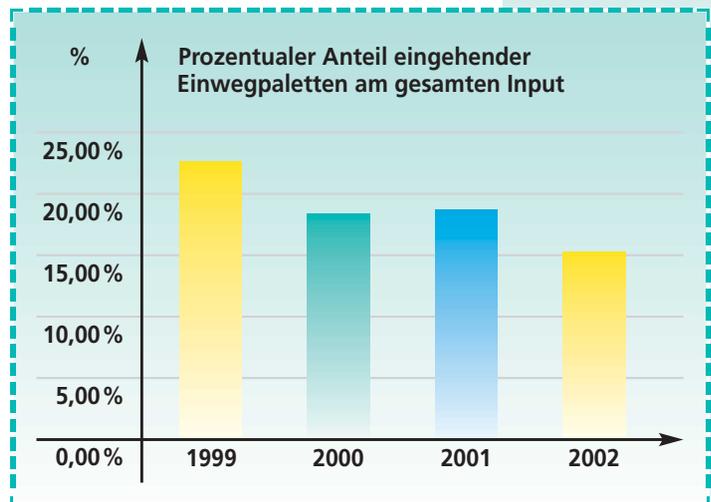
Einwegpaletten sollen soweit möglich vermieden werden. Leider ist dieses Ziel nicht bei allen Lieferanten umzusetzen. Einige europäische Länder sind noch nicht an das Europaletten-Mehrwegsystem angeschlossen.

Manche Lieferanten haben ihre maschinelle Palettenbestückung schon vor Jahren auf Einwegpaletten ausgelegt und können nun nicht mehr auf Europaletten umstellen.

Da wir für unseren eigenen Warenversand keine Einwegpaletten verwenden, verlassen diese unser Unternehmen als Holzabfall.

Durch persönliche Gespräche konnten wir dennoch etliche der betroffenen Dienstleister zur Umstellung bewegen und den prozentualen Anteil eingehender Einwegpaletten in den letzten Jahren sukzessive reduzieren.

Natürlich achten wir auch bei allen zukünftigen Sortimentsentscheidungen auf die verwendeten Transportmittel.



Zielsetzung im Rahmen des Managementprogramms 2003:

Ziel:

Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Warenanlieferungen

Bezugsgröße: Durchschnittliches Warengewicht pro Wareneingang.

Maßnahme:

Reduzierung der Anzahl der Anliefervorgänge durch Bündelung von Lieferantenbestellungen unter Berücksichtigung des konkurrierenden Zieles „Minimierung der Kapitalbindungskosten im Lager.“



Termin: 2003

Verantwortlich: Leitung Logistik

Verpackungen und Füllstoffe

Von unseren Lieferanten fordern wir die Verwendung umweltverträglicher Verpackungen und Füllstoffe. So akzeptieren wir beispielsweise keine Produktverpackungen aus PVC oder nicht trennbare Blister.

Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses analysieren wir Warenanlieferungen regelmäßig und versuchen – unter Berücksichtigung der Transportsicherheit – Optimierungspotenziale bei der Verwendung von Verpackungen und Hilfsstoffen zu finden.

Mögliche Verbesserungsmaßnahmen diskutieren wir mit dem jeweiligen Lieferanten und suchen gemeinsam geeignete Lösungsansätze.

Für das Jahr 2003 haben wir uns das Ziel gesetzt, Verpackungen und Füllstoffe beim Warenbezug um weitere 10 % zu reduzieren.

Lieferfähigkeit

Eine zentrale Aufgabe unserer Beschaffungslogistik ist die Sicherstellung der sofortigen Lieferfähigkeit unserer Produkte. Durch ausreichenden Lagerbestand sollen bestellte Artikel stets sofort an den Kunden ausgeliefert werden können.

Unser Ziel ist es, insbesondere bei A-Artikeln (dies sind die 600 am häufigsten nachgefragten Artikel, wie z. B. Kopierpapiere, Aktenordner oder Briefumschläge) eine stabile Lieferfähigkeit zwischen 97 % und 100 % sicherzustellen.

Bei diesen Produkten erreichten wir im Jahr 2001 im Mittel eine Lieferverfügbarkeit von 97,94 % und im Jahr 2002 von 97,01 %.

Zielsetzung im Rahmen des Managementprogramms 2003:



Ziel:

Reduzierung des Verpackungsmaterials Karton / Pappe bei Warenanlieferungen um 10 %

Bezugsgröße: Entsorgte Menge Karton-Pappe / Warenwert eingehender Lieferungen

Maßnahme:

Feststellen des Einsparpotenzials von Verpackungen und Füllstoffen, ohne die Transportsicherheit zu gefährden. Durchführung von Lieferantengesprächen.

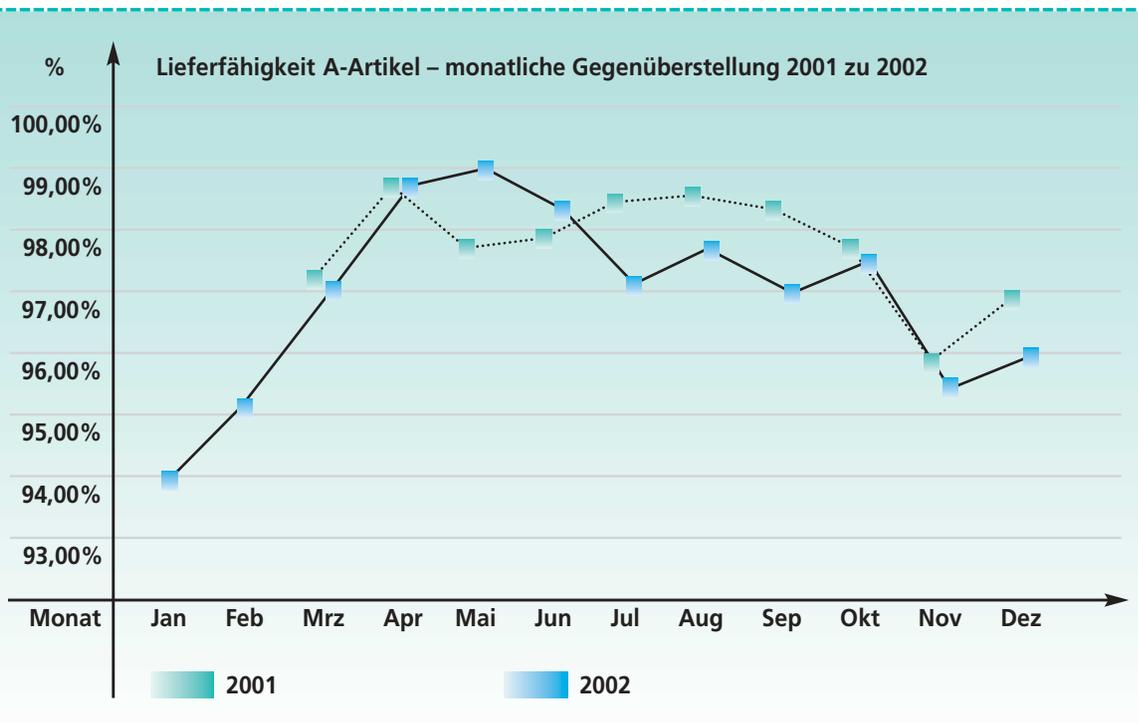
Termin: 2003

Verantwortlich: Leitung Logistik

Optimal wäre natürlich eine durchgängige Lieferfähigkeit von 100 %. Allerdings ist dieser Zielwert unrealistisch, da es immer wieder Faktoren gibt, auf die wir keinen direkten Einfluss haben (z. B. fehlende Ausgangsrohstoffe für Recyclingprodukte oder der Abverkauf von statistisch unerwartet großen Mengen in einer einzigen Kundenbestellung).

Derartige Planungsunsicherheiten könnten wir ausschließlich mit einer sehr hohen Lagerbevorratung ausgleichen, welche wiederum zu Qualitätseinbußen aufgrund längerer Lagerzeiten führt. Außerdem würde eine wirtschaftlich nicht vertretbare Erhöhung der Kapitalbindung im Bereich Logistik erzeugt und damit Mehrkosten, die in die Preise der Produkte einkalkuliert werden müssten.

Um eine hohe Lieferfähigkeit zu gewährleisten, führen wir ständige Beschaffungs- und Rückstandsanalysen durch.



ENTSCHEIDEND – INFORMATIVE PRÄSENTATION



Der memo- Gesamtkatalog

Im Versandhandel ist der Produktkatalog entscheidend für den Erfolg im Wettbewerb. Er ersetzt sozusagen den Außendienstmitarbeiter.

Die Herstellung der Kataloge und Werbemittel, deren Verpackung und der Transport an den Kunden sind für memo bedeutende, aber auch zwingend notwendige Qualitäts- und Umweltaspekte. Mit geeigneten strategischen und operativen Maßnahmen optimieren wir diesen Prozess fortlaufend. So haben wir im Jahr 2002 erstmals einen 12 Monate gültigen

Gesamtkatalog veröffentlicht, der alle Sortimentsbereiche (Büro- und Schulbedarf, Werbeartikel, Büroeinrichtung) gemeinsam enthält und die zuvor viermal jährlich erschienenen Bereichs-Kataloge ersetzt.

Durch die Reduzierung von Doppelplatzierungen von Artikeln und mehrfachem Einzelversand sparen wir mit dem Gesamtkatalog nicht nur Druck- und Versandkosten, sondern auch erhebliche Ressourcen durch verringerten Transportverkehr. Der Wegfall eines zweiten Bürobedarfs-Kataloges brachte z. B. im Jahr 2002 eine Ersparnis von 14,5 Mio. beidseitig bedruckter DIN A4-Blätter.

Verpackung

Bisher haben wir unsere Kataloge komplett ohne Umhüllung versendet. Doch mit 600 Seiten übersteigt das Gewicht des Kataloges die Marke von 1000 g – und ab diesem Gewicht weigert sich schlicht die Deutsche Post AG, Drucksachen bei Großauflagen ohne Umhüllung zu versenden.

Folgende Möglichkeiten haben wir geprüft und getestet. Die Entscheidung fiel auf Recycling-Folie:

Versand in Recycling-Kuverts:

Diese Verpackung setzen wir im Einzelversand ein. Die Papierstärke muss mehr als 4 x so stark gewählt werden wie bei Folie, da sogenannte „Kraftpapiere“ nicht in Recycling-Qualität lieferbar sind (allein der Mehrverbrauch an Verpackungsmaterial hätte dadurch ca. 2000 kg betragen).

Dennoch hatten wir bei Tests bis zu 10 % aufgerissene Sendungen. In der Summe

ergibt sich eine weit schlechtere Öko-Bilanz als z. B. bei Recycling-Folie. Zudem ist eine maschinelle Verarbeitung nicht möglich, so dass bei einer Großauflage hohe Kosten für die manuelle Kuvertierung anfallen.

Versand in Papier-Schlauchverpackung:

Diese Verpackung hat gegenüber dem Kuvert lediglich den Vorteil der automatischen Verarbeitung, ist aber dennoch deutlich teurer als eine Folienverpackung. Ausschlaggebend für die Ablehnung war hier, dass die Automaten kein Recycling-Papiermaterial mit der notwendigen Dicke verarbeiten konnten, so dass wir Frischfaser-Zellstoff hätten einsetzen müssen. Das hätte die Ökobilanz noch weiter verschlechtert.

Versand in einem Einschlag-Faltkarton:

Hier wäre ein schadensfreier Versand und die Verwendung von Recycling-Karton gewährleistet. Neben der noch weit höheren benötigten Menge an Verpackungsmaterial schied diese Lösung aber aus preislichen Gründen aus, da sie den Versand um über 50.000 Euro verteuert hätte – Kosten, die wir auf die Preise umlegen müssten.

Versand in Folie aus nachwachsenden Rohstoffen:

Diese Alternative war für uns anfangs der Favorit. Leider konnte jedoch keine der Druckereien, die in der Lage sind, Recyclingpapier in Verbindung mit Druckfarben auf Basis nachwachsender Rohstoffe (die wir bei allen Katalogen vorschreiben) einzusetzen, diese Folie verarbeiten. Wir hätten die gesamte Auflage also von der Druckerei zu einem externen Dienstleister fahren müssen, was einen eventuellen ökologischen Vorteil zunichte gemacht hätte. Ein weiteres Problem war die mangelnde Transparenz von Stärke-Folien, die eine zusätzliche Etikettierung auf der Außenseite notwendig gemacht hätte. Zudem wäre das gesamte Verpackungsmaterial ein Einwegprodukt gewesen, da noch keine sinnvollen Recyclingmöglichkeiten für Stärkefolien existieren. Auch diese Lösung wäre zudem mit spürbaren Mehrkosten verbunden gewesen.

Versand in Recycling-Folie:

In der Summe stellte sich diese Methode als günstigste Lösung heraus. Geringes Gesamtgewicht, niedriger Ressourcenverbrauch, sichere Verpackung, automatische Verarbeitung und niedriger Preis sind allein schon unschlagbare Argumente. Aber diese Variante weist gegenüber allen Alternativen – außer dem unverhüllten Versand – auch die beste Ökobilanz auf.



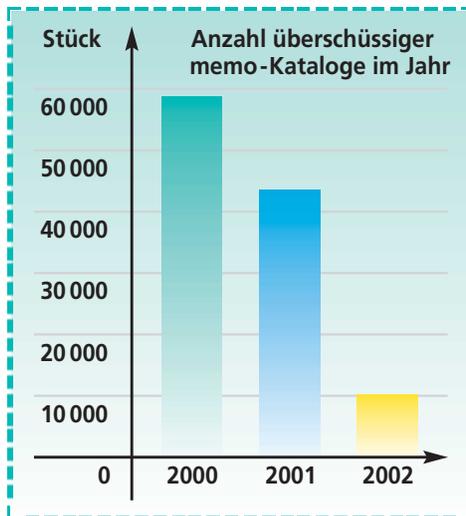
Aktuelle und transparente Produktinformationen sind ein entscheidendes Qualitätsmerkmal unserer Kataloge.



Aufgrund der bereits erwähnten Vorteile wollten wir den Gesamtkatalog auf jeden Fall beibehalten und mussten die bestmögliche Verpackung suchen.

Auflagenhöhe

Auf Basis monatlicher Analysen stellen wir fest, wieviele Kataloge direkt von memo an Kunden und Interessierte versendet werden. Die tatsächlich erforderliche Auflagenhöhe kann dadurch gezielt geplant und die Anzahl überschüssiger Kataloge reduziert werden. Papierabfall und unnötige Produktionskosten werden vorbeugend vermieden.



Materialauswahl

Bei der Herstellung aller Produktkataloge verwenden wir ausschließlich 100 % Recyclingpapiere und Farben mit Lösemitteln auf Basis nachwachsender Rohstoffe, wie Raps und Leinsamen. Vor jeder Katalogproduktion werden die eingesetzten Materialien bezüglich dem neuesten Stand der Technik überprüft.

Auswahl der Dienstleister

Wir arbeiten ausschließlich mit Druckereien zusammen, die in der Lage sind, die von uns vorgeschriebenen Materialien zu einem marktgängigen Preis hochwertig und umweltgerecht zu verarbeiten. Bevorzugt werden regionale Druckereien, keines unserer Werbemittel wird im Ausland produziert.

Produktionsverfahren

Alle Großkataloge werden mittels CTP-Verfahren (computer-to-plate) gedruckt. Da bei diesem Verfahren keine Druckfilme mehr angefertigt werden müssen, konnten beispielsweise beim letzten Gesamtkatalog in der Druckvorstufe 96,88 % Wasser und 9,68 % Chemikalien gegenüber herkömmlichen Verfahren eingespart werden.

Das Internet – ein spezieller Produktkatalog



Immer mehr Firmen und Privatpersonen haben Zugang zum Internet. Sie bestellen und informieren sich „online“.

Über den memo-Newsletter können Sie sich als Abonnent 1 x monatlich über aktuelle Angebote, begrenzte Sonderposten und Neuheiten informieren. Diese Angebote bieten wir ausschließlich per E-Mail an.

Auf den Druck und Versand von Sonderprospekten und den damit einhergehenden negativen Umweltauswirkungen verzichten wir.

Neu im Online-Shop ist die Zubehör-Suche. Mit Hilfe dieses Moduls finden Sie mit wenigen Maus-Klicks das für Ihr Bürogerät passende Verbrauchsmaterial und Zubehör.

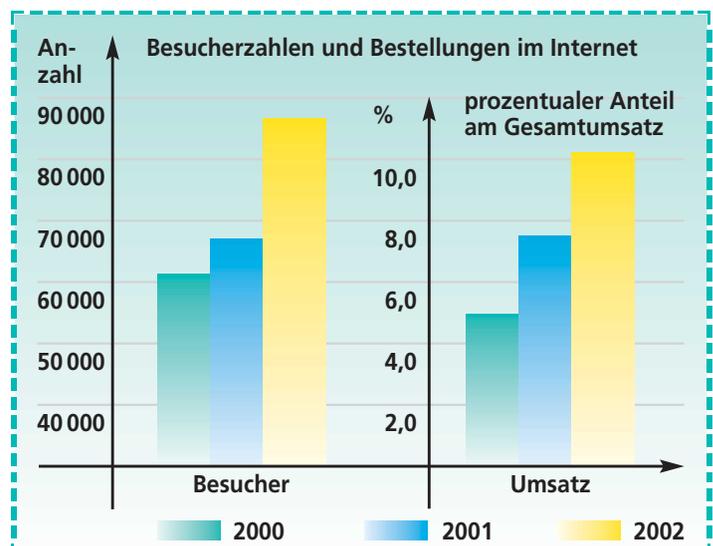


Seit 1997 finden Sie uns im Internet unter www.memo.de.

Inzwischen bieten wir in unserem Web-Shop das gesamte Produktsortiment aus dem Katalog sowie eine große Auswahl an Sonderangeboten und Neuheiten an. Ausführliche Informationen zu den Produkten (z. B. ein umfangreiches Lexikon zu den Inhaltsstoffen) und dem Unternehmen – die wir so aktuell und umfangreich nicht in unseren Printmedien veröffentlichen können – runden den Web-Shop ab.

Bei einem Umsatzanteil von mittlerweile 10 % ist dieses Medium nicht mehr aus unserem Dienstleistungsangebot wegzudenken.

Die Zahlen beweisen: Das Internet ist das Medium der Zukunft.





DIE KUNDEN STEHEN STETS IM MITTELPUNKT UNSERES HANDELNS

Das richtige Produkt aus einem riesigen Angebot am Markt auszuwählen wird immer schwieriger. Für die richtige Entscheidung müssen immer mehr – teilweise komplexe – Aspekte beachtet werden.



Durch unsere spezielle Sortimentsgestaltung können sich unsere Kunden bereits sicher sein, bei memo hochwertige, langlebige und vor allem die jeweils umweltverträglichsten Produkte zu einem marktfähigen Preis zu finden.

Viele wichtige Informationen zu unseren Produkten sind bereits in den Katalogen veröffentlicht, doch aufgrund des begrenzten Platzes können wir dort nicht alle Fragen beantworten. Weiterführende Fragestellungen beantwortet unser Vertrieb in der Regel schnell und zuverlässig.

Die Produktinformationen im Katalog können (und sollen) eine individuelle Beratung nicht ersetzen.

Können wir jede Frage sofort beantworten?

Nein, mit Sicherheit nicht, wir sind nicht allwissend!

Immer wieder werden spezielle Fragen und Problemstellungen an uns herangetragen – teilweise auch nicht direkt unsere Produkte, sondern allgemeine ökologische Themen betreffend – die wir nicht sofort beantworten können.

Wir sehen diese Fragen nicht als Belastung, sondern als Herausforderung. Zum einen bestätigen sie unser Bestreben, ökologisches Verhalten auch bei unseren Kunden zu fördern, zum anderen freuen wir uns, von unseren Kunden als kompetenter Ansprechpartner für Problemstellungen aller Art – insbesondere natürlich zu umweltrelevanten Fragen – betrachtet zu werden.

Unser Ziel ist es, diese Fragen möglichst schnell und richtig zu beantworten. Meist reicht dafür ein kurzer Anruf beim Lieferanten oder es existieren bereits ausreichend Informationen in unseren Lieferantenunterlagen und der im Unternehmen vorhandenen Literatur. Doch es gibt auch Anfragen, die umfangreiche Recherchen erfordern.

Letztendlich wollen wir unseren Kunden nicht nur Waren verkaufen, sondern die richtigen Produkte für ihren speziellen Bedarf anbieten und alle relevanten Informationen bereitstellen, die für die richtige Kaufentscheidung notwendig sind.



Und wenn mal ein gewünschtes Produkt nicht im Sortiment ist?

In diesem Fall versuchen wir, soweit wirtschaftlich möglich, nach einem geeigneten Produkt zu recherchieren.

Auch hier beachten wir unsere strengen Beschaffungskriterien. Wünscht ein Kunde ausdrücklich ein Produkt,

das nicht unseren Beschaffungskriterien entspricht, weisen wir ihn vor der Belieferung darauf hin und bieten wenn möglich ein geeignetes Alternativprodukt an.



Letztendlich ist unser Kunde König!

Langfristiger Erfolg durch kontinuierliche Verbesserung

Wir versuchen Reklamationen ständig zu minimieren, doch ganz können wir Fehler nicht ausschließen.

Alle Reklamationen werden in unserem Warenwirtschaftssystem erfasst und regelmäßig analysiert. Strukturelle Fehlerursachen können wir somit systematisch erkennen und beseitigen.

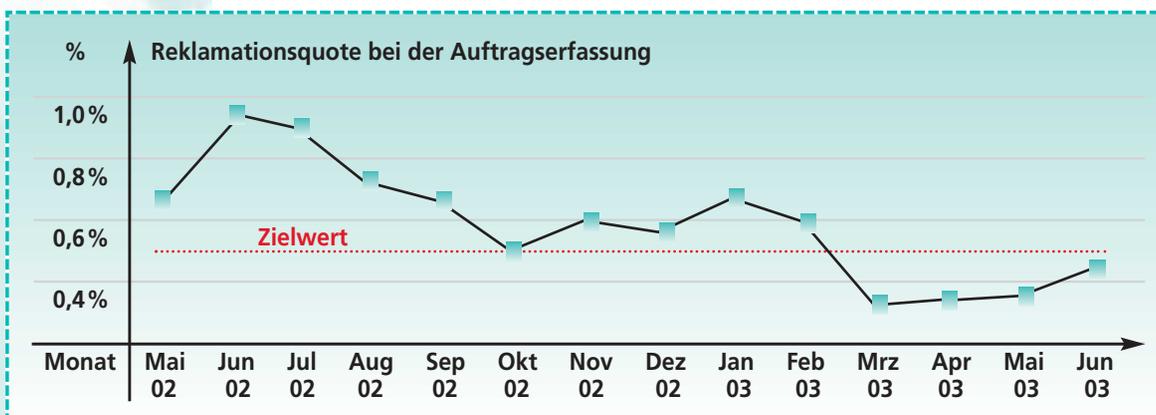
So setzten wir uns im Jahr 2001 zum Ziel, die Reklamationsquote im Prozessbereich Auftragserfassung unter 0,5 % zu senken. Als Bezugsgröße wählten wir den Anteil reklamierter Aufträge in Relation zu den erfassten Aufträgen pro Jahr.

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir monatlich Reklamationsauswertungen zum Prozessbereich Auftragserfassung durchgeführt. Die Ergebnisse wurden gemeinsam in der Abteilung analysiert.

Wir lernen aus unseren Fehlern.

Leider konnten wir unser Ziel weder im Jahr 2001 noch im Jahr 2002 erreichen. Die Reklamationsquote konnte allerdings von 1,02 % auf 0,79 % gesenkt werden.

Das bedeutet, die Reklamationsquote wurde um 22,55 % reduziert!



Seit März 2003 liegt die Reklamationsquote unter 0,5 %.

Fehler sind menschlich!

Die häufigsten Ursachen für Reklamationen bei der Auftragserfassung sind kaum zu vermeidende, menschliche Fehler, die nicht vom System abgefangen werden.

Eine häufige Fehlerursache ist beispielsweise die Erfassung einer falschen, bzw. unleserlichen Bestellnummer, obwohl die Artikelbezeichnung auf dem Bestellformular richtig ist.

Ein 100 %-iger visueller Abgleich ist bei der Geschwindigkeit der Datenerfassung nicht immer möglich.

So sind bei dieser Maßnahme zwei konkurrierende Ziele zu erkennen: die Minimierung der Fehlerquote bei gleichzeitiger Maximierung der Erfassung von Aufträgen innerhalb einer definierten Zeiteinheit.

Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses in kleinen Schritten haben wir dennoch nie aufgehört, weiter an unserem Ziel zu arbeiten. Die Kennzahlen seit März 2003 bestätigen den Erfolg.

Ausdauernde Arbeit zahlt sich letztendlich aus.

Die Minimierung von Reklamationen ist unser Ziel!

Für das Jahr 2001 hatten wir uns vorgenommen, die Reklamationsquote im Sortimentsbereich Büroeinrichtung um weitere 15 % zu reduzieren. Als Bezugsgröße wählten wir den Anteil reklamierter Artikel in Relation zu allen verkauften Artikeln aus dem Bereich Büroeinrichtung je Monat.

Ausgangspunkt der Maßnahme waren die Kennzahlen aus dem Jahr 2000. Leider konnten wir unser Ziel zunächst nicht im geplanten Zeitraum erreichen. Doch bereits im Jahr 2002 konnten wir die Reklamationsquote gegenüber dem Ausgangsjahr durch diverse Maßnahmen um 20,33 % senken.

Um systematische Maßnahmen ergreifen zu können, benötigen wir zu nächst eine geeignete Datenbasis.

Monat	2000	2001	2002	Vergleich (00 zu 02)
Januar	1,56 %	3,71 %	4,07 %	+ 160,90 %
Februar	1,99 %	4,45 %	1,79 %	- 10,05 %
März	4,46 %	4,92 %	1,80 %	- 59,64 %
April	4,41 %	3,75 %	2,40 %	- 45,58 %
Mai	3,15 %	2,86 %	2,86 %	- 9,21 %
Juni	2,77 %	2,75 %	2,63 %	- 5,05 %
Juli	2,71 %	1,99 %	2,24 %	- 17,34 %
August	3,57 %	2,98 %	2,97 %	- 16,81 %
September	4,05 %	2,80 %	1,99 %	- 50,86 %
Oktober	3,26 %	2,29 %	3,99 %	+ 22,39 %
November	2,74 %	3,17 %	1,81 %	- 33,94 %
Dezember	2,74 %	2,64 %	1,78 %	- 35,04 %
Gesamt	3,00 %	3,29 %	2,39 %	- 20,33 %



MEHRWEGSYSTEM: POST-BOX – ÖKOLOGISCH OPTIMIERTE VERPACKUNG

Für den Versand unserer Waren beteiligen wir uns an einem Mehrwegsystem der Deutschen Post AG. Die Postbox macht den Versandkarton und damit Kartonagenabfall komplett überflüssig.



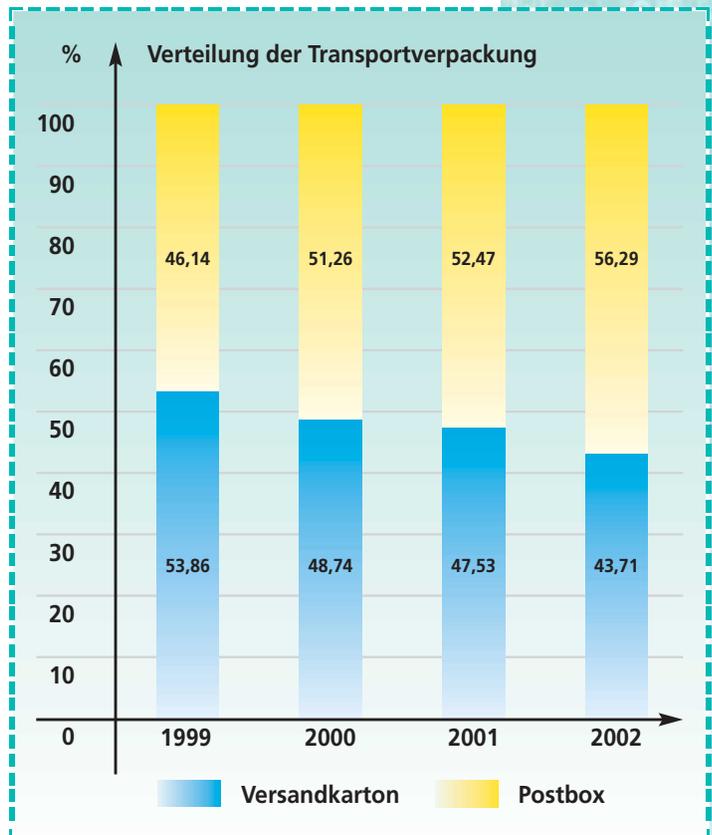
Im stabilen Behälter aus recyclingfähigem Polypropylen ist das Versandgut sicher vor Nässe und Beschädigung geschützt, ein Siegel garantiert für die Unversehrtheit der Sendung.

Die Postbox wird wie ein Paket zugestellt, der Kunde entnimmt direkt bei der Anlieferung seine Ware und der Zusteller nimmt die Box gleich wieder mit. Kleinteile werden bei memo zusätzlich in ebenfalls wiederverwendbare Papiertragetaschen verpackt, um das Auspacken der Ware so schnell und einfach wie möglich zu gestalten.

Die einfache Handhabung der Postbox sorgt im memo-Lager für einen effizienten und reibungslosen Versandablauf.



Bereits bei der Einführung dieses innovativen Mehrweg-Systems im Jahr 1998 war memo einer der ersten Pilotkunden. Seitdem arbeiten wir bei der ständigen Verbesserung des Systems eng mit der Post zusammen. So wurden zusätzlich zu den anfänglichen zwei Varianten weitere Behältergrößen entwickelt, um einen größeren Anteil der Lieferungen mit der Postbox versenden zu können.



Nach wie vor sind allerdings nicht alle Bestellungen für diese Behälterform geeignet (manche Lieferungen haben ein zu geringes Volumen, was die Menge an nötigem Füllmaterial zu sehr erhöhen würde, andere Lieferungen sind einfach zu sperrig). Dennoch hat sich der Anteil der Postboxen an den ausgehenden Lieferungen bei memo Jahr für Jahr erhöht und liegt heute bereits bei 56,29 %!



RECYCLING – MEHR ALS NUR EIN SCHLAGWORT

Neben dem allgemeinen Rückgaberecht nach den Richtlinien unserer Liefer- und Zahlungsbedingungen bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, alle bei uns gekauften Produkte inkl. Verpackungsmaterial nach dem Gebrauch bei freier Anlieferung kostenlos wieder an uns zurückzugeben.



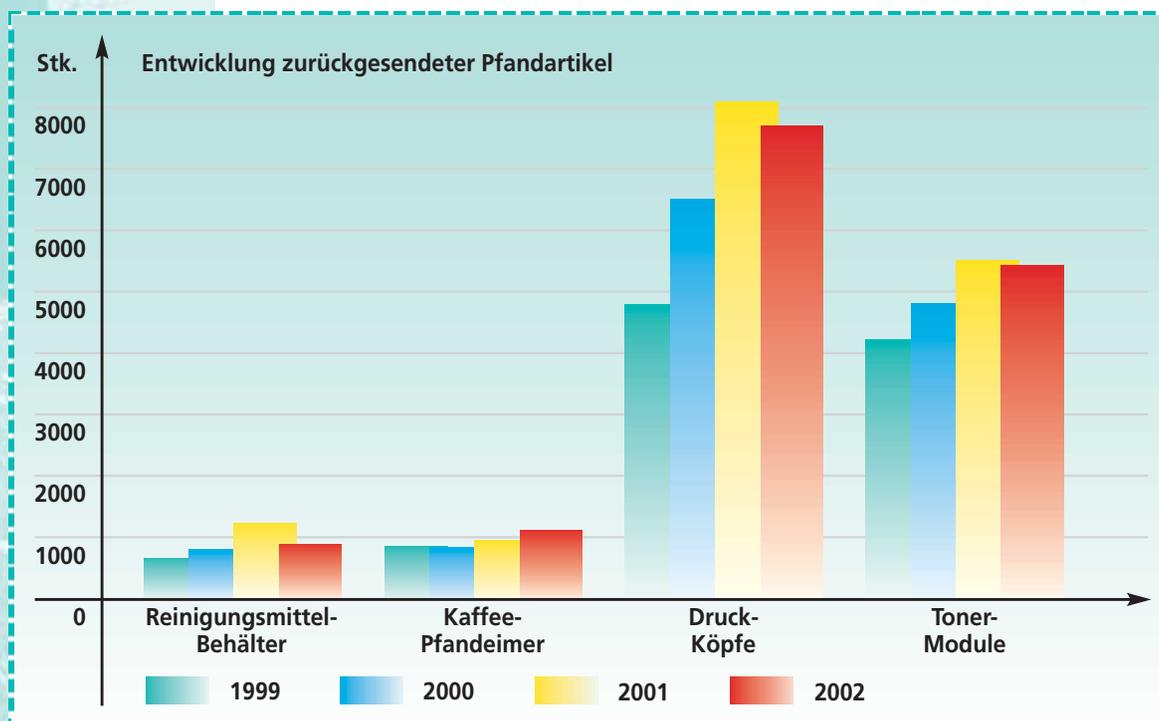
Die memo „Wertstoff-Box“

Mit unserem „Wertstoff-Box“-System bieten wir unseren Kunden ein bequemes und kostengünstiges Rücksendeverfahren von verbrauchten Produkten. Außerdem kann das System zur Rücksendung von Pfandprodukten, verwertbaren Tonermodulen oder Inkjet-Druckköpfen, die wir den Kundenkonten gutschreiben, verwendet werden.

In Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und ausgewählten, zertifizierten Recyclingunternehmen suchen wir für die zurückgesendeten Produkte nach der jeweils besten Verwertungsalternative.

Gibt es für ein Produkt keine geeignete Lösung, demontieren wir es, sofern technisch und wirtschaftlich möglich, in reine Wertstoffe und führen diese einer stofflichen Verwertung zu. Im Rahmen unseres Rücknahmesystems berücksichtigen wir selbstverständlich jederzeit auch die aktuellen gesetzlichen Vorschriften.

Die Akzeptanz unserer Kunden an dem Rücknahmesystem zeigen die folgenden Kennzahlen aus unserer aktuellen Umweltbilanz.



RESSOURCEN EFFIZIENT GENUTZT

Strom

Seit dem 1. Januar 2001 versorgt uns die LichtBlick GmbH mit Strom.

LichtBlick-Strom wird ausschließlich mit besonders schadstoffarmen Anlagen erzeugt und ist atomstrom-frei.

LichtBlick garantiert mindestens 50 % des Stroms aus Anlagen zur Nutzung erneuerbarer Energien wie Wasser, Wind oder Biomasse zu beziehen. Der verbleibende Teil wird in hocheffizienten, erdgasbefeuerten Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen (KWK) erzeugt. Im Jahr 2002 stammte der von LichtBlick erzeugte Strom nach eigenen Angaben bereits zu 92 % aus regenerativen Energien und lediglich zu 8 % aus Erdgas von KWK-Anlagen.

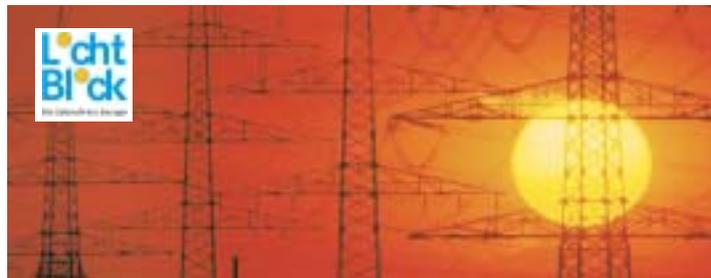
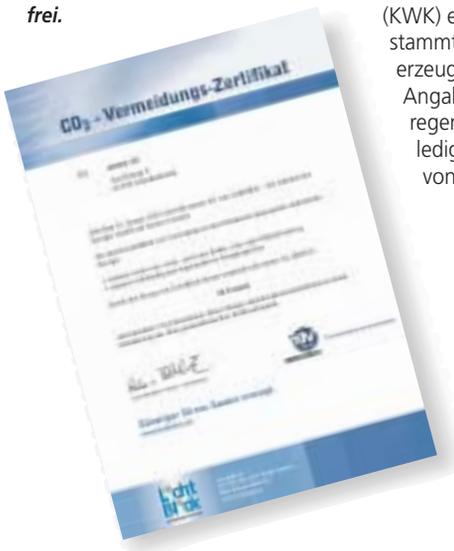
Durch die Nutzung von LichtBlick-Strom konnten wir im Jahr 2002 einen um 52 Tonnen geringeren CO₂-Ausstoß vorweisen als gegenüber einem herkömmlichen Anlagenmix des deutschen Kraftwerksparks anfallen würde.

Haben auch Sie schon über einen Wechsel zu einem Öko-Stromanbieter nachgedacht?

Eine Informationsbroschüre zu LichtBlick können Sie bei memo kostenlos anfordern.

Infopaket „LichtBlick“ Best.-Nr. A1056

Jedem LichtBlick-Neukunden, der seinen Stromliefervertrag durch die Vermittlung von memo abschließt, bieten wir eine attraktive Zusatzprämie: Sie erhalten einen memo-Einkaufsgutschein im Wert von 25,- €.



Heizung

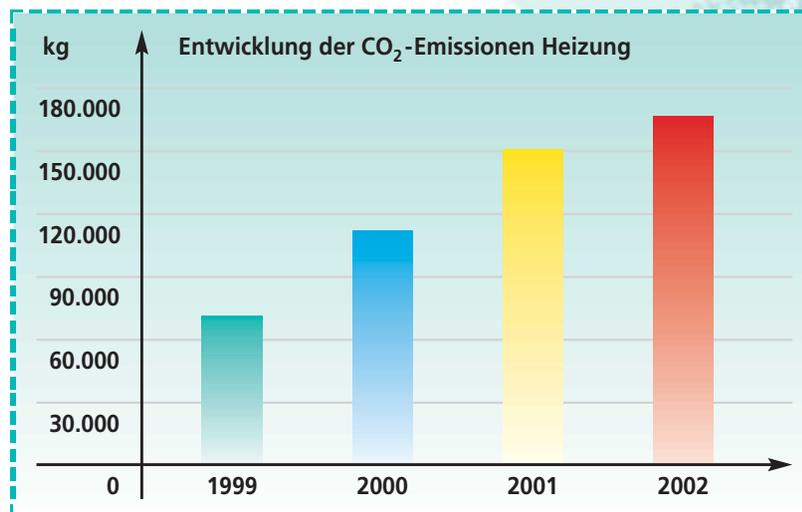
Um die Arbeitsplatzqualität in den Büroräumen und im Lager den aktuell erforderlichen Kapazitäten anzupassen, haben wir 2000/2001 am Standort Greußenheim die Nutzfläche im Bürotrakt um ca. 740 m² und im Lagertrakt um ca. 1100 m² erweitert. Durch diese Maßnahme sind weitere zu beheizende Flächen entstanden. Die Folge sind gestiegene CO₂-Emissionen durch die Heizanlage. Um diese negativen Umweltauswirkungen zu reduzieren, haben wir beschlossen, die Öl-Heizung bis zum Jahr 2005 durch eine neue, emissionsarme Heizanlage zu ersetzen und auf fossile Brennstoffe bei der Raumwärmeproduktion zu verzichten.

Nach ersten Analysen favorisieren wir zwei Lösungen – eine Rapsölheizung oder eine Hackschnitzelheizung. Beide Systeme haben den Vorteil, dass regionale Zulieferer die Rohstoffe produzieren können.

Für die Rapsölheizung werden im Vergleich zur Hackschnitzelheizung wesentlich geringere Umbaumaßnahmen am Gebäude notwendig. Dafür sind diese Anlagen mit der benötigten KW-Leistung bisher kaum im Langzeitbetrieb erprobt.

Da die Beschaffung einer neuen Heizanlage eine umfangreiche Investition bedeutet, ist sie selbstverständlich sehr eng mit der strategischen Finanzplanung des Unternehmens verbunden.

Bei der Beschaffung einer neuen Heizanlage gilt es, die volkswirtschaftliche und unternehmensspezifische Entwicklung zu berücksichtigen.



Zielsetzung im Rahmen des Managementprogramms 2003:

Ziel:

Verzicht auf fossile Brennstoffe bei der Raumwärmeproduktion.

Maßnahme:

Beschaffung einer neuen, emissionsarmen Heizanlage.



Termin: 2005

Verantwortlich: Standortmanagement

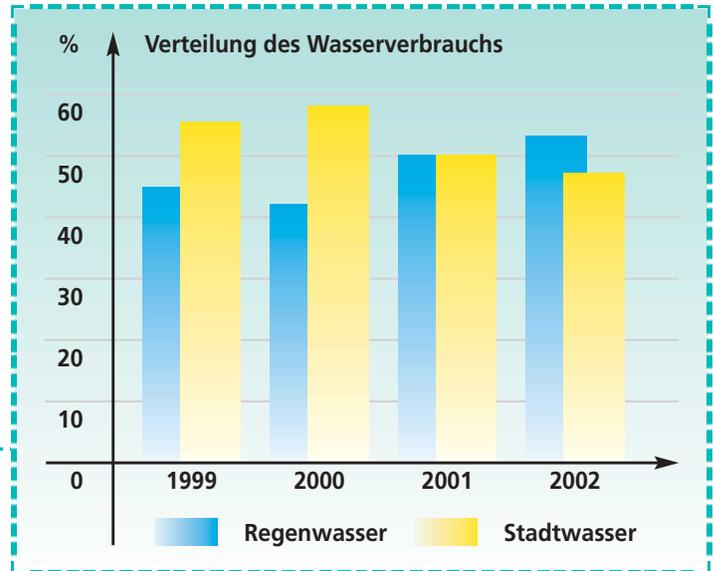


Wasser

Die Brauchwasserversorgung unserer Sanitäreinrichtungen wird durch einen separaten Kreislauf aus der 15 m³ großen Regenwasserzisterne gesteuert. Ist nicht genügend Regenwasser vorhanden, schaltet die Anlage automatisch auf die Versorgung über Stadtwasser um. Dies ist allerdings lediglich in langen Trockenzeiten während den Sommermonaten der Fall.

Da an unserem Standort fast kein weiterer Wasserverbrauch durch Produktions- oder Reinigungsanlagen entsteht, können wir inzwischen über 50 % des gesamten Bedarfs durch Regenwasser abdecken.

Jahresverbrauch von Regenwasser im Vergleich zu Stadtwasser.



Treibstoffverbrauch

Seit 1998 betreiben wir am Standort Greußenheim für unsere Firmenfahrzeuge eine kleine Pflanzenmethylester-Tankstelle („Biodiesel“) mit einem Fassungsvermögen von 2000 Litern. Bis zum Jahr 2001 konnten wir den Biodiesel-Anteil am gesamten Treibstoffverbrauch auf über 90 % erhöhen und so den Ausstoß von CO₂ weitestgehend vermeiden.

Im März 2002 wurde eine neue gesetzliche Verordnung – die TRbF 40, Technische Regeln brennbarer Flüssigkeiten – verabschiedet.

Um die Einhaltung dieser gesetzlichen Vorschrift sicherzustellen, haben wir einige bauliche Maßnahmen durchgeführt.

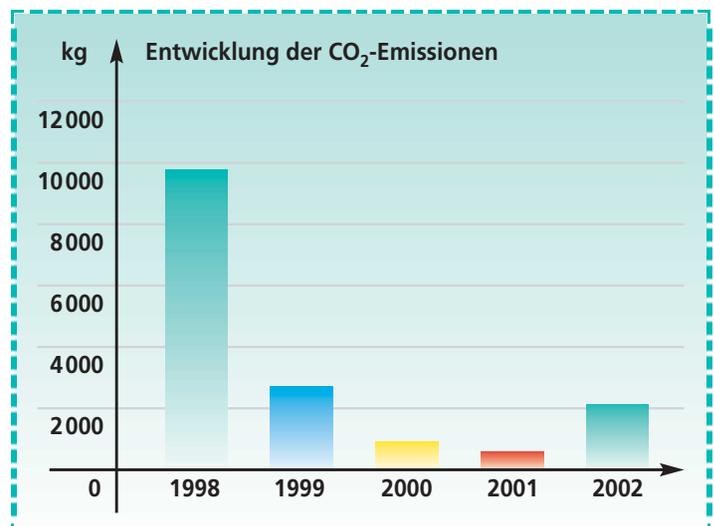
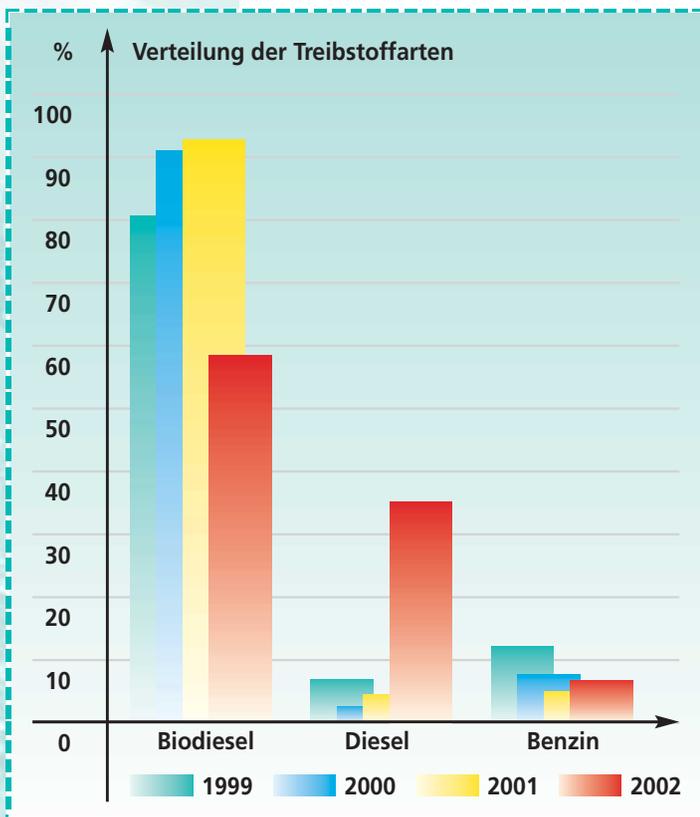


Links: Unsere Biodiesel-Tankstelle, wie sie im August 1998 in Betrieb genommen wurde.

Unten: So sieht sie heute nach dem Umbau aus.

Da wir die Tankstelle während dieser Zeit außer Betrieb genommen haben, ist der Biodiesel-Anteil im Jahr 2002 gesunken und damit der CO₂-Ausstoß gestiegen. Inzwischen sind alle baulichen Maßnahmen abgeschlossen und es wird wieder auf Biodiesel zurückgegriffen.

Die hauseigene Tankstelle steht übrigens auch allen memo-Mitarbeitern zur Verfügung. Da Biodiesel preiswerter ist als herkömmliches Diesel, wird so nicht nur die Umwelt, sondern auch der Geldbeutel der Mitarbeiter geschont.



OFFENE KOMMUNIKATION – IM DIALOG MIT UNSEREN PARTNERN

Unser Ziel ist es, nachhaltiges Verhalten auch in der Gesellschaft zu fördern. Aus diesem Grund suchen wir den partnerschaftlichen Dialog mit unseren Kunden, Geschäftspartnern, Behörden und der Öffentlichkeit.



Kundenorientierung

Im Mittelpunkt unserer Unternehmenspolitik steht die Kundenorientierung, denn zufriedene Kunden sichern den dauerhaften Erfolg unseres Unternehmens.

Essentiell für die Kundenzufriedenheit ist sicherlich das Produkt selbst. Es sollte die Wünsche des Kunden erfüllen und den erwarteten Nutzen bieten.

Neben dem Produkt unterliegen auch unsere Beratungs-, Logistik-, und Rücknahmelieferungen höchsten Anforderungen. Denn der Kunde wird nicht mit dem bestellten Produkt zufrieden sein, wenn es viel zu spät geliefert wird oder aufgrund einer falschen Beratung nicht den gewünschten Zweck erfüllt.

Doch woher wissen wir was unsere Kunden wünschen, oder ob sie zufrieden sind mit unseren Leistungen?

Mittels strukturierter Fragebögen fordern wir unsere Kunden auf, uns ihre Wünsche, Anregungen und Kritik mitzuteilen.

Beispielsweise erhält jeder Kunde, der bedruckte Werbemittel oder individualisierte Möbel erhalten hat, einen Fragebogen zur Kundenzufriedenheit. Hier kann er Wünsche äußern und seine Zufriedenheit oder Kritik konkret zum jeweiligen Auftrag mitteilen. Bei Beschwerden leiten wir sofort Verbesserungsmaßnahmen ein.

Alle eingehenden, formlosen Kundenwünsche werden vom Marketing systematisch ausgewertet und die Ergebnisse zusammengefasst an die zuständigen Abteilungen weitergeleitet. So können diese auf die einzelnen Wünsche eingehen und ihre Leistungen kundengerecht optimieren.

So gab z.B. die Kritik einer memo-Kundin den Anstoß zur Entwicklung der neuen memo-Pflanzenseifen-Linie.

Im Juni 2002 wurden wir darauf aufmerksam gemacht, dass die Pflanzenseifen in unserem Sortiment einen synthetischen Farbstoff enthalten, der zwar nach der Kosmetik-Verordnung zugelassen ist, aber im Verdacht stand, bei längerem Hautkontakt sensibilisierend zu wirken: Tartrazin (C.I. 19140).

Unser Ehrgeiz war geweckt: Obwohl die Seife in allen anderen Aspekten ökologisch einwandfrei war und auch alle gesetzlichen Anforderungen erfüllte, stellte sie für uns nach dieser Information nicht mehr das gesundheitsverträgliche Optimum dar.

Intensive Recherchen zum Wasch- und Reinigungsmittelmarkt (z. B. bei Öko-Test und beim Umweltbundesamt) erbrachten kein Alternativ-Produkt, das unsere Preis- und Qualitätsanforderung erfüllte. Also baten wir unseren bisherigen Lieferanten bei einem persönlichen Werksbesuch Ende Juli 2002 um die Entwicklung einer neuen Seife, die nicht nur höchste ökologische und gesundheitsverträgliche Anforderungen erfüllt sondern auch keine synthetischen Farb- oder Duftstoffe mehr enthält.

Die Ausführung „Natural-Line“ verkörpert die „pure Reinheit“, sie besteht aus reinem Pflanzenöl (ca. 80 % Palmöl und ca. 20 % Kokosöl) und enthält keine optischen Aufheller oder andere halogenorganische Verbindungen. Die Seife ist nach OECD-Methode leicht biologisch abbaubar. Außerdem werden weder Konservierungs- oder Duftstoffe noch synthetische Farbstoffe verwendet. Als Komplexbildner wird der Stoff „MGDA“ eingesetzt (Handelsbezeichnung „Trilon* M flüchtig“). „MGDA“ ist nach der OECD-Methode ebenfalls biologisch leicht abbaubar.

Eine Mitarbeiterumfrage führte zur zusätzlichen Entwicklung einer zweiten Seifenvariante: „Aloe Natural“. Die Ausgangsseife ist identisch zu „Natural Line“. Durch den Zusatz von Aloe Vera-Extrakt ohne Konservierungsmittel erhält sie noch einen zusätzlichen pflegenden Wirkstoff. Die grüne Farbe erzielen wir durch einen Anteil von 0,005 % natürlichem Chlorophyll.

Da wir von der Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit dieser Seife absolut überzeugt sind, haben wir uns entschieden, sie in unserem eigenen Namen als Eigenmarke zu vertreiben. Natürlich ist die Verpackung aus 100 % Recyclingpapier und erfüllt die Kriterien des Umweltzeichens „Blauer Engel.“

Seit Januar 2003 in unserem Katalog zu finden: zwei neue Pflanzenseifen: „Natural Line“ und „Aloe Natural“.

Natürlich ließen wir es uns nicht nehmen, die memo-Kundin, die Initiatorin dieser Entwicklung gewesen war, als erste über das neue Produkt in unserem Sortiment zu informieren.





Lieferanten und Dienstleister

Wir pflegen langfristige, partnerschaftliche, Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferanten – der ideale Weg zu einer permanenten Optimierung von Produkten und Leistungen. So arbeiten wir mit der Mehrzahl der Lieferanten, zu denen wir beim Start unseres Versandgeschäftes 1990 eine Geschäftsbeziehung aufgebaut hatten, noch heute erfolgreich zusammen.

Unsere Produktmanager pflegen einen intensiven persönlichen Kontakt mit Lieferanten, um Erfahrungen auszutauschen und Produktentwicklungen und -verbesserungen, die den Wünschen unserer Kunden entsprechen, zu fördern und umzusetzen. In besonderem Maße gilt dies für unsere Eigenmarken-Produkte.

Gerade in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten hat sich diese Art der Zusammenarbeit bewährt und zur Festigung unserer Position am Markt beigetragen.

Auch mit Partnern in nachgeschalteten Wertschöpfungsprozessen, wie zum Beispiel Recyclingunternehmen, arbeiten wir intensiv und partnerschaftlich zusammen. Auf diese Weise entstehen immer wieder innovative Problemlösungen.

Bei auftretenden Problemen oder Reklamationen suchen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten nach geeigneten Lösungen.

Beispiele für innovative Recyclingkonzepte

Energiesparlampen

Energiesparlampen enthalten geringe Spuren von Quecksilber und Cadmium. Auch wenn die Entsorgung kleiner Mengen über den Hausmüll erlaubt ist, ist es für uns keine Frage: Das Recycling aller weiterverwertbaren Wertstoffe und eine fachgerechte Entsorgung der Reststoffe sollte selbstverständlich sein.

Deshalb bitten wir unsere Kunden, diese Produkte nach Verbrauch in der „Wertstoff-Box“ an uns zurückzusenden. In der memo-Serviceabteilung werden die Lampen gesammelt und vorsortiert nach Stablampen, Lampen mit Schraub- bzw. Stecksockel und Lampenbruch.

Die einzelnen Chargen werden zu einem ökologisch günstigen Sammeltransport gebündelt und an ein auf Lampen-Recycling spezialisiertes Unternehmen geschickt. Dort werden die Lampen selektiv in ihre Bestandteile zerlegt (nicht geshreddert!).

Die geringen Anteile schwermetallhaltiger Inhaltsstoffe werden separiert und als Sonderabfälle behandelt. Metallteile werden nach Aluminium und Stahl getrennt und der industriellen Wiederverwertung zugeführt.

Der Hauptanteil – Recyclingglas – wird geschmolzen und zu neuen Rohglaskolben für „Narvatronic“-Energiesparleuchten verarbeitet, die Sie auch im memo-Sortiment finden. So werden Rohstoffe und insbesondere auch Primärenergien eingespart.

Und sobald Sie eine neue „Narvatronic“ bestellen und einsetzen, ist der Recycling-Kreislauf geschlossen!



So entstehen „saubere“ Rohstoffe – die Voraussetzung für den Einsatz im geschlossenen Kreislauf.

CDs

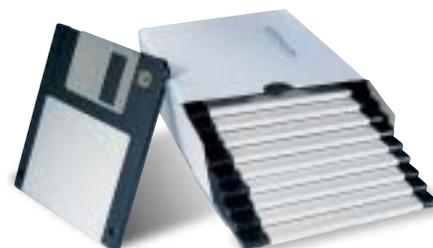
Alte CDs leiten wir an ein Partnerunternehmen weiter, welches das hochwertige Polycarbonat aus dem Verbund mit Aluminium und Lack trennt und daraus hochwertige technische Applikationen für die Medizintechnik oder auch für die Automobilindustrie herstellt.



3 1/2 Zoll-Disketten

leiten wir an einen Lieferanten weiter, der sich auf die Verwertung von diesen Datenträgern spezialisiert hat. Die Disketten werden formatiert, auf Fehlerfreiheit geprüft und als Gebrauchtprodukt wieder in den Kreislauf zurückgeführt. Die „refreshed Disketten“ können Sie bei memo mit der Bestellnummer K5319 beziehen.

Nicht mehr verwendbare, defekte Disketten werden stofflich recycelt.





Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen

memo arbeitet in zwei verschiedenen Bereichen mit sozialen Einrichtungen zusammen.

Zum einen werden einige Produkte aus unserem Sortiment von sozialen Einrichtungen hergestellt, zum anderen unterstützen wir ein regionales Berufsbildungswerk zur Förderung junger Menschen mit Behinderung.



Lieferanten

Soziale Einrichtungen fertigen für uns Klemmrückenmappen, Moderationskoffer, Klapphocker oder Mini-Puzzles.

Mit diesen Lieferanten arbeiten wir bereits seit vielen Jahren erfolgreich zusammen. Sie sind für Innovationen und die Weiterentwicklung von Produkten besonders aufgeschlossen. Die Produkte zeichnen sich durch eine hervorragende Qualität aus und die Lieferungen erfolgen stets zuverlässig.

Wir denken, dass gerade soziale Einrichtungen in der Pflicht stehen auch umwelt- und gesundheitsverträgliche Produkte herzustellen.

Hochwertige Produkte hergestellt von sozialen Einrichtungen.

Berufsbildungswerk „Caritas-Don Bosco“

Das Berufsbildungswerk Caritas-Don Bosco-Werk Würzburg GmbH (BBW) ist eine überregionale Bildungseinrichtung zur beruflichen und gesellschaftlichen Rehabilitation für Jugendliche mit individuellem Förderbedarf.

Aufgabe, Ziel und Motivation des BBW ist es, jungen Menschen mit Behinderung(en) mit Hilfe einer qualifizierten beruflichen Ausbildung die Eingliederung in den allgemeinen Arbeitsmarkt zu ermöglichen, bzw. zu erleichtern.

Unter anderem bietet das BBW die Ausbildung zum Handelsfachpacker an. Eines der begleitenden Praktika können die Jugendlichen seit April 2002 bei memo absolvieren.



Die Auszubildenden vertiefen und trainieren bei memo diverse logistische Aufgaben. Zum Beispiel bei Konfektionierungs-Tätigkeiten, beim Zusammenstellen, Verpacken und Versenden von Katalogen und vielem mehr.

Die Kooperation mit dem BBW hat sich schnell bewährt. Die Auszubildenden sind sehr engagiert und identifizieren sich mit ihren Aufgaben.

Carsten Berberich, Ausbilder bei Caritas-Don Bosco: „Die memo AG als Versandhandelsunternehmen mit moderner Logistik bietet unseren Jugendlichen optimale Lernbedingungen.“

Im Herbst 2003 werden wir erstmals eine Jugendliche nach Abschluss ihrer Ausbildung beim BBW in ein weiterführendes Ausbildungsverhältnis zur Fachkraft für Lagerwirtschaft übernehmen.



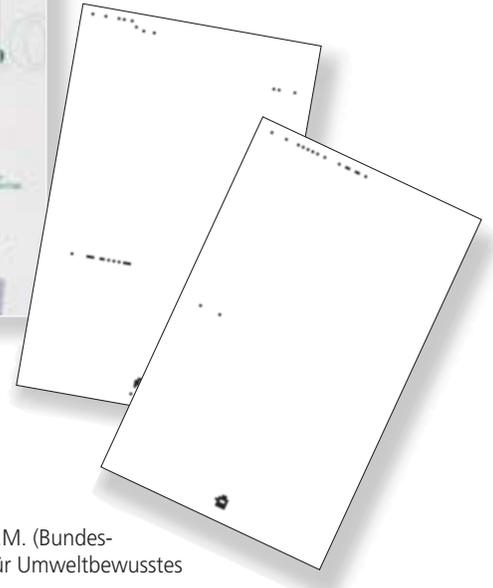
MITARBEIT IN UMWELTVERBÄNDEN

memo ist aktives Mitglied bei verschiedenen anerkannten Umweltverbänden. Wir beteiligen uns regelmäßig an der Entwicklung innovativer Lösungskonzepte zur Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens und nehmen an öffentlichen Forschungsprojekten teil.

Nachfolgend einige Beispiele für unser Engagement in Verbänden:

„Ökologie im Büro“

Im Rahmen unserer Mitgliedschaft bei B.A.U.M. e.V. haben wir uns aktiv an der Erstellung des „Leitfadens – Ökologie im Büro“ beteiligt.



B.A.U.M.

Herausgeber:

Maximilian Gege, B.A.U.M. (Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management) e.V.

Best.-Nr. A1016

€ 14,25/Stk. netto

Die allgemein gültigen Checklisten für ökologische Beschaffung wurden in enger Anlehnung an die memo-Sortimentspolitik definiert.

Dieses praxisorientierte Handbuch informiert über aktuelle ökologische Aspekte im Büro und gibt konkrete Hilfestellung für den umweltorientierten Einkauf von Büroprodukten. Kern des Buches sind die Fragebögen und Checklisten, anhand derer jedes Unternehmen seine Bezugsquellen auf „Herz und Nieren“ in Bezug auf die ökologische Qualität prüfen kann.

FSC-Produkte – Holzkauf mit gutem Gewissen

Mitte der 80er Jahre wurde die Verwendung von Tropenholz von vielen Naturschützern weltweit boykottiert – aus Sorge, mit der Abholzung die letzten Naturwälder unserer Erde zu zerstören. Trotz der Boykotte ist diese Entwicklung bisher nicht aufzuhalten – vor allem in den Waldgebieten von Südamerika und Südostasien.

Holz ist nach wie vor ein hervorragendes Material: es ist eines der umweltfreundlichsten Rohstoffe überhaupt, da es immer wieder nachwächst (und dabei zu einem gesunden Klimahaushalt beiträgt) und sich am Ende des Produktlebenszyklus energieeffizient und CO₂-neutral als Brennstoff entsorgen lässt. Es ist also erstrebenswert, die Verwendung von Holzprodukten zu fördern, allerdings nur, wenn eine nachhaltige und ökologische Waldbewirtschaftung gewährleistet wird.

Da politische Bemühungen – eine nachhaltige Bewirtschaftung auf internationaler Ebene zu sichern – ergebnislos blieben, gründeten in Toronto 1993 Umweltorganisationen, engagierte Unternehmen und Vertreter betroffener Volksgruppen den „Forest Stewardship Council“ (FSC). Wesentliches Kennzeichen des FSC ist die Schaffung eines Interessenausgleichs zwischen der Ökologie, sozialen Belangen und wirtschaftlichen Ansprüchen an den Wald.

Der FSC prüft nicht selbst die einzelnen Waldbestände, sondern bevollmächtigt unabhängige Zertifizierer, welche dann die verschiedenen Forstbetriebe begutachten und ihnen das FSC-Zertifikat ausstellen dürfen. Überprüft werden nicht nur Forstbetriebe, sondern die gesamte Verarbeitungskette vom Holzkäufer bis zum Einzelhandel.

memo ist Fördermitglied der „FSC Arbeitsgruppe Deutschland“ und als Anbieter FSC-zertifizierter Produkte registriert. Wir haben uns verpflichtet, das Angebot FSC-zertifizierter Produkte im memo-Sortiment kontinuierlich auszuweiten.

Nähere Informationen zum FSC finden Sie auch im Internet unter www.fsc-deutschland.de

Forstbetriebe können sich um das FSC-Zertifikat bewerben. Mit Holz und Holzprodukten aus zertifizierter, nachhaltiger Waldwirtschaft soll der Forstwirtschaft, der Holzwirtschaft und dem Verbraucher die Möglichkeit geboten werden, sich konstruktiv an der Erhaltung der weltweiten Waldressourcen zu beteiligen.



FSC-DEU-0049
FSC Trademark ©
1996 Forest Stewardship Council A.C.



Initiative „Pro Recyclingpapier“

Die Verarbeitung von Altpapier zu hochwertigen Recyclingpapieren ist einer der wenigen funktionierenden Wirtschaftskreisläufe in Deutschland und damit beispielgebend für das Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung.

Angesichts der sprunghaft wachsenden Papiernachfrage sowie der fortschreitenden Abholzung der Urwälder ist das Zukunftspotenzial von Recyclingpapier dabei bei weitem noch nicht ausgeschöpft.

Aus diesem Grund haben deutsche Unternehmen im August 2000 eine branchenübergreifende Interessengemeinschaft – die Initiative „Pro Recyclingpapier“ – gegründet, um eine „Plattform“ für die Zukunft des Produktes Recyclingpapier zu etablieren. Diese „Plattform“ soll im Gespräch mit verantwortungsbewussten Unternehmen und Institutionen ein neues Bewusstsein für das Recyclingpapier aufbauen. Die langjährigen Erfahrungen beim Einsatz und mit dem Handel mit Recyclingprodukten kann memo in idealer Weise in die Arbeit der Initiative einbringen.

Technologisch ist Recyclingpapier heute ein ausgereiftes Produkt. Zu Unrecht wird es teilweise noch als „Ware zweiter Wahl“ wahrgenommen.



memo zeigt das gesamte Spektrum von Recycling-Papieren beim Beschaffungstag in Nürnberg.



Tatsächlich sind moderne Recyclingpapiere erstklassige Produkte, die in ihrer Funktionalität in den meisten Anwendungsbereichen allen modernen Anforderungen gerecht werden. Nur ein – inzwischen sehr kleiner – optischer Unterschied bleibt: Das Papier ist etwas weniger strahlend weiß. Doch diesen kleinen Unterschied betrachten wir als Auszeichnung – „Prädikat: umweltfreundlich“.



Das Umweltzeichen „Blauer Engel“ ist ein verlässlicher Wegweiser für umweltfreundliche Papierprodukte mit hoher Qualität.

Recyclingpapiere ermöglichen die Synthese aus ökologisch verantwortungsbewusstem Handeln und hohen Qualitätsansprüchen. Sie stehen für Innovation, Zukunftsfähigkeit und den schonenden Umgang mit unseren natürlichen Lebensgrundlagen.

Im September 2002 führte Xerox in England einen Vergleichstest zwischen Recyclingpapier mit dem „Blauen Engel“ und Frischfaser-Papieren durch. Ziel war es herauszufinden, ob sich beim Einsatz von Recyclingpapier die Wartungsintervalle, Servicekosten sowie die Lebensdauer der eingesetzten Kopiergeräte verändern.

Das Ergebnis: „Recyclingpapier ist für den Kopierer hervorragend geeignet“, so Michael Erndt, Marketing-Manager bei Xerox Papier und Zubehör. Der Test hat eindeutig gezeigt, dass sich beim Einsatz von Recyclingpapier keinerlei Unterschiede ergeben. Dieses Ergebnis hat Xerox mit einem Zertifikat bestätigt.



Infopaket Initiative „Pro Recyclingpapier“ mit der 5-Punkte-Erklärung

Best.-Nr. A0065

– kostenlos –

„SINA“ - Schulische Indikatoren für Nachhaltigkeitsaudit

Unseres Erachtens sollten Menschen bereits in jungen Jahren umfassend und hochwertig über die Aspekte einer nachhaltigen Lebensweise informiert und geschult werden.

Deswegen hat es uns besonders gefreut, in den Expertenrat des Forschungsprojektes „SINA“ berufen zu werden.

Träger des Projektes „SINA“ ist der Verein zur Förderung der Ökologie im Bildungsbereich e.V. mit seiner Berliner Projektstelle.

Das Projekt „Schulische Indikatoren für Nachhaltigkeitsaudit“ – kurz „SINA“ – geht einen deutlichen Schritt weiter als das von zahlreichen Schulen bereits angewandte Audit im Bereich Ökologie.

Das geplante Audit-Modell berücksichtigt dabei neben ökologischen Gesichtspunkten

gleichwertig ökonomische, soziale und kulturelle Aspekte und greift damit das aus der Agenda 21 bekannte Konzept der Nachhaltigkeit auf.

Mit der Umsetzung eines Nachhaltigkeitsaudits verfügen Schulen zukünftig über ein Instrument, mit dem sie systematisch und kontinuierlich die Schritte zur Erreichung nachhaltigen Handelns überprüfen und gegebenenfalls weiterentwickeln können. Dies bezieht sich vor allem auf die Kernbereiche schulischer Aktivitäten: Schulisches Management, Lehr-Lern-Situation, Ressourcennutzung und kontinuierliche Verbesserungsprozesse.

Ausgehend von der jeweils spezifischen Schulsituation vor Ort, werden Auditziele festgelegt, Schritte zu ihrer Umsetzung initiiert und auf Praktikabilität und schulische Realisierbarkeit erprobt.

Welche Institution wäre besser geeignet als die Schule, um eine nachhaltige Entwicklung zu fördern?



DIE WICHTIGSTEN ZIELE AUF EINEN BLICK...

Nach dem Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung haben wir uns auch für die Zukunft viel vorgenommen. Zum Abschluss dieses Berichts möchten wir Ihnen die wichtigsten Ziele, die wir uns im Rahmen unseres Qualitäts- und Umweltmanagementsystems gesetzt haben, im Überblick vorstellen.

Wir setzen alle verfügbaren Mittel ein, um die geplanten Maßnahmen erfolgreich umzusetzen und unsere Leistungen für unsere Kunden und Partner weiter zu verbessern.

Ziel	Maßnahme	Termin	Verantwortlich
Energieversorgung			
Verzicht auf fossile Brennstoffe bei der Raumwärmeerzeugung	<ul style="list-style-type: none"> Beschaffung einer neuen, emissionsarmen Heizanlage 	2005	Standortmanagement
Sortimentsgestaltung			
Erhöhung des Umsatzes FSC-zertifizierter Produkte <u>Bezugsgröße:</u> Umsatz FSC-Produkte / Umsatz zertifizierungsfähiger Artikelgruppen pro Jahr	<ul style="list-style-type: none"> Marktrecherchen 	laufend	Produktmanagement
Logistik			
Reduzierung der Durchlaufzeiten bei Wareneingängen um 5 % bei gleichzeitiger Optimierung der Wareneingangskontrolle <u>Bezugsgröße:</u> Warenwert eingehender Lieferungen / effektive Arbeitszeit im Wareneingang pro Jahr	<ul style="list-style-type: none"> Einsatz eines Barcode-Systems im Wareneingang 	2004	Leitung Logistik
Logistik			
Reduzierung des Verpackungsmaterials Karton/Pappe bei Warenanlieferungen um 10 % <u>Bezugsgröße:</u> Entsorgte Menge Karton-Pappe / Warenwert eingehender Lieferungen	<ul style="list-style-type: none"> Feststellen des Einsparpotenzials von Verpackungen und Füllstoffen, ohne die Transport-sicherheit zu gefährden Durchführung von Lieferantengesprächen 	2003	Leitung Logistik
Logistik			
Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Warenanlieferungen <u>Bezugsgröße:</u> Durchschnittliches Warengewicht pro Wareneingang	<ul style="list-style-type: none"> Reduzierung der Anzahl der Anliefervorgänge durch Bündelung von Lieferantbestellungen unter Berücksichtigung des konkurrierenden Zieles „Minimierung der Kapitalbindungskosten im Lager“ 	2003	Leitung Logistik
Arbeitsplatzgestaltung			
Weitere Optimierung der Arbeitsbedingungen im Wareneingang und Service am Standort Greußenheim	<ul style="list-style-type: none"> Anschaffung eines Spezialsaugers für Verpackungsfüllstoffe (z. B. Papierschnitzel, Bio-Chips) 	2003	Leitung Logistik
Dokumentation und Information			
Reduzierung des Papierverbrauchs bei ausgehenden Dokumenten um 20 %	<ul style="list-style-type: none"> Einführung eines papierlosen Archivierungssystems, gekoppelt mit dem Warenwirtschaftssystem 	2004	Leitung Qualitäts- und Umweltmanagement Leitung Rechnungswesen

Liebe Leserinnen und Leser!

*Ihre Meinung ist
uns sehr wichtig.*

Vielleicht haben Sie ja bei der Lektüre unseres ersten Nachhaltigkeitsberichts die eine oder andere Information vermisst oder haben **Ideen und Anregungen**, wie wir den Bericht in Zukunft verbessern können.

Für **Kritik, Wünsche oder Fragen** sind wir immer offen und freuen uns über Ihre Nachricht diesbezüglich.



*Rufen Sie uns an,
schreiben oder
faxen Sie uns!*

memo AG

Lothar Hartmann
Leitung Qualitäts- und Umweltmanagement

Telefon 0 93 69/905-226

Telefax 0 93 69/905-326

E-Mail: l.hartmann@memo.de

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Ihr memo-Team

Den Nachhaltigkeitsbericht zum Download finden Sie auch im Internet unter:
www.memo.de

Impressum

Herausgeber:

memo AG
Am Biotop 6
97259 Greußenheim
Telefon 0 93 69/905-0
Telefax 0 93 69/905-222

Inhalt:

memo AG
Lothar Hartmann,
Leitung Qualitäts- und
Umweltmanagement

Grafik:

Wölfel Design
Huberstraße 10
97084 Würzburg

Fotografie:

Jochen Schreiner
Antonie-Werr-Straße 10
97082 Würzburg

memo AG
Isabell Siebenlist

Satz:

Fotosatz Richard
Sickershäuser Weg 4a
97318 Kitzingen

Litho & Druck:

Vogel Druck
Leibnizstraße 5
97204 Höchberg

Dieser Bericht ist mit
Pflanzenölfarben auf
100 % Recyclingpapier
gedruckt.
Umschlag und Innenteil:
Recymago (Dalum).



**Gerne senden wir Ihnen
weiteres Informationsmaterial:**

- Gesamtkatalog – kostenlos
- memo-Beschaffungskriterien
- Info-Paket „Lichtblick“ – kostenlos
- Info-Paket „Initiative Pro Recyclingpapier“ – kostenlos
- Leitfaden „Ökologie im Büro“ – 14,25 € zzgl. 7 % MwSt.
- Newsletter per e-mail
(Anmeldung im Internet unter www.memo.de)

WASSER – QUELLE DES LEBENS

„Wasser ist Leben“ – so schrieb Antoine de Saint-Exupéry in seinem Buch „Wind, Sand und Sterne“ – wie Recht er doch hatte!

Jedes uns bekannte Lebewesen besteht zu einem Teil aus Wasser, beim menschlichen Körper ist der Anteil etwa 66 %. Ohne Wasser überlebt ein Mensch nur wenige Tage.

Zwei Drittel der Erdoberfläche sind mit Wasser bedeckt, doch über 97 % davon sind wegen des Salzgehaltes nicht als Trinkwasser nutzbar. Weitere 2 % sind Polareis und Gletscher, so dass für die direkte menschliche Nutzung gerade einmal knapp 1 % der weltweiten Wassermenge zur Verfügung steht.

Zudem ist dieses Wasser sehr ungleich über den Globus verteilt. 60 % der nutzbaren Trinkwasser-Reserven befinden sich in nur zehn Staaten (allen voran USA, Russland, Brasilien und Indonesien), während z. B. Jordanien, Singapur und Libyen kaum über eigene Wasserreserven verfügen.

Über 1 Milliarde Menschen hat bereits heute keinen ausreichenden Zugang zu sauberem Wasser. In den weitaus meisten Ländern der Erde gehört die Trinkwasserversorgung zu den dringendsten Zukunftsproblemen.

Nur eine dauerhaft naturverträgliche, wirtschaftliche und soziale Entwicklung kann unsere Wasservorräte als Ressource für nachfolgende Generationen bewahren!

memo
...NACHHALTIG GUT

memo AG

Am Biotop 6
D-97259 Greußenheim

Telefon	0 93 69/9 05-
Zentrale	-0
Beratung & Kundenservice:	
Büro- & Schulbedarf	-100
Büro-Einrichtung	-150
Werbe-Artikel	-160
Qualitäts- und Umweltmanagement	-226
Telefax	0 93 69/9 05-
Bestellfax	-111
Zentrale	-222

Internet

<http://www.memo.de>
E-Mail: info@memo.de

Falls Empfänger verzogen, bitte nachsenden!
Anschriftenberichtigungskarte mit neuer
Anschrift! Falls unzustellbar, zurück an:
memo AG, Am Biotop 6, 97259 Greußenheim

Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt
97070 Würzburg 1

