

memo

...NACHHALTIG GUT

Klimaneutral produziert
und versendet.



Ökologie



Ökonomie



Soziales



Qualität



Nachhaltigkeitsbericht 2013/14



Liebe Leserin, lieber Leser

*Die Vorstands-
mitglieder der
memo AG.*

Die memo AG ist ein Versandhandelsunternehmen für Büro-, Haushalts- und Schulbedarf, Einrichtung und Werbeartikel.

Von Beginn an war es unsere Vision, mit einer langfristig angelegten, gleichermaßen ökonomisch, ökologisch und sozial ausgerichteten Strategie wirtschaftlich erfolgreich zu sein und gesellschaftliche Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt wahrzunehmen. Wir bieten die beste Art, nachhaltig einzukaufen und wollen Marktführer in Europa sein, mit einem Angebot geprüfter nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen.

Wir erreichen unsere Vision nur, wenn unsere Kunden mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufrieden sind und unsere Mitarbeiter sich im Unternehmen wohlfühlen, die Ziele des Unternehmens mittragen und aktiv an ihrer Umsetzung teilnehmen.

Ganzheitlich orientiert

Die Geschäftsführung der memo AG hat Nachhaltigkeit zum Kerngeschäft des Unternehmens bestimmt. Wir fokussieren uns nicht auf einzelne Aspekte, sondern setzen das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich im Unternehmen um.

Alle wesentlichen Unternehmensprozesse – von der Sortimentsgestaltung über die Herstellung unserer Werbemedien bis zum Versand und der Rücknahme unserer Produkte – analysieren und optimieren wir laufend bezüglich ihrer Klimaverträglichkeit und Ressourcenintensität.

Das gleiche gilt für unser Firmengebäude und die Betriebsanlagen. Den Ressourcenverbrauch und die Erzeugung schädlicher Treibhausgasemissionen vermeiden wir soweit möglich oder reduzieren diese weitestgehend durch den Einsatz regenerativer Energieträger.

Unsere Mitarbeiter sind das Herz unseres Unternehmens. Wir pflegen einen vertrauensvollen, wertschätzenden Umgang untereinander. Die Unternehmenskultur ist geprägt durch Respekt, Fairness, Transparenz und Verbindlichkeit. Wir setzen Vertrauen in unsere Mitarbeiter, übertragen ihnen Verantwortung, fördern Mut zur Entscheidung und beteiligen sie am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens.

Unsere Kunden profitieren von qualitativ hochwertigen, langlebigen und ökologisch sinnvollen Produkten zu einem fairen Preis sowie einem durchgängig ökologisch optimierten Serviceangebot.

Zu unseren Lieferanten und Herstellern pflegen wir einen intensiven persönlichen Kontakt und streben eine langfristige, partnerschaftliche Zusammenarbeit an. Auch bei ihnen wollen wir nachhaltiges Verhalten fördern.

Darüber hinaus bringen wir unser umfassendes Know-How in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit seit Jahren aktiv in die Arbeit mit renommierten Umweltverbänden und -institutionen ein.

Chancen und Risiken

Aus unserer Sicht ist nachhaltiges Wirtschaften die beste Voraussetzung für dauerhaften, stabilen Erfolg. Wir sind überzeugt, mit unserem Angebot geprüfter, nachhaltiger Produkte ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell gewählt zu haben. Die Entwicklung eines nachhaltigen Konsums spielt eine zentrale Rolle für eine lebenswerte Zukunft nachfolgender Generationen. Allerdings vollzieht sich diese Entwicklung langfristig und in kleinen Schritten.

Gerade als Unternehmen mit einer ganzheitlich nachhaltig angelegten Strategie ist deshalb eine sorgfältige Planung und Abwägung von Investitionen und Maßnahmen essentiell. So stehen wir immer wieder vor der großen Herausforderung, geeignete und machbare Lösungen für die praktische Umsetzung unserer Geschäftsstrategie zu finden.

Nachhaltige Zieldefinitionen erfordern meist einen höheren Einsatz personeller und finanzieller Ressourcen, die sorgfältig geplant werden müssen. Obwohl wir in den letzten drei Jahren kein bedeutendes Umsatzwachstum zu verzeichnen hatten, haben wir bewusst in den Ausbau von Personal investiert, um unser Geschäftsmodell weiter zu fördern.

Der Fokus liegt dabei auf einer gezielteren Ansprache unterschiedlicher Kundengruppen über verschiedene Vertriebswege. Gerade beim Privatverbraucher sehen wir noch enormes Potenzial. Deshalb optimieren wir unser Sortiment und unsere Online-Plattformen für diese Kundengruppe und schaffen eine klare Trennung zwischen gewerblichem und privatem Endverbraucher in der Sortimentsgestaltung und Kundenkommunikation.

Transparente Berichterstattung

Wir berichten bereits zum sechsten Mal über unsere Nachhaltigkeitsleistungen in allen Bereichen unseres Unternehmens. Selbstverständlich werden dabei nicht nur Erfolge, sondern auch Probleme und eventuelle Rückschläge offen angesprochen.

In der aktuellen Ausgabe liegt der Schwerpunkt in der Erstellung von Umwelt- und Klimabilanzen für unsere Produkte und unser Unternehmen. Diese dienen aus unserer Sicht hervorragend zur Identifikation und Formulierung von weiteren Verbesserungsmöglichkeiten.

memo
...NACHHALTIG GUT



Gerade bei der Erstellung von ausführlichen Ökobilanzen für Produkte über ihren gesamten Lebensweg ist eine Einbeziehung der beteiligten Zulieferunternehmen unabdingbar. Im Jahr 2012 haben wir zusammen mit unseren Lieferanten für zwei ausgewählte Produkte aus unserem Markensortiment umfassende Lebenszyklusanalysen erstellt. Für die Analyse jedes Produktes wurden dafür etwa sechs Personenmonate Zeit alleine bei der memo AG investiert. Gerade für vergleichsweise kleine Unternehmen wie die memo AG, die zudem als Händler nicht für den eigentlichen Herstellungsprozess verantwortlich sind, ist es nahezu unmöglich, für alle gelisteten Produkte eine Ökobilanz zu erstellen.

Die optimale Lösung wäre, wenn Herstellerunternehmen und Verarbeiter von Rohstoffen bereits eine Ökobilanz für ihren Produktionsprozess erstellen und diese in verdichteter Form an die nächsten Unternehmen in der Kette weitergeben. Positive nachhaltige Produkteigenschaften könnten auf diese Weise wesentlich besser erkannt und kommuniziert werden. Nachhaltige Kaufentscheidungen würden dadurch gefördert.

Die kurz- bzw. mittelfristigen Ziele der memo AG und die geplanten Maßnahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagements finden Sie am Ende dieser Dokumentation. Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen!



Helmut Kraiß
für den Vorstand der memo AG

Hinweis zur „Sprachregelung“:

Seit der Gründung von memo ist die Gleichberechtigung von Mann und Frau in unserem Unternehmen eine gelebte Selbstverständlichkeit. Im Sinne der leichteren Lesbarkeit schließt in diesem Bericht die männliche Form jeweils auch die weibliche mit ein.



Wegweiser Piktogramme

Diese Piktogramme zeigen, welche Dimensionen der Nachhaltigkeit für die jeweiligen Themenbereiche in diesem Bericht zutreffen.



SEITE 4–7

GESCHICHTE

Seit mehr als 20 Jahren bieten wir unseren Kunden ökologisch sinnvolle und qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen rund um den Arbeitsplatz und das tägliche Leben.

SEITE 8–11

MANAGEMENTSYSTEM

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

SEITE 12–15

ÖKONOMIE

Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg steht bei memo im Einklang mit ökologischen, sozialen und qualitativen Aspekten.

SEITE 16–27

MITARBEITER

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

SEITE 28–35

PRODUKTE

In unser Produktsortiment nehmen wir ausschließlich qualitativ hochwertige und langlebige Angebote auf, vor allem aber suchen wir die jeweils umweltverträglichsten Alternativen der jeweiligen Sparte.

SEITE 36–43

PROZESSE

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

SEITE 44–51

RESSOURCEN

Durch sparsamen Energieverbrauch und gezielte Abfallvermeidung schont memo wertvolle Ressourcen, minimiert Schadstoffemissionen und betreibt damit aktiven Klimaschutz.

SEITE 52–55

OFFENE KOMMUNIKATION

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

SEITE 56–58

ZIELE UND MASSNAHMEN

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

SEITE 59

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.

Alles andere als verstaubt ...

In mehr als 20 Jahren haben wir uns weiterentwickelt und das Sortiment wurde um ein Vielfaches größer. Aber eines ist immer geblieben: die Nachhaltigkeit.



Als Klemmrückenmappe bin ich ein Büro-Klassiker und war bereits im ersten memo Katalog abgebildet. Menschen mit geistiger Behinderung stellen mich in Deutschland her.

Nachhaltiges Wachstum und ausgezeichnete Leistungen zugunsten Mensch, Umwelt und Klima

1990/91 Start ins Versandhandelsgeschäft



Mit einer Auflage von 10000 Exemplaren und einem Gesamtsortiment von rund 700 Artikeln geht der erste 40-seitige memo Katalog in Druck. Die Geschäftsidee vom umweltverträglichen Bürobedarf zu günstigen Preisen kommt an!

Damals wie heute ist es unser Anspruch, möglichst viele Menschen von nachhaltigen Alltagsprodukten zu überzeugen.

1999 memo wird zur AG

memo wird von einer GmbH in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Diese Gesellschaftsform ermöglicht es, dass jeder fest angestellte Mitarbeiter über ein innovatives Beteiligungsmodell Anteile am Unternehmen halten kann.

2000 Zertifizierung unseres Managementsystems

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

1992 memo „Wertstoff-Box“

Wir entwickeln die memo „Wertstoff-Box“, ein spezielles Rücknahmesystem, das dem Kunden die bequeme Sammlung und kostengünstige Rücksendung von Pfandprodukten, wiederverwertbaren Tonermodulen, Inkjet-Druckköpfen und verbrauchten Produkten ermöglicht.

2001 10 Jahre memo

Das kontinuierliche Wachstum, die Ausweitung des Produktsortiments und die steigende Mitarbeiterzahl erfordern die erneute Erweiterung von Lager und Büroflächen. Mit 70 Mitarbeitern erwirtschaften wir mittlerweile einen Umsatz von ca. 12,5 Mio. €. Das Sortiment umfasst rund 7000 Artikel, die an insgesamt rund 100 000 Kunden verkauft werden.

1995 Umzug ins Grüne

Aus Kapazitätsgründen beziehen wir ein eigenes Firmengebäude ca. 15 km westlich von Würzburg, das nach gesundheits- und umweltverträglichen Kriterien geplant und gebaut wurde.



B.A.U.M.-Umweltpreis

Für sein Engagement für „praktische Leistungen zugunsten eines vorbeugenden und ganzheitlichen Umweltschutzes im Unternehmen“ wird dem Mitbegründer der memo AG, Jürgen Schmidt, der B.A.U.M.-Umweltpreis verliehen.

1998 www.memo.de

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

„Mehrweg“ im Paketversand

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

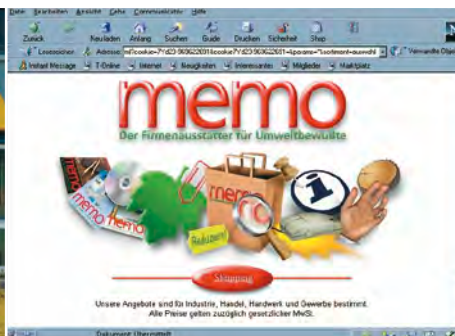
2002 www.memoworld.com

Immer mehr nachhaltig gute Qualitätsprodukte tragen den Markennamen „memo“. Mit einer gesonderten Internet-Plattform speziell für memo Markenprodukte wird die Basis für den Aufbau eines europaweiten Händlernetzes gelegt.

Weitere Informationen finden Sie auf Seite 39.



1995



1998



2002

2004 Der erste Privatkunden-Katalog erscheint



Aufgrund der immer größer werdenden Zahl von privaten Interessenten erscheint im Herbst 2004 erstmals ein 50-seitiger Katalog mit ausgesuchten Angeboten für Endverbraucher. Das Gesamtsortiment umfasst zu diesem Zeitpunkt über 8 000 Artikel.

2005 Deutsche Auszeichnung für Nachhaltigkeitsbericht

memo erhält den „Deutschen Umwelt Reporting Award 2005“ (DURA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in der Kategorie der kleinen und mittelständischen Betriebe – verliehen von der Deutschen Wirtschaftsprüferkammer.

memo wird FSC®-zertifiziert

Als erster deutscher Groß- und Einzelhändler wird die memo AG nach den Kriterien des FSC® zertifiziert (GFA-COC-001238).

2006 Europäische Auszeichnung für Nachhaltigkeitsbericht

Im April folgt eine weitere Auszeichnung für die Dokumentation der ökologischen und sozialen Leistungen der memo AG: der „European Sustainability Reporting Award 2005“ (ESRA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in Europa, u. a. verliehen von der Europäischen Kommission, Generaldirektion Umwelt.

Premiere auf der „BioFach“ in Nürnberg

Erstmals stellen wir unser memo Markensortiment auf der Weltleitmesse für ökologische Konsumprodukte der Branche vor – mit großem Erfolg!

Klimaneutraler Paketversand



Mit dem „Grünen Paket“ des Logistikpartners DHL verschickt memo als einer der ersten Versender alle Pakete klimaneutral: Die beim Transport der Ware entstehenden Treibhausgas-Emissionen werden berechnet und durch die Förderung internationaler Umweltschutzprojekte ausgeglichen.

2007 Bau einer Holz-Hackschnitzel-Heizung

Der Bau einer Holz-Hackschnitzel-Anlage auf dem im Jahr zuvor erweiterten Firmengelände ermöglicht eine nahezu klimaneutrale Wärmeversorgung aller memo Betriebsgebäude. Die nachwachsenden Rohstoffe beziehen wir direkt aus der Region.

memo wird klimaneutral



Durch die Kompensation der letzten unvermeidbaren Restemissionen im operativen Geschäft – die z. B. beim Druck und Transport der Kataloge, beim Betrieb unserer Heizanlage, für die Stromversorgung und bei Geschäftsreisen entstehen – ist die memo AG ab 2007 ein klimaneutral agierendes Unternehmen.

Lesen Sie dazu auch Seite 50 und 51.

Jürgen Schmidt ist „Ökomanager des Jahres“

Für seinen wirtschaftlich erfolgreichen Einsatz für Nachhaltigkeit erhält Jürgen Schmidt im November 2007 die Auszeichnung „Ökomanager des Jahres“ in der Kategorie der mittelständischen Unternehmer. Mit diesem renommierten Preis ehren der WWF und das Wirtschaftsmagazin „Capital“ seit 1990 Unternehmenslenker, die Ökologie und Ökonomie vorbildlich verbinden.

2008 Bayerische Staatsmedaille

Der Bayerische Staatsminister Dr. Otmar Bernhard verleiht Jürgen Schmidt die Staatsmedaille für Verdienste um Umwelt und Gesundheit.



2009 Die „memo Box“ kommt

Auf Basis der „Postbox“ von DHL entwickelt, führen wir Anfang 2009 ein eigenes Mehrweg-Versandsystem für unseren Versand ein – die „memo Box“. Durch ihre fast unbegrenzte Lebensdauer weisen die gelben Behälter eine hervorragende Ökobilanz auf.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 42.

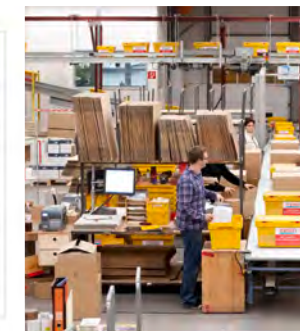
Deutscher Nachhaltigkeitspreis



Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Deutschlands recyclingpapierfreundlichstes Unternehmen 2009

Die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. zeichnet die memo AG mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis als „recyclingpapierfreundlichstes Unternehmen 2009“ aus. Zudem zählt memo zu den Top 3 „Deutschlands nachhaltigster Unternehmen 2009“ sowie „Deutschlands nachhaltigstem Recycling 2009“.



2005

2006

2007

2010



Bester Nachhaltigkeitsbericht

Der Nachhaltigkeitsbericht 2009/10 belegt beim Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), durchgeführt von der Unternehmensinitiative future e.V. und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung IÖW, den 1. Platz.

2010 Logistik-Umbau

Im Juli 2010 beginnt das bisher größte Projekt der memo AG. Alle Mitarbeiter helfen an einem Wochenende mit, das zentrale Warenlager auszuräumen und damit den Weg freizumachen für eine neue Lagerwirtschaft und die Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems.

„Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen“ in Gold

Die Verbraucher Initiative e.V. zeichnet die memo AG als einziges Unternehmen als „Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen 2010“ in Gold aus.

2011 20 Jahre memo

memo wird 20 und feiert mit zahlreichen Geburtstagsaktionen, die sich in erster Linie im Online-Shop abspielen, denn mittlerweile geht jede zweite Bestellung über das E-Commerce Portal www.memo.de ein.

Deutscher Umweltpreis

Jürgen Schmidt erhält als „Trendsetter der Nachhaltigkeit“, der „ökologisch und ethisch überzeugt und mit ehrgeizigen wirtschaftlichen Zielen“ seine unternehmerischen Entscheidungen trifft, den Deutschen Umweltpreis der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU).

2012 2. Platz für Nachhaltigkeitsbericht

Der memo Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 erreicht im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittelständische Unternehmen von future e.V. und IÖW den 2. Platz.

„Best Practice“-Unternehmen

Der WWF zeichnet die memo AG als „Best Practice“-Unternehmen aufgrund ihres verantwortungsvollen Umgangs mit den Ressourcen Holz und Papier aus.

„memo Box“: von „Gelb“ auf „Grün“

Wir lassen erstmals eigene „memo Boxen“ – natürlich in Grün – produzieren und verbessern das Mehrweg-Versandsystem weiter.

Details finden Sie ab Seite 42.

memo erhält Utopia Award

Als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit wird die memo AG mit dem Utopia Award 2012 als „Changemaker des Jahres“ ausgezeichnet.

Nachhaltigkeitspreis Mainfranken

memo erhält als Arbeitgeber, der nachhaltiges Wirtschaften in der Region vorbildlich vorlebt, den erstmalig ausgelobten Nachhaltigkeitspreis Mainfranken 2012 in der Kategorie „51–250 Mitarbeiter“.



Beitritt zum Bündnis Familie und Arbeit

Die memo AG tritt als 22. Mitglied dem Bündnis Familie und Arbeit in der Region Würzburg bei. Ziel ist es, Familienfreundlichkeit in Stadt und Land Würzburg als feste politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Größe zu verankern und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf positiv zu beeinflussen.

2013 Nominierung für den CSR-Preis der Bundesregierung

Die memo AG ist in der Kategorie „Mittlere Unternehmen mit 50 bis 499 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ für den CSR-Preis der Bundesregierung nominiert.

Alternativer Gesundheitspreis der BKK advita

Die memo AG belegt den 1. Platz des Alternativen Gesundheitspreises 2012 der BKK advita. Mit dem erstmalig ausgelobten Gesundheitspreis zeichnet die Krankenkasse kleine und mittelständische Unternehmen mit bis zu 300 Beschäftigten aus, die sich für eine nachhaltige betriebliche Gesundheitsförderung einsetzen und gleichsam ökologische Aspekte berücksichtigen.



2011

2012

2013

Business Case: Nachhaltigkeit

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



Ich helfe den Mitarbeitern bei memo Ideen zu entwickeln, Ergebnisse zu bewerten und Entscheidungen zu treffen. So trage ich zum kontinuierlichen Verbesserungsprozess bei.



Die vierte Dimension

Ökologische, ökonomische und soziale Aspekte stehen seit jeher gleichberechtigt im Mittelpunkt unseres unternehmerischen Denkens und Handelns.

memo erweitert das Prinzip der Nachhaltigkeit um eine vierte Dimension –

die Qualität. Umwelt- und Qualitätsziele stehen bei memo gleichrangig neben den betriebswirtschaftlichen und sozialen Zielen.

Qualität ist ein wichtiger Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsmanagementsystems, denn qualitativ hochwertige Produkte haben eine längere Lebensdauer und sind reparaturfähig. Indem sie weniger häufig hergestellt werden, schonen sie wertvolle Ressourcen und damit auch Umwelt und Klima. Zusätzlich ist Qualität ein relevanter Aspekt, um die Zufriedenheit unserer Kunden zu fördern und sicherzustellen. Und letztlich schonen Qualitätsprodukte auch den Geldbeutel. Qualität bedeutet für uns aber auch, bei unseren Prozessen und Maßnahmen die jeweils höchstmöglichen Standards anzulegen.

Unsere Vision



memo AG – Helmut Kraiß,
Mitglied des Vorstands

„Als Unternehmen wollen wir langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein und gleichzeitig unsere gesellschaftliche Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt wahrnehmen. Wir bieten die beste Art, nachhaltig einzukaufen und wollen Marktführer in Europa sein, mit einem Angebot geprüfter nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen.“

Wir erreichen unsere Vision nur, wenn unsere Kunden mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufrieden sind und unsere Mitarbeiter sich im Unternehmen wohlfühlen, die Ziele des Unternehmens mittragen und aktiv an ihrer Umsetzung teilnehmen. Fest definierte Leitlinien dienen als Orientierung zur Umsetzung unserer nachhaltigen Unternehmensphilosophie.



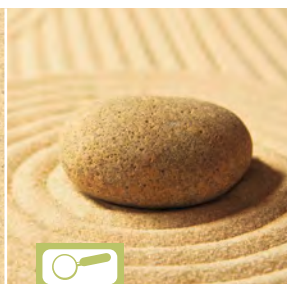
ÖKOLOGIE



ÖKONOMIE



SOZIALES



QUALITÄT

Unser Denken und Handeln

VERANTWORTUNG

Wir stellen uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung: Ökologie, Soziales, Ökonomie und Qualität sind die Basis unseres unternehmerischen Handelns.

UMWELT

Der Schutz von Umwelt und Klima und die Schonung von Ressourcen stehen bei allen Unternehmensprozessen und Geschäftstätigkeiten im Mittelpunkt.

ÖKONOMIE

Wir wollen Wachstum, aber nicht um jeden Preis: Langfristiger Erfolg ist uns wichtiger als kurzfristige Gewinnmaximierung.

KUNDEN

Unsere Kunden stellen wir durch ein ökologisch und sozial verträgliches Sortiment, faire Preise und überzeugenden Service zufrieden.

MITARBEITER

Unsere Mitarbeiter sind das höchste Gut: Unsere Unternehmenskultur ist geprägt durch gegenseitiges Vertrauen, Respekt und die Beteiligung am wirtschaftlichen Erfolg.

PRODUKTE

Unser Anspruch ist es, für jeden Produktbereich die jeweils nachhaltigste Alternative zu einem marktgerechten Preis anzubieten.

PARTNER

Durch unsere Zusammenarbeit mit anerkannten Organisationen unterstützen wir aktiv Ideen und Projekte zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung.

KOMMUNIKATION

Wir treten in Dialog und sprechen transparent, ehrlich und regelmäßig über unsere Ziele, Leistungen und Maßnahmen.

LIEFERANTEN

Wir arbeiten langfristig und partnerschaftlich mit unseren Lieferanten zusammen und fördern auch bei ihnen nachhaltiges Verhalten.

Nachhaltigkeit als Kerngeschäft

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir nachhaltigen und bewussten Konsum fördern. Wir haben das Thema Nachhaltigkeit zu unserem Kerngeschäft gemacht und setzen es ganzheitlich im Unternehmen um.

Sortimentsgestaltung und Beschaffung

In unser Sortiment nehmen wir ausschließlich sorgfältig geprüfte, umwelt- und sozialverträgliche sowie qualitativ hochwertige Produkte auf. Damit leisten wir unseren Beitrag zur Durchdringung des Marktes mit nachhaltigen Produkten. Unser Anspruch ist es, für jeden Produktbereich die jeweils nachhaltigste Alternative anzubieten – und das zu einem marktfähigen Preis. Soweit sinnvoll orientieren wir uns bei der Produktlistung an den Kriterien anerkannter Umweltzeichen und Gütesiegel.

Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf unsere memo Markenartikel. Sie erfüllen besonders hohe ökologische Standards, um Mensch, Umwelt und Klima bei Herstellung, Gebrauch und Verwertung geringstmöglich mit Schadstoffen zu belasten.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 28.

Herstellung und Versand der Produktkataloge

Trotz nach wie vor steigender Nutzung des Internets ist der Produktkatalog für uns als Versandhändler unverzichtbar und entscheidend für den Erfolg im Wettbewerb. Herstellung, Verpackung und Versand der Kataloge sind bedeutende Nachhaltigkeitsaspekte für die memo AG. Durch Materialauswahl, Auflagenkontrolle und Auswahl der Dienstleister minimieren wir negative Umweltauswirkungen.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 38.

Warenversand

Unser Ziel ist es, vom Kunden bestellte Waren möglichst schnell, bzw. zu einem gewünschten Termin in der richtigen Qualität am korrekten Bestimmungsort zur Verfügung zu stellen. Neben dem herkömmlichen Versandkarton bieten wir unseren Kunden be-

reits seit 1998 die Zustellung ihrer Ware im ökologischen Mehrweg-Versandsystem – der „memo Box“ – an. Über unser Warenwirtschaftssystem errechnen wir automatisch die für den jeweiligen Kundenauftrag optimale Größe des Versandpaketes und reduzieren dadurch Verpackungsabfall. Als Füllstoff zur Produktsicherung verwenden wir ausschließlich Recyclingpapier.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 41.

Personalmanagement

Die Mitarbeiter sind unser höchstes Gut: Unsere Unternehmenskultur ist geprägt durch gegenseitiges Vertrauen, Respekt und die Beteiligung am wirtschaftlichen Erfolg. Wir pflegen eine offene Informationspolitik und ermitteln regelmäßig die Zufriedenheit der Mitarbeiter über anonyme Befragungen. Darüber hinaus bieten wir umfassende, freiwillige betriebliche Sozialleistungen an.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 16.

Ressourcenmanagement

Der Schutz von Umwelt und Klima und die Schonung von Ressourcen spielen eine zentrale Rolle bei allen Unternehmensprozessen und Geschäftstätigkeiten. Unser Motto lautet: Umweltauswirkungen vermeiden vor reduzieren vor kompensieren. Wir erreichen dies durch sparsamen Energieverbrauch, der Nutzung regenerativer Energieträger und den Einsatz moderner Technik.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 44.

Ökonomie

Als Unternehmen wollen wir wirtschaftliches Wachstum, aber nicht um jeden Preis. Langfristiger Erfolg ist uns wichtiger als kurzfristige Gewinnmaximierung. Unsere Aufgabe sehen wir darin, nachhaltigen Produkten den Weg in den Massenmarkt zu ebnen und diese für alle Verbraucher zugänglich und erschwinglich zu machen.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 12.

WESENTLICHE UNTERNEHMENSAKTIVITÄTEN DER memo AG

Sortimentsgestaltung und Beschaffung

Wichtige Leitindikatoren:

- Anzahl Produkte mit Umweltzeichen / Gütesiegel im Sortiment
- Anzahl Neuheiten im Sortiment
- Umsatzanteil memo Markenprodukte

Herstellung und Versand der Produktkataloge

Wichtige Leitindikatoren:

- Art der verwendeten Materialien
- Treibhausgasemissionen durch die Herstellung eines Kataloges
- Treibhausgasemissionen durch den Versand eines Kataloges

Warenversand

Wichtige Leitindikatoren:

- Versandanteil im Mehrwegsystem „memo Box“
- Anzahl versendete Pakete je Kundenauftrag

Personalmanagement

Wichtige Leitindikatoren:

- Mitarbeiterzufriedenheit
- Angebot freiwilliger, betrieblicher Sozialleistungen

Ressourcenmanagement

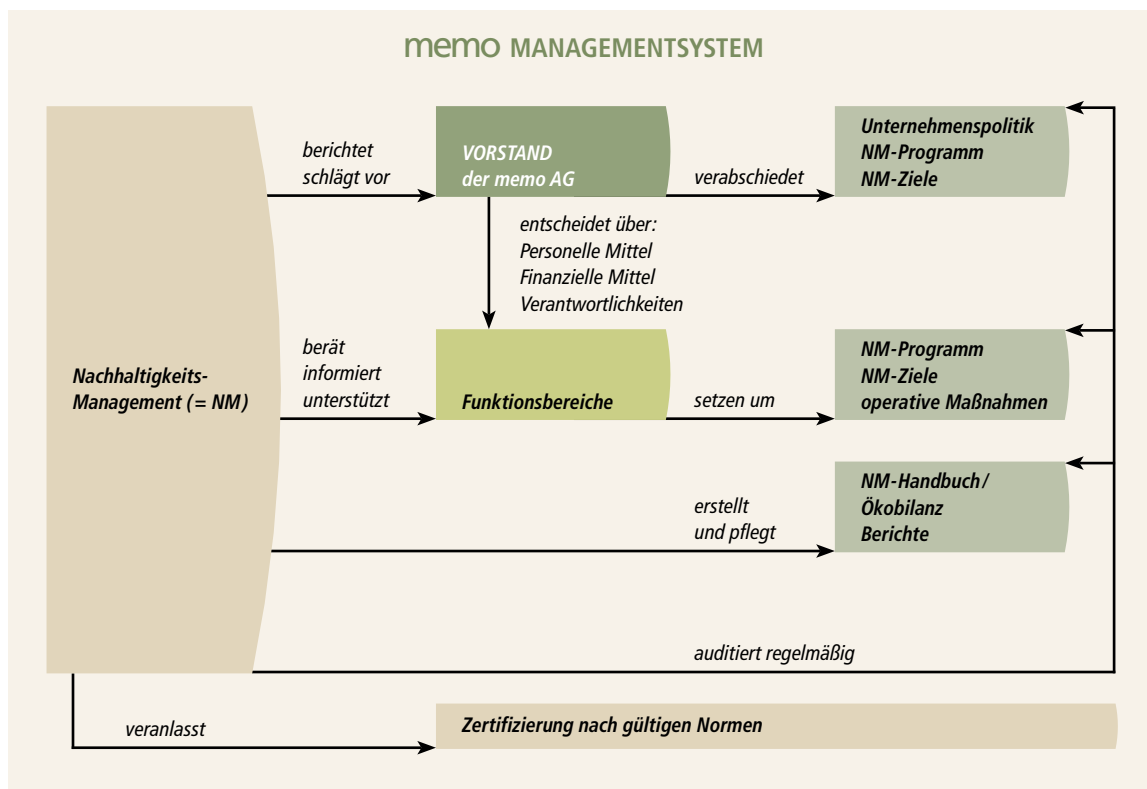
Wichtige Leitindikatoren:

- Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtenergiebedarf
- Treibhausgasemissionen durch Strombedarf je Mitarbeiter
- Treibhausgasemissionen durch Wärmeversorgung je m² Gebäudefläche

Ökonomie

Wichtige Leitindikatoren:

- Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)
- Eigenkapitalquote



Das Nachhaltigkeitsmanagement

Für die praktische Umsetzung unserer Unternehmensphilosophie hat der Vorstand der memo AG die Abteilung Nachhaltigkeitsmanagement eingerichtet. Ihre Aufgabe ist der Betrieb und die Überwachung unseres integrierten Managementsystems sowie die Beratung, Koordination und Unterstützung der Funktionsbereiche zu allen nachhaltigkeitsrelevanten Themen.

In der Organisationsstruktur der memo AG ist das Nachhaltigkeitsmanagement als Stabsstelle direkt dem Vorstand unterstellt und gegenüber den Funktionsbereichen organisatorisch unabhängig.

Kontinuierliche Verbesserung

Unser Managementsystem gewährleistet die Umsetzung der in der Unternehmensphilosophie festgelegten Forderungen und die kontinuierliche Verbesserung unserer Prozesse und Tätigkeiten.

Dabei sind wir stets bemüht die einzelnen Schritte überschaubar zu halten. Schließlich geht es um die Annäherung an eine nachhaltige Wirtschafts- und Lebensweise, deren Leitbild sich im Laufe der Zeit stets weiterentwickelt und ständigen Veränderungen unterliegt.

Durch die aktive Teilnahme aller Mitarbeiter – jeder ist bei memo für Qualitätssicherung und Umweltschutz in seinem Arbeitsbereich selbst verantwortlich – gelingt es uns, das Managementsystem in allen Unternehmensbereichen fest zu verankern.

Wesentliche Elemente unseres Managementsystems

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

Werden während eines Audits Abweichungen zu den festgelegten Forderungen im Managementsystem festgestellt, leiten wir umgehend geeignete Verbesserungsmaßnahmen ein. Bei umfangreichen Abweichungen wird die Geschäftsleitung informiert.

Der Fokus unserer Audits liegt jedoch darin, aktuelle Problemstellungen gemeinsam zu diskutieren und geeignete Verbesserungsmaßnahmen zu definieren.

Kommunikation und Information sind wesentliche Elemente unseres Managementsystems. Ziele, Maßnahmen, Verantwortlichkeiten, Termine und begleitende Dokumente werden im Intranet der memo AG verwaltet und sind im gesamten Unternehmen jederzeit verfügbar.

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.

Umfang und Genauigkeit der Datenerhebung für die Umweltbilanz orientieren sich an:

- Relevanz der zu erwartenden Umweltauswirkungen
- Verbesserungspotenzial der zugehörigen Prozesse
- Aussagekraft der Daten (Kennzahlenbildung)
- Wirtschaftliche und technische Realisierbarkeit der Datenerfassung

Zum Jahresbeginn führt das Nachhaltigkeitsmanagement eine **Managementbewertung** durch und erstellt einen **Systembewertungsbericht**. Dieser wird dem Vorstand zusammen mit der Umweltbilanz und wesentlichen Ergebnissen der Audits vorgestellt.

Auf Grundlage der Kennzahlen und Ergebnisse aus Managementbewertung, Umweltbilanz und Audits beurteilt der Vorstand Zielerreichung und Funktionsfähigkeit des Managementsystems, identifiziert die bedeutenden Nachhaltigkeitsaspekte und erstellt das Managementprogramm der memo AG mit neuen Zielen 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 mitzubestimmen.

Alle Zielvorgaben und Maßnahmen werden regelmäßig mit den Bereichen Arbeitssicherheit, Risikomanagement und Datenschutz abgestimmt.

Das richtige Maß zählt!

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir wirtschaftliches Wachstum, allerdings nicht um jeden Preis.



Als mechanische Waage bringe ich Dinge ins Gleichgewicht – so, wie die memo AG täglich die Balance zwischen Ökologie, sozialer Verträglichkeit und Wirtschaftlichkeit findet.



Die memo AG ist ein Handelsunternehmen am Standort Greußenheim bei Würzburg. Um dem Unternehmen eine zukunftsweisende Struktur und Rechtsform zu geben und die Mitarbeiter am Firmenerfolg zu beteiligen, wurde die memo Handel mit ökologisch sinnvollen Produkten GmbH

1999 in die memo AG umgewandelt. Die Aktiengesellschaft ist nicht börsennotiert. 100 % der Stammaktien befinden sich in den Händen der vier Gründungsgesellschafter – von denen drei nach wie vor aktiv in Führungspositionen im Unternehmen tätig sind. Die Mitarbeiter halten aktuell über eine Beteiligungsgesellschaft einen Anteil von ca. 2 % des gezeichneten Kapitals in Form von Vorzugsaktien.

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir wirtschaftliches Wachstum erzielen, allerdings nicht um jeden Preis. Langfristiger Erfolg ist uns wichtiger als kurzfristige Gewinnmaximierung.

Unser Sortiment umfasst die Bereiche Büro-, Haushalts- und Schulbedarf, Einrichtung und Werbeartikel. In unseren Produktkatalogen und Online-Shops bieten wir etwa 10 000 sorgfältig geprüfte, umwelt- und sozialverträgliche sowie qualitativ hochwertige Produkte zu marktgerechten Preisen an.

DIE memo AG IN ZAHLEN

	2008	2009	2010	2011	2012
Umsatz gesamt	18 425	18 548	18 437	18 980	19 263
davon in Deutschland	16 240	16 626	16 824	17 418	17 677
davon im Ausland	2 185	1 922	1 613	1 562	1 586
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	799	684	416	249	337
Steuern vom Einkommen und Ertrag	159	132	78	11	18
Jahresüberschuss	432	358	213	25	49
Eigenkapital	2 533	2 881	3 064	3 182	3 204
Bilanzsumme	7 149	7 306	7 896	8 413	8 205
Umsätze nach Produktgruppen					
Büro-, Haushalts- und Schulbedarf	11 424	11 813	11 888	12 144	12 367
Einrichtung	3 132	3 072	3 040	2 942	3 076
Werbeartikel	3 869	3 663	3 509	3 894	3 820

Alle Angaben in Tausend €.

An die Zukunft denken und in der Gegenwart handeln

Schritt für Schritt folgen wir unserer Vision Marktführer in Europa für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu werden. Trotz geringem wirtschaftlichen Wachstum in den letzten Jahren haben wir deshalb gezielt in die langfristige Weiterentwicklung des Unternehmens investiert.

Wesentliche Maßnahmen sind der Umbau und die Reorganisation unserer Logistik, die Implementierung eines neuen Warenwirtschaftssystems, der für 2014 geplante Relaunch unserer Online-Shops und Investitionen in die Entwicklung personeller Ressourcen. Geringere Erträge haben wir dabei ganz bewusst in Kauf genommen und entsprechend die Finanzplanung des Unternehmens darauf eingestellt.

memo Markenprodukte

Alle memo Markenprodukte erfüllen besonders hohe Standards, um die Belastung für Mensch und Umwelt bei Herstellung, Gebrauch und Verwertung möglichst gering zu halten. Die Mehrzahl trägt anerkannte Umwelt- und Informationszeichen.

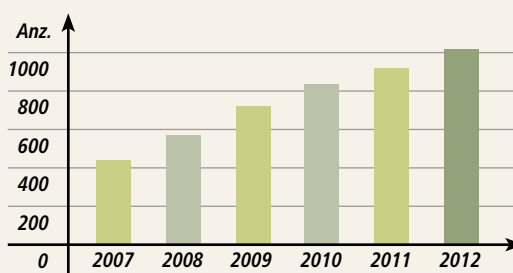
Seit 2002 haben wir die Anzahl der memo Markenprodukte kontinuierlich erhöht, von 83 auf 1 016 Artikel im Jahr 2012. Inzwischen sind memo Markenprodukte für nahezu jeden unserer Sortimentsbereiche – darunter Papiere und Etiketten, EDV-Zubehör, Kindergarten- und Schulbedarf, Hygiene- und Reinigungsartikel oder Naturtextilien – erhältlich. Da die Entwicklung und Führung eines Markenartikels mit einem überdurchschnittlich hohen personellen, zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden ist, wurde das Markensortiment im Jahreskatalog 2013 erstmals nicht wesentlich erweitert. Derzeit führen wir eine Kosten-Nutzen-Analyse und Bereinigung dieses Sortiments durch, um weiterhin eine optimale Balance zwischen Ertrag, Nutzen und Aufwand für unser Unternehmen gewährleisten zu können.

Der Anteil der memo Eigenmarke am Gesamtumsatz ist auch in den letzten beiden Jahren kontinuierlich gestiegen und beträgt mittlerweile 23,3 %. Diese Zahlen belegen die hohe Akzeptanz und das Vertrauen unserer Kunden in unsere Markenprodukte.

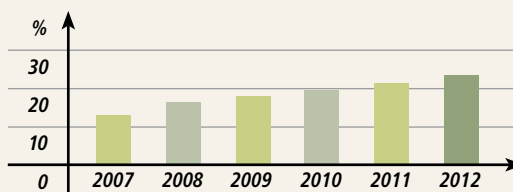
Unsere Vision ist es, die Marke memo als Synonym für nachhaltige Non-Food-Produkte im Markt zu positionieren. Drei Säulen bilden die Basis unserer Vermarktungsstrategie. Im Mittelpunkt stehen unsere eigenen Produktkataloge und Online-Shops. Die Präsenz von memo Markenprodukten im nachhaltig qualifizierten Fach- und Einzelhandel in Deutschland und im europäischen Ausland bildet die zweite Säule. Mittlerweile sind memo Markenprodukte eine beliebte Ergänzung des Non-Food-Bereichs in vielen Bio-Supermärkten. Die dritte Säule bildet das Angebot der memo Markenprodukte auf Online-Marktplätzen und in Produktportalen. Durch die Weiterentwicklung unseres Cross-Media-Publishing-Systems – ergänzt um ein Produktdateninformationssystem – schaffen wir derzeit die technischen Voraussetzungen, diesen Vertriebsweg in Zukunft gezielt auszubauen und effizient nutzen zu können.

Weitere Informationen zum memo Markensortiment erhalten Sie auf Seite 30.

memo MARKENPRODUKTE IM SORTIMENT



UMSATZANTEIL DER memo MARKENPRODUKTE



Kundenstruktur und Bestellverhalten

Die memo AG vertreibt ihre Produkte online und über Katalog direkt an gewerbliche und private Endverbraucher sowie an den Fach- und Einzelhandel in Deutschland und im europäischen Ausland.

Gewerbliche Endverbraucher besitzen mit 73,1 % den größten Anteil am Gesamtumsatz der memo AG. Sie sind und bleiben unsere Kernzielgruppe. Nach mittlerweile über 20 Jahren Erfahrung im B2B-Versandhandel haben wir unser Sortiment und unsere Dienstleistungen optimal auf die Bedürfnisse des gewerblichen Kunden abgestimmt. Die Zusammenarbeit mit nachhaltig qualifizierten Fach- und Einzelhändlern hilft uns bei unserer Vision, eine möglichst hohe Marktdurchdringung für nachhaltige Non-Food-Produkte zu erreichen. Aktuell tätigen wir 9,6 % unseres Umsatzes mit Handelsunternehmen im In- und Ausland.

Mit privaten Endverbrauchern erzielen wir aktuell einen Umsatzanteil von 17,3 %. Seit 2009 erhalten Privatkunden einen eigenen Jahreskatalog. Da wir in diesem Kundensegment enorme Absatzpotenziale sehen, wollen wir unser Angebot durch eine zielgruppenspezifische Sortimentsbereinigung und -erweiterung sowie eine Optimierung der Text-Bildsprache für den privaten Kunden verbessern. Logische Konsequenz ist in diesem Sinne die eindeutige Trennung unserer Produktkataloge und Online-Shops für private und gewerbliche Endkunden.

Die Bedeutung unserer Online-Shops als Vertriebsweg nimmt weiter zu. Mittlerweile erhalten wir etwa 57 % unserer Bestellungen über den Web-Shop oder per E-Mail – Tendenz weiter steigend. Die ständige Weiterentwicklung unserer Online-Plattformen nach den aktuell verfügbaren technischen Möglichkeiten



Endverbraucher können bei memo über die Kataloge oder über den Online-Shop bestellen.

und den Anforderungen der Anwender ist uns deshalb ein zentrales Anliegen. Für das Jahr 2014 ist ein umfassender Relaunch unserer E-Commerce-Lösungen geplant. In diesem Zusammenhang werden wir auch die technischen Voraussetzungen für die Einbindung kundenindividueller Shop-Lösungen für den Fachhandel und Schlüsselkunden schaffen.

Fax-Bestellungen sinken in direkter Relation zum Anstieg der Online-Bestellungen. Aus ökologischer Sicht ist dies ein positiver Trend. Aktuell erreichen uns lediglich 16 % der Kundenaufträge per Fax. Selbstverständlich bearbeiten wir diese in unserem Haus ausschließlich in digitaler Form.

Das Niveau telefonischer Bestellungen liegt seit Jahren stabil über 20 %. Viele Kunden bevorzugen weiterhin die persönliche Beratung, gerade zu unseren nachhaltigen Produkten.

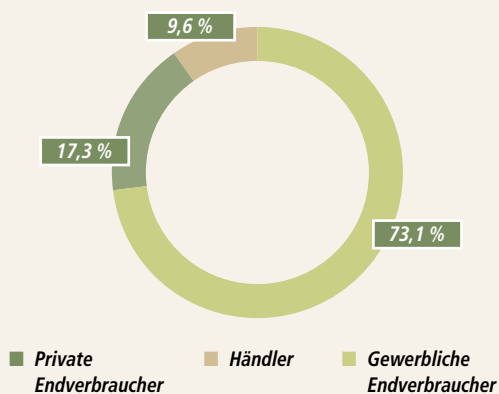
Vertrieb Key-Account

Die Sicherstellung und Optimierung der Beratungs- und Servicequalität von Schlüsselkunden war eine wesentliche Zielsetzung unseres Managementprogramms 2011. Schlüsselkunden besitzen einen überdurchschnittlich hohen Umsatzanteil bzw. -potenzial. Allerdings wünschen diese Kunden auch eine höhere Beratungsintensität – oft beim Kunden vor Ort – und erweiterte Logistik- und Serviceleistungen. Um diesen Forderungen gerecht zu werden, haben wir einen erfahrenen Vertriebsmitarbeiter eingestellt, der die persönliche Betreuung dieser Kunden gewährleistet. Unterstützt wird er von zwei Kollegen, die als persönliche Ansprechpartner im Innendienst zur Verfügung stehen.

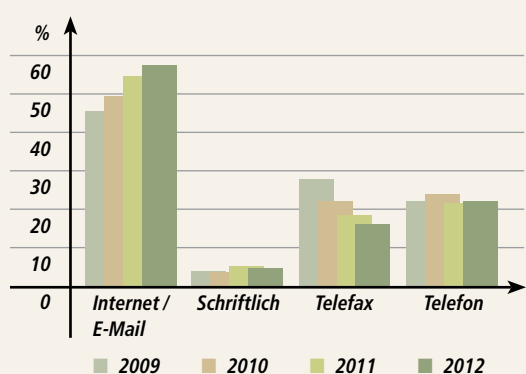
Da die Anforderungen des Fach- und Einzelhandels hinsichtlich Beratung, Auftragsabwicklung und logistische Dienstleistungen annähernd identisch zu den Wünschen der Schlüsselkunden sind, war die Zusammenlegung der Vertriebsbereiche Key-Account und Handel die logische Konsequenz. Bereits kurzfristig konnten durch diese Maßnahme sichtbare Effizienzsteigerungen erzielt werden. Unterstützt wurden in unserer Versandlogistik Maßnahmen zur optimierten Belieferung von Kostenstellen und verschiedenen Standorten umgesetzt.

Bereits in kurzer Zeit verzeichnen wir bei den Schlüsselkunden durch diese organisatorischen und logistischen Maßnahmen einen Umsatzzuwachs im 2-stelligen Prozentbereich. Durch die persönliche Betreuung erreichen wir obendrein eine höhere Kundenbindung und -zufriedenheit. Zudem konnten wir durch den

UMSATZ NACH KUNDENKATEGORIE 2012



AUFTRAGSANTEIL NACH BESTELLWEG





Ausgewählte Produkte aus dem Sortiment von memo sind auch im Einzelhandel erhältlich, wie bei Polly Paper in Berlin.



Unsere ausländischen Partner präsentieren memo Markenprodukte online oder im Katalog.

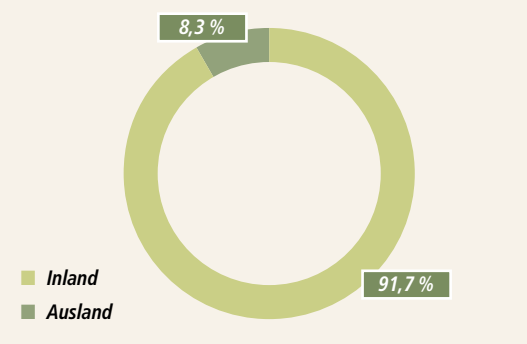
erweiterten Service bereits einige neue Key-Account-Kunden gewinnen und den Grundstein für zusätzliche Umsatzpotenziale in diesem Kundensegment legen. An weiteren Dienstleistungsangeboten, wie zum Beispiel kundenindividuellen Online-Shops, arbeiten wir derzeit intensiv.

Auslandsaktivitäten der memo AG

Mit einem Umsatzanteil von etwas mehr als 91 % ist Deutschland nach wie vor der bei weitem wichtigste Markt für die memo AG. Für den Vertrieb unserer Produkte im europäischen Ausland arbeiten wir mit wenigen, ausgewählten Distributoren zusammen, die sich durch ihre fachliche und ökologische Qualifikation als Partner und Vermittler unserer Produktphilosophie eignen. Wir streben langfristige Geschäftsbeziehungen an und pflegen einen intensiven persönlichen Kontakt mit unseren Vertriebspartnern. Ihre Erfahrung mit den besonderen Anforderungen ihrer Heimatmärkte ist für uns von großem Wert. Als kleines Versandhandelsunternehmen verfügen wir nicht über die Ressourcen, die spezifischen Bedürfnisse und Wünsche ausländischer Konsumenten zu identifizieren und sie in ihrer Heimatsprache anzusprechen.

memo Markenprodukte sind inzwischen bei Handelspartnern in vielen europäischen Staaten erhältlich. Unser Partner in Frankreich erstellt zum Beispiel einen eigenen Gewerbekunden-Katalog, der fast ausschließlich mit Produkten aus dem memo Sortiment be-

UMSATZANTEIL VON IN- UND AUSLAND 2012



stückt ist. Mit unserem Partner in England arbeiten wir bereits seit 2004 erfolgreich zusammen. Er ist einer der Marktführer für den Vertrieb ökologischer Werbeartikel in England und fördert dort auch durch aktive Verbandsarbeit nachhaltigen Konsum.

Ausblick

Schritt für Schritt folgen wir unserer Vision, memo als führende Öko-Marke im Non-Food-Bereich zu etablieren. Wir wollen die beste Art nachhaltig einzukaufen bieten und Marktführer in Europa im Angebot geprüfter nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen werden. Um dies zu erreichen setzen wir auf die unterschiedlichsten Vertriebswege – vom klassischen Print-Katalog bis zu Online-Marktplätzen – und sprechen nahezu alle Kundensegmente an – vom Fachhandel bis zum privaten Endverbraucher. Wir wollen den unterschiedlichen Kundengruppen das jeweils für sie am besten geeignete, nachhaltige Produktportfolio, eine umfassende Beratung und passende Serviceleistungen anbieten. Dafür schaffen wir die geeigneten organisatorischen Rahmenbedingungen und entwickeln die erforderlichen personellen Ressourcen.

Nachhaltigkeit hat für uns einen ebenso hohen Stellenwert wie wirtschaftlicher Gewinn. Mit einer ganzheitlich nachhaltigen Wirtschaftsweise soll sich die memo AG auch weiterhin unabhängig von wechselnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen behaupten und ein gesundes Wachstum erzielen.



Ecoburo (Frankreich) – Laurent Vidal, Manager

„From the beginning Ecoburo is engaged in bringing to the French market a new offer in office stationaries. This offer lays on products that have to be ecological, sustainable, healthy for their user, and with a production that is as respectful as possible regarding the resources used, but also regarding the people manufacturing them. We fully rely on the high expertise of memo AG for selecting the best products. With memo AG, we spread more and more widely the ecological values we like to share with our clients.“

Chefsessel gibt es bei uns nicht

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



Ich bin in fast jedem Büro bei memo zu finden und unterstütze die Gesundheit der Mitarbeiter durch meine hervorragenden ergonomischen Eigenschaften.



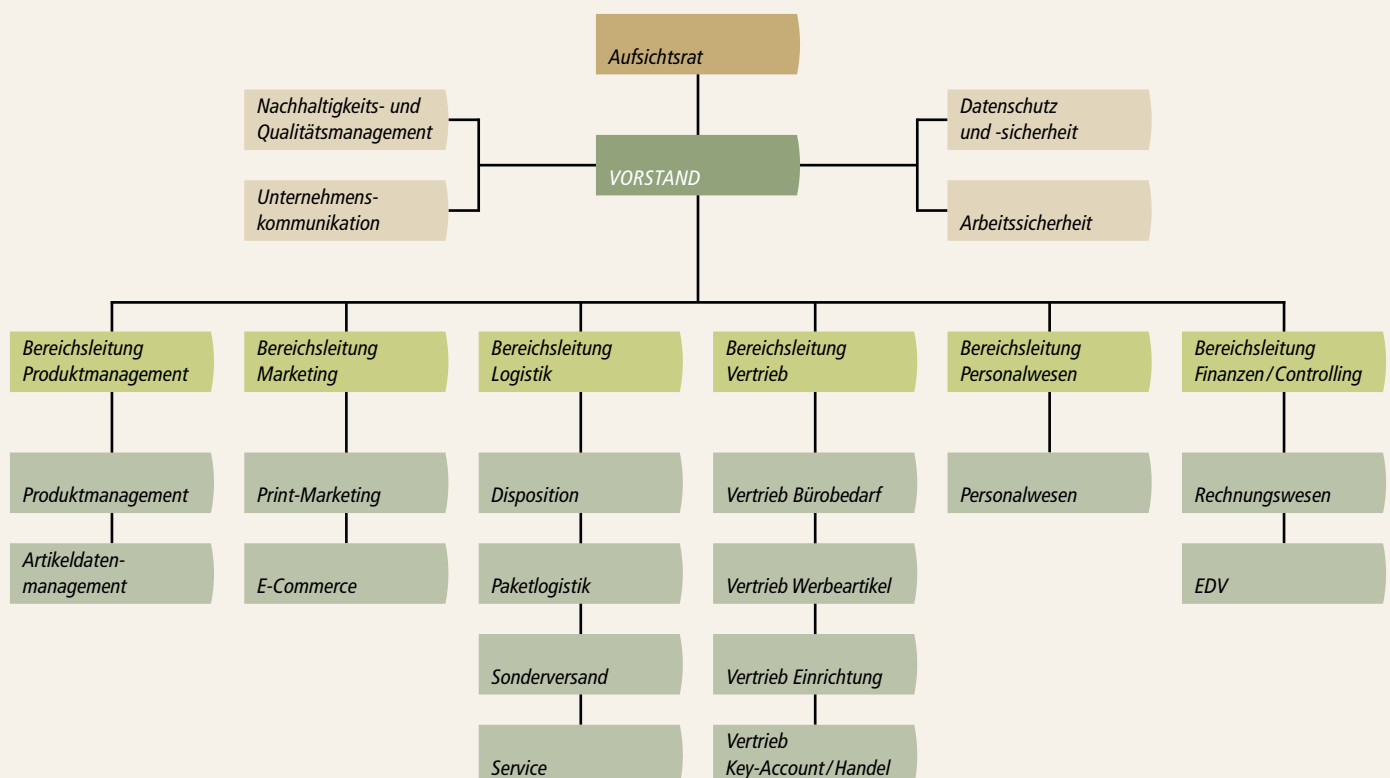
Das Herz des Unternehmens sind unsere engagierten und motivierten Mitarbeiter, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, sich mit den Zielen des Unternehmens identifizieren können und aktiv an ihrer Umsetzung teilnehmen.

Im Jahr 2011 haben wir interne Umstrukturierungen vorgenommen, bei denen Verantwortlichkeiten detaillierter verteilt wurden und z.T. neue Abteilungen und Stellen zugunsten eines optimierten Kundenservices entstanden sind.

Beibehalten, bzw. intensiviert wurde dabei jedoch die flache Organisationsstruktur der memo AG, die Teamarbeit sowohl innerhalb einer Abteilung als auch abteilungsübergreifend fördert. Durch die intensive Zusammenarbeit aller Mitarbeiter – unabhängig von Hierarchieebenen – erreichen wir einen fortlaufenden Verbesserungsprozess für alle unsere Unternehmensaktivitäten.

Jedes Team wird von einem Teamleiter geführt und agiert als eigenverantwortlicher Dienstleister, der sich stets an den Wünschen der Kunden und an den Anforderungen der Kollegen orientiert. Auf diese Weise sichern wir die ganzheitliche Qualität unserer Leistungen.

ORGANIGRAMM DER memo AG



Personalstruktur

Das moderate, aber kontinuierliche Wachstum der memo AG bedingt unter anderem eine wachsende Mitarbeiterzahl. 2012 waren insgesamt 131 Mitarbeiter im Unternehmen beschäftigt. Das entspricht einer Steigerung um 3,15 % im Vergleich zu 2011. Seit dem Jahr 2008 ist die Anzahl unserer Mitarbeiter um 30 % gestiegen.

73 % unserer Mitarbeiter arbeiteten 2012 in Vollzeit. Trotz der geringeren Anzahl an Arbeitsstunden verantworten die aktuell 35 Teilzeitarbeitskräfte zum Teil eigene Zuständigkeitsbereiche. Vor allem mit ihnen werden individuelle Arbeitszeitmodelle erarbeitet, welche die persönlichen und beruflichen Bedürfnisse gleichermaßen berücksichtigen. Aber auch die Vollzeitkräfte profitieren von flexiblen Arbeitszeitsystemen, die eine ausgewogene persönliche Work-Life-Balance ermöglichen. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 23.

Um als Versandhandel kurzfristig flexibel zu sein, beschäftigten wir in 2012 zusätzlich noch rund 22 Schüler und studentische Aushilfskräfte, z. B. im Rahmen von Ferienjobs.

Frauenquote und Auslandsanteil

Seit der Gründung des Unternehmens ist die Gleichberechtigung von Frau und Mann bei memo eine täglich gelebte Selbstverständlichkeit. Im Jahr 2000 lag der Frauenanteil bei memo noch bei knapp 49 %. Aktuell sind 63,4 % der memo Mitarbeiter weiblich. Während in der Öffentlichkeit gelegentlich über eine gesetzlich verankerte Frauenquote bei der Besetzung von Führungspositionen diskutiert wird, liegt die Frauenquote innerhalb der mittleren Führungsebene (Teamleiter) bei der memo AG über 45 %. Die einzige Frau im fünfköpfigen Vorstand, Ulrike Wolf, ist Gründungsmitglied von memo.

Auch für unsere ausländischen Mitarbeiter gilt das Prinzip der Gleichberechtigung. Ihr Anteil an der gesamten Belegschaft beträgt 5,34 %. Sie stammen aus Brasilien, Österreich, Polen und Rumänien. Trotz des geringen Anteils sind unsere ausländischen Kollegen eine kulturelle Bereicherung unseres täglichen Arbeitsalltags.

Ebenso selbstverständlich ist für uns die Nicht-Diskriminierung aufgrund der religiösen Prägung und Weltanschauung, des Alters, der sexuellen Orientierung oder einer Behinderung.



memo AG – Corinna Laudner,
Teamleiterin Vertrieb Werbeartikel

„Ich bin seit zehn Jahren bei der memo AG tätig und habe bereits meine Ausbildung zur Groß- und Außenhandelskauffrau hier absolviert. Neben der Möglichkeit, sich persönlich

und beruflich weiter zu entwickeln, schätze ich an memo vor allem die offene Unternehmenskultur und den kollegialen und fröhlichen Umgang miteinander.“

Unsere Mitarbeiter bleiben uns treu

Die Fluktuationsquote ist ein wichtiger Indikator dafür, wie gut die internen Maßnahmen zur Förderung der Mitarbeiterzufriedenheit greifen. Im Zeitraum der letzten fünf Jahre betrug diese Quote bei memo im Durchschnitt 4,16 %. Grund für die vergleichsweise hohe Fluktuationsquote von 6,87 % in 2012 ist die gute Konjunktur am Arbeitsmarkt, die auch bei memo zu einer erhöhten Fluktuation führte. Einige Mitarbeiter haben die gute Lage am Arbeitsmarkt für eine neue berufliche Herausforderung genutzt. Andere haben sich für einen Wechsel zu einem Arbeitgeber entschieden, der näher an ihrem Wohnort oder an ihrer Heimat liegt. Und letztlich haben sich einige Mitarbeiter entschlossen, nach ihrer Ausbildung oder nach mehreren Arbeitsjahren ein Studium zu beginnen.

Ein Drittel unserer Mitarbeiter ist bereits seit mehr als zehn Jahren bei memo beschäftigt. Dies belegt eine außergewöhnlich hohe Identifikation mit unserem Unternehmen. Ihre langjährige Erfahrung bringt wiederum für die memo AG viele Vorteile. Bei der Beurteilung und Auswahl von Produkten nach unseren strengen Listungskriterien sind tiefgehende Kenntnisse zu den vielfältigen ökologischen, sozialen und rechtlichen Themen unabdingbar. Das über viele Jahre hinweg in der Praxis erworbene Fachwissen ist dabei nahezu durch nichts zu ersetzen. Auch bei der Beratung und Betreuung der Kunden zu unseren Produkten und Dienstleistungen zahlt es sich aus, dass viele Mitarbeiter bereits seit Jahren bei memo beschäftigt sind: Sie sind mit unserem Unternehmen, unserer Philosophie und unseren Angeboten, aber auch mit den Themen der Nachhaltigkeit bestens vertraut.

PERSONALSTRUKTUR DER memo AG

	2008	2009	2010	2011	2012
Gesamtzahl Mitarbeiter*	101	109	120	127	131
davon Frauen	64	71	78	82	83
davon Männer	37	38	42	45	48
davon inländische Mitarbeiter	95	103	113	119	124
davon ausländische Mitarbeiter	6	6	7	8	7
davon seit mehr als 10 Jahren bei memo tätig	36	40	36	41	43
davon Vollzeit	77	84	90	96	96
davon Teilzeit	24	25	30	31	35
davon Schwerbehinderte	2,97 %	2,75 %	3,33 %	3,14 %	3,81 %
Fluktuationsrate	2,97 %	3,67 %	4,17 %	3,14 %	6,87 %

* alle Mitarbeiter, die über das Jahr fest angestellt waren

ALTERSSTRUKTUR DER memo AG

	Anzahl der Mitarbeiter
bis 20 Jahre	8
bis 30 Jahre	38
bis 40 Jahre	30
bis 50 Jahre	32
bis 60 Jahre	18
bis 62 Jahre	5

Altersstruktur

Mit einem Durchschnittsalter von 37,9 Jahren liegt die memo AG deutlich unter dem Altersdurchschnitt in deutschen Unternehmen, der bei rund 42 Jahren liegt. Aufgrund des demographischen Wandels und des höheren Renteneintrittsalters sind heute ca. 30 % der Erwerbstätigen in Deutschland im Alter zwischen 50 und 64 Jahren. Bei memo sind 17,5 % der Mitarbeiter zwischen 50 und 62 Jahren. Die meisten unserer Mitarbeiter (29 %) haben ein Alter zwischen 20 und 30 Jahren.



Ein angenehmes Arbeitsumfeld trägt entscheidend zur Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter bei. Deshalb sind Firmengebäude, Außenanlagen und Arbeitsplatzqualität für memo entscheidende Aspekte einer nachhaltigen Wirtschaftsweise.

Firmengebäude und Außenanlagen

1995 verlegten wir unseren Firmenstandort vom Würzburger Stadtzentrum in das Gewerbegebiet der kleinen Gemeinde Greußenheim, ca. 15 km westlich von Würzburg. In den verantwortlichen Stellen der Gemeinde fanden wir Partner, die uns bei der Errichtung eines Firmengebäudes nach gesundheits- und umweltverträglichen Kriterien unterstützten.

Unser Firmenstandort liegt sprichwörtlich „auf der grünen Wiese“. Beim Blick aus dem Fenster sehen unsere Mitarbeiter zu jeder Jahreszeit eine idyllische Landschaft mit Feldern, Wiesen und Wäldern. Direkt an unser Firmengelände angrenzend hat die Gemeinde Greußenheim, die bereits mehrfach für ihr Engagement im Natur- und Umweltschutz ausgezeichnet wurde, ein Biotop angelegt.

Zum „natürlichen“ Wohlbefinden bei memo trägt auch der Naturgarten rund um das Firmengebäude bei, der mit einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt ist. Ein Teil der Wiese wird in der warmen Jahreszeit nicht gemäht, um Bienen und anderen Insekten wertvollen Lebens- und Nahrungsraum zu geben. Bei schönem Wetter steht unseren Mitarbeitern in den Pausen eine bestuhlte Terrasse zum Entspannen und eine große Rasenfläche für sportliche Aktivitäten zur Verfügung.

An kalten oder regnerischen Tagen verlagern wir unsere Pausen in den großzügigen Wintergarten: Hier findet sich ein attraktiver Cafeteria-Bereich mit einer voll ausgestatteten Küche, einladenden Sitzgruppen, einer bequemen Sofaecke und einem ausgefallenen Hängesessel.



Arbeiten im Grünen: Die Mitarbeiter der memo AG blicken von ihrem Arbeitsplatz direkt in den Naturgarten und auf Felder, Wiesen und Wälder in der Umgebung.

Großzügige Fensterflächen in den Büroräumen und zusätzliche Oberlichter im Lagerbereich schaffen im ganzen Haus eine angenehme Tageslichtatmosphäre. In der dunklen Jahreszeit erzielen wir den gleichen Effekt mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum-Beleuchtung. In allen Büroräumen und in der Cafeteria finden sich speziell für unsere Raum- und Lichtverhältnisse ausgewählte Pflanzen: Sie verschönern das Arbeitsumfeld und verbessern gleichzeitig das Raumklima.

Im Lagerbereich werden Deckenstrahlplatten als Heizelemente eingesetzt. Mit dieser Technik wird die Wärme trotz hoher Räume gleichmäßig verteilt und es entstehen keine gesundheitsschädlichen Staubverwirbelungen.

Mehr Informationen zum Firmengebäude finden Sie ab Seite 45.



Zentraler Treffpunkt bei der memo AG ist unser Wintergarten: Er bietet den Mitarbeitern Raum für erholsame Pausen und Platz für unsere regelmäßigen Personalversammlungen.



Naturholzmöbel aus dem eigenen Sortiment, Grünpflanzen und eigens konzipierte Trennwände schaffen auch in großen Büroräumen eine angenehme und gesunde Arbeitsatmosphäre.

Arbeitsplatzgestaltung in den Büros

Um in den Büroräumen eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, wollen wir ausreichend Freiraum für eine individuelle Gestaltung des eigenen Arbeitsplatzes und des Umfelds bieten.

Sämtliche 67 Arbeitsplätze in der Verwaltung sind ausschließlich mit Möbeln aus unserem eigenen Produktsortiment ausgestattet. Das garantiert nicht nur eine hohe Qualität und eine lange Lebensdauer, sondern auch strengste Anforderungen an die Emissionsarmut der Werkstoffe. Schreibtische und Schränke besitzen tastsympathische, blendfreie Oberflächen und sorgen aufgrund ihrer Offenporigkeit für ein angenehmes Raumklima. Alle Bürostühle unterstützen eine „dynamische Sitzhaltung“ und haben atmungsaktive Bezüge mit bis zu 95 % Schurwollanteil.

Die Bildschirm-Arbeitsplätze bei memo erfüllen die gesetzlichen Bestimmungen hinsichtlich Sicherheit und Gesundheitsschutz. Emissionen von gesundheitsgefährdenden Stoffen, Strahlungen oder Lärm, die während des Betriebs von Bürogeräten auftreten können, halten wir so gering wie möglich: Bei der Beschaffung von Kopiergeräten, Arbeitsplatzdruckern und -PCs bevorzugen wir Produkte mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“. Zusätzlich haben wir den Austausch aller Röhrenmonitore durch ergonomisch und ökologisch vorteilhaftere, besonders energieeffiziente TFT-Bildschirme abgeschlossen. Im Jahr 2012 betrug der Anteil an TFT-Bildschirmen bei der memo AG 100 %. Da die Mehrzahl unserer Mitarbeiter gleichzeitig mit mehreren Softwareprogrammen arbeitet, ist der überwiegende Teil der Arbeitsplätze bei memo inzwischen mit zwei TFT-Bildschirmen ausgestattet.

Laufende Verbesserungen zugunsten der Mitarbeiter

Unserer Philosophie des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses folgend, werden die Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter fortwährend optimiert. Unsere Einrichtungsexperten analysieren regelmäßig alle Arbeitsplätze, v. a. hinsichtlich ergonomischer Gegebenheiten.

Aufgrund der stetig steigenden Mitarbeiteranzahl in den letzten Jahren wurden die Räumlichkeiten bei memo trotz großzügiger Flächenplanung immer begrenzter und einige Büroräume entsprachen nicht mehr unseren besonders hohen Ansprüchen. Deshalb nahmen wir im ersten Halbjahr 2012 in der Verwaltung umfangreiche Umbau- und Umzugsmaßnahmen vor. Im Rahmen der Umstrukturierung wurden alle betroffenen Mitarbeiter in die Planung eingebunden und persönliche Wünsche soweit möglich



Kommunikation auf Augenhöhe durch Sitz-/Steh-Tischkombinationen bei der memo AG.

berücksichtigt. So wurden 20 weitere Arbeitsplätze mit Sitz-/Steh-Tischkombinationen eingerichtet. Aktuell liegt der Anteil an diesen Tischen in der Verwaltung bei 58 %.

Bei einigen Büros wurden ältere Möbel gegen neue, moderne Einrichtungen ausgetauscht und an die aktuellen Arbeitsanforderungen angepasst. Zudem wurden die Büroeinteilungen hinsichtlich der bestehenden Lichtverhältnisse optimiert.

Eine schriftliche Befragung aller betroffenen Mitarbeiter belegt den Erfolg der Maßnahme. Der Faktor „Ergonomie“ wurde durchweg sehr gut benotet. Auch die Faktoren „Wohlbefinden“ und „Lichtverhältnisse“ wurden von nahezu allen befragten Mitarbeitern als besser oder zumindest gleichwertig zu vorher beurteilt. Lediglich die verfügbaren Arbeitsflächen auf dem Tisch und im Sitzbereich wurden gegenüber vorher von knapp 30 % der betroffenen Mitarbeiter als schlechter wahrgenommen. Zurückzuführen ist dies auf die Neuverteilung der insgesamt verfügbaren Flächen pro Arbeitsplatz. Einige Mitarbeiter mit sehr großzügig angelegten Arbeitsplätzen haben in diesem Zusammenhang Arbeitsfläche an andere abgegeben. Eine zweite Umfrage speziell zu diesem Aspekt ergab, dass die Arbeitsflächen insgesamt dennoch vollkommen ausreichend sind.



Ökologische und gesundheitsverträgliche Büromöbel sorgen für eine angenehme und motivierende Arbeitsumgebung. Energieeffiziente Bürotechnik schont wertvolle Ressourcen.



Variabel einstellbare Sitz-/Steh-Tischkombinationen bieten unseren Mitarbeitern individuelle Gestaltungsmöglichkeiten und beugen Gesundheitsschäden vor.



In der Lagerlogistik wurden ergonomische Steharbeitsplätze eingerichtet, die die Mitarbeiter gesundheitlich entlasten.



Der Teleskopförderer erleichtert die Beladung des LKW-Containers wesentlich.

Arbeitsbedingungen in der Lagerlogistik

Im Rahmen des Umbaus unserer Lagerlogistik und der damit verbundenen Prozessreorganisation im Sommer 2010 haben wir nicht nur die Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter in der Wareneingangs- und Versandlogistik wesentlich optimiert, sondern setzten uns auch das Ziel die Effizienz und Qualität der internen Logistik zu steigern. Details dazu finden Sie im memo Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 auf Seite 33. Insgesamt gibt es in der Logistik aktuell 34 Arbeitsplätze, neun davon sind Packtische. Im Wareneingang sind alle Arbeitsplätze als Steharbeitsplätze eingerichtet. Durch die Nähe zum Wareneingangsprozess entfallen unnötige Laufwege für die Mitarbeiter. Zudem sind diese Arbeitsplätze u. a. mit passenden erhöhten Sitzmöbeln, die für Entlastung bei längeren EDV-Eingabetätigkeiten sorgen, ergonomisch gestaltet. Ein großer Lamellenvorhang im Wareneingangsbereich reduziert einerseits die Zugluft und verbessert andererseits die Wärmedämmung in diesem Bereich.

Im Bereich Kommissionierung wenden wir das sogenannte „Batchverfahren“ an. Über unser Warenwirtschaftssystem werden aus dem verfügbaren Auftragsportfolio bis zu 32 Sendungen wegeoptimiert gebündelt und gleichzeitig kommissioniert. Die Laufstrecken der Mitarbeiter reduzieren sich dadurch erheblich. In Einzelfällen entstehen durch dieses Verfahren vergleichsweise hohe Ladegewichte auf einem Kommissionierwagen. Um auch in diesen Fällen eine gute Lenkbarkeit zu garantieren, haben wir an allen Wagen ein zusätzliches fünftes Rad in der Mitte angebracht.

Alle Packtische sind mit kontrastreichen TFT-Touchscreens und Scannern ausgerüstet. Über hochwertige Bildschirmhalter kann jeder Mitarbeiter seinen Bildschirm ergonomisch optimal einstellen. Jeder Packbereich ist mit klappbaren Trittstufen ausgerüstet, um das Befüllen großvolumiger Pakete zu erleichtern. Zudem ist das Förderband abgesenkt, um die Übergabe der Versandstücke auf das Band zu erleichtern.

Eine erhebliche Verbesserung wurde beim Verladen der Pakete in den LKW-Container erzielt: Über einen höhen- und längsverstellbaren Teleskopförderer werden die Pakete exakt bis zum Verladeort in den Container transportiert. Vor der Systemumstellung wurden die Versandstücke per Hand über eine Rollenbahn in den Container geschoben. Teilweise mussten diese sogar an das Ende des Containers getragen werden. Bei täglich zwischen ca. 15 und 25 Tonnen Warengewicht, die als Pakete oder in der „memo Box“ an unsere Kunden verschickt werden, hat sich durch diese Investition eine erhebliche ergonomische Verbesserung für die Mitarbeiter im Warenausgang ergeben.

Obwohl die aktuellen Arbeitsbedingungen in der Lagerlogistik bereits weitestmöglich optimiert sind, ergeben sich immer wieder Möglichkeiten zur Verbesserung – auch durch wertvolle Hinweise der Mitarbeiter selbst. Diese nehmen wir wenn möglich und sinnvoll vor.

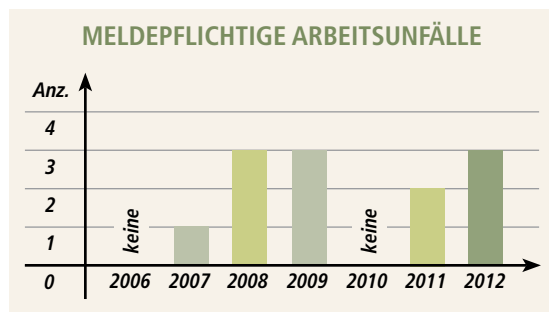
Lesen Sie mehr zu den Prozessen der Lagerlogistik auf Seite 41.

Arbeitssicherheit

Integraler Bestandteil unseres Managementsystems ist die Gewährleistung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes unserer Mitarbeiter.



Hinweise zum Verhalten in einer Gefahrensituation finden unsere Mitarbeiter u.a. am „Schwarzen Brett“.



In den letzten sieben Jahren ereigneten sich bei der memo AG durchschnittlich nur 1,7 meldepflichtige Unfälle pro Jahr.

Als reiner Handelsbetrieb verfügen wir weder über Maschinen noch über Anlagen mit großem Gefahrenpotenzial und setzen zudem nur sehr geringe Mengen an Gefahrstoffen ein. Seit 2010 ist zudem der Staplerverkehr in der Logistik auf ein Minimum reduziert. Dennoch analysieren wir mögliche Notfallsituationen systematisch, um möglichen Arbeitsunfällen vorzubeugen. Die sehr wenigen meldepflichtigen Unfälle der letzten Jahre ereigneten sich einerseits auf dem Arbeitsweg, andererseits bei Tätigkeiten während der Arbeitszeit.

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

Gesunde und motivierte Mitarbeiter



Gerade bei täglicher Büroarbeit können Ausgleichsübungen ein wertvoller Beitrag zur Gesundheit sein. Ein Mitarbeiter der Krankenkasse (vo.) zeigt beim Gesundheitstag wie es geht.



Dabei sein ist alles: Bereits zum zweiten Mal nahmen Mitarbeiter der memo AG am Firmenlauf Würzburg teil.



Betriebliches Gesundheitsmanagement

Wir fördern die Gesundheit unserer Mitarbeiter systematisch. Neben der ständigen Optimierung der gesamten Arbeitsumgebung und Arbeitsplatzqualität ermittelt eine interdisziplinäre

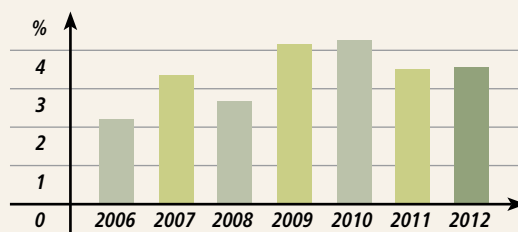
Arbeitsgruppe bei memo durch Mitarbeiterbefragungen die Zusammenarbeit mit Krankenkassen, unserem Betriebsarzt und Experten laufend Möglichkeiten zur Förderung der Gesundheit und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Aus den Ergebnissen dieser Analysen definieren wir jedes Jahr geeignete Förderungsmaßnahmen.

Fester Bestandteil sind dabei seit Jahren kostenloses Obst und Gemüse aus regionalem, biologischem Anbau für alle Mitarbeiter, ein Entspannungs- und Freizeitraum für kleine Pausen oder eine Partie Tischtennis, kostenlose Massagen während der Arbeitszeit durch eine Kollegin mit entsprechender Zusatzausbildung und natürlich ein rauchfreies Firmengebäude.

Seit 2011 veranstalten wir in Zusammenarbeit mit einer gesetzlichen Krankenkasse einen jährlichen Gesundheitstag: Alle Mitarbeiter können kostenlos während ihrer Arbeitszeit einen umfassenden Gesundheitscheck vornehmen lassen und sich informieren. Geschultes Personal zeigt zusätzlich praktische Übungen.

Sehr gut angenommen wird auch das wechselnde Angebot an Sport- und Gesundheitskursen. Von Yoga und Qi Gong über einen Spiralmuskulaturkurs bis hin zu einem Tanz- und sogar Selbstverteidigungskurs ist für jeden Mitarbeiter etwas dabei. Seit 2011 nimmt die memo AG auch mit einer Laufgruppe am jährlichen Firmenlauf Würzburg teil.

KRANKHEITSBEDINGTE FEHLZEITENQUOTE (INKLUSIVE DAUERKRANKHEIT)



Die durchschnittliche krankheitsbedingte Fehlzeitenquote bei memo beträgt in den letzten sieben Jahren 3,36 %.



Vorstandsmitglied Ulrike Wolf (2. v. li.) und Nachhaltigkeitsmanager Lothar Hartmann (li.) nehmen den Alternativen Gesundheitspreis 2012 von Dr. Thomas Griese entgegen.

Der Erfolg gibt uns Recht

Dass wir mit unserem betrieblichen Gesundheitsmanagement auf dem richtigen Weg sind, wird an verschiedenen Stellen deutlich: Die memo Mitarbeiter bewerteten die Maßnahmen zur Förderung ihrer Gesundheit in unserer regelmäßigen Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit als sehr positiv. Lesen Sie dazu mehr ab Seite 26.

Zusätzlich belegten wir beim Alternativen Gesundheitspreis 2012 der BKK advita den 1. Platz. Mit diesem erstmalig ausgelobten Gesundheitspreis zeichnet die Krankenkasse kleine und mittelständische Unternehmen aus, die sich für eine nachhaltige betriebliche Gesundheitsförderung einsetzen und gleichsam ökologische Aspekte berücksichtigen. Das Preisgeld in Höhe von 3000 Euro investieren wir in weitere Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter.

Arbeitszeitgestaltung

Von Beginn an pflegen wir bei memo eine offene und transparente Unternehmenskultur, die grundsätzlich auf Vertrauen und Eigenverantwortlichkeit basiert. Infolge dessen arbeiten wir nicht innerhalb starr vorgegebener und restriktiv gehandhabter Arbeitszeitregelungen, sondern bieten allen Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Arbeitszeiten individuell, abhängig von ihrem Aufgaben- und Verantwortungsbereich sowie der persönlichen Familien- und Lebenssituation, zu gestalten.

Grundlage unserer Arbeitszeitorganisation ist die Vereinbarung monatlicher Rahmenarbeitszeiten. Vom Minijob über alle Formen von Teilzeitvereinbarungen bis zur klassischen Fünf-Tage-Vollzeittätigkeit wird hier jedes denkbare Modell praktiziert. Die konkreten Arbeitszeiten werden innerhalb der einzelnen Teams vollkommen unabhängig nach den jeweiligen Anforderungen definiert und über flexible Arbeitszeitkonten umgesetzt. Als logische Konsequenz unserer Kultur des Vertrauens werden die Arbeitszeiten durch die Mitarbeiter selbst erfasst. Anfallende Mehr- und Minderstunden können kurz- bis langfristig immer wieder ausgeglichen werden.

Während der Elternzeit besteht für alle Mitarbeiter das Angebot, auf geringfügiger Basis bzw. maximal bis zu 30 Wochenstunden weiterzuarbeiten, um so fachlich wie thematisch nicht den Anschluss und persönlich den Kontakt zu den Kollegen zu verlieren. Trotz nach wie vor großer gesellschaftlicher Vorurteile haben auch bereits drei männliche Kollegen die Möglichkeit der sog. „Vätermonate“ genutzt. Im Anschluss an die Elternzeit wird gemeinsam mit jedem zurückkehrenden Mitarbeiter eine individuelle Arbeitszeitlösung erarbeitet. Des Weiteren wurde bereits von einigen Mitarbeitern die Möglichkeit eines Sabbaticals in Anspruch genommen.

Immer mehr Arbeitnehmer legen bei ihrer Arbeitsuche verstärkt Wert auf eine sinnstiftende Tätigkeit in Unternehmen, die ihre Mitarbeiter ernst nehmen und ein größtmögliches Maß an „Work-Life-Balance“ bieten. Mit unseren Maßnahmen investieren wir nicht nur in unsere bestehenden Mitarbeiter, sondern positionieren uns für die Zukunft auch als attraktiver Arbeitgeber.

Absicherung bei Berufsunfähigkeit

In Deutschland werden Jahr für Jahr mehr als 300 000 Menschen berufsunfähig. Jeder vierte Arbeitnehmer scheidet mittlerweile frühzeitig wegen gesundheitlichen Problemen aus dem Arbeitsleben aus. Für Menschen, die nach dem 1. Januar 1961 geboren sind – und das gilt für über 80 % der memo Mitarbeiter – wurde die gesetzliche Berufsunfähigkeitsrente bereits 2001 abgeschafft. Sie müssten sich privat versichern, was jedoch oft sehr kostspielig ist.

Das sind für uns genug Gründe, um unseren Mitarbeitern seit diesem Jahr eine entsprechende Berufsunfähigkeitsvorsorge anzubieten. Die Vorteile dabei sind zahlreich: Die Beiträge sind durch Abschluss eines Gruppenvertrages durch memo sehr günstig und bis 44 Euro monatlich steuer- und beitragsfrei. Alle Mitarbeiter werden ausnahmslos ohne Gesundheitsprüfung und Wartezeiten aufgenommen. Tritt keine Berufsunfähigkeit ein, erhalten die versicherten Mitarbeiter eine Kapitalleistung aus den Überschüssen.

Ferienbetreuung

Seit dem Jahr 2007 bieten wir unseren Mitarbeitern während der Ferienzeiten eine kostenfreie, pädagogisch qualifizierte Kinderbetreuung in unserem Haus an. Das Angebot wird mit steigender Tendenz gerne angenommen: Die Anzahl der betreuten Kinder stieg von 10 im Jahr 2010 auf 17 im Jahr 2012.

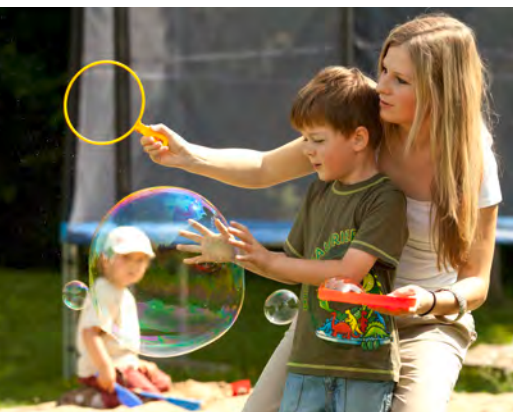
Der Nachwuchs genießt die gemeinsamen Aktivitäten in vollen Zügen. Auf der großen Außenfläche rund um das memo Gebäude können die Kinder Fußball kicken, Versteck spielen oder (im Winter) Schneemänner bauen. Wer noch mehr Bewegung möchte, tobt sich auf dem großen Trampolin aus. An besonders heißen Tagen sorgt ein kleines Schwimmbassin für Abkühlung. Ist es zu kalt oder regnerisch, steht unser Entspannungs- und Freizeitraum während der Ferienzeiten vorrangig den Kindern zur Verfügung. Dank kreativer Mal- und Bastelangebote und einer großen Auswahl an Gesellschafts- und Kartenspielen kommt auch hier keine Langeweile auf.

Bündnis Familie und Arbeit

Am 29. November 2012 ist die memo AG dem Bündnis Familie und Arbeit in der Region Würzburg beigetreten. Das Bündnis ist ein Zusammenschluss von Stadt und Landkreis Würzburg, Wirtschafts- und Familienverbänden sowie der Agentur für Arbeit. Ziel ist es, Familienfreundlichkeit in der Region Würzburg als feste politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Größe zu verankern und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf positiv zu beeinflussen.

Neben einem jährlichen Praxistag für Personalverantwortliche aus der Region bietet das Bündnis Informationen und Beratungen zu familienbewussten und -freundlichen Themen sowie Unterstützung und Beratung beim Auf- und Ausbau familienfreundlicher Strukturen in Unternehmen.

Als Mitglied wollen wir mit gutem Beispiel als familienfreundlicher Arbeitgeber in der Region vorangehen und weitere Unternehmen zur Nachahmung bewegen.



Für die Kinder ist die Ferienbetreuung bei memo ein riesengroßer Spaß und für die Eltern oft eine große Erleichterung.



Das Interesse an der Informationsveranstaltung zur betrieblichen Berufsunfähigkeitsversicherung seitens der Mitarbeiter war groß.



Claudia Silber, Pressesprecherin der memo AG (li.) nahm im Rahmen des 6. Praxistages des Bündnisses die Beitrittsurkunde von Landrat Eberhard Nuß (2. v. li.) entgegen.

Mitarbeiterqualifikation



Ausbildung

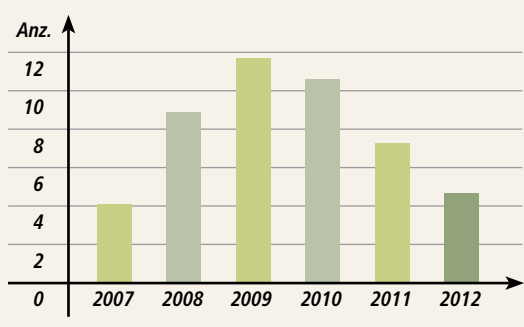
Wir wollen die Zukunft unseres Unternehmens aktiv gestalten! Aus diesem Grund fördern wir seit 1995 junge Menschen im Rahmen einer Ausbildung bei memo. Sie können bei uns zwischen fünf kaufmännischen und

einem gewerblichen Ausbildungsberuf wählen: Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandel, für Bürokommunikation, für Marketingkommunikation, Fachkraft für Lagerlogistik, Informatikkaufmann/-kauffrau und Mediengestalter/-in in Digital und Print. Neben der Vermittlung fachlicher Qualifikationen unterstützen wir den eigenverantwortlichen Umgang mit ökologischen und sozialen Problemstellungen.

Unser Ziel ist es, unsere Azubis nach ihrem Abschluss in ein festes Angestelltenverhältnis zu übernehmen, was uns in der Regel auch gelingt. Die Anzahl der Auszubildenden ist deshalb abhängig von den mittelfristig geplanten Stellen und unterliegt zum Teil deutlichen Schwankungen.

Seit 2008 gibt es bei memo eine Ausbildungsbeauftragte, die dem Personalwesen angegliedert ist. Sie steht den Auszubildenden während ihrer gesamten Lehrzeit als persönlicher Ansprechpartner und Vertrauensperson zur Verfügung. Weiterhin ist sie für die Ausbildungsplanung verantwortlich, koordiniert den Unternehmensrundlauf und fungiert als Schnittstelle zu den Berufsschulen und Fachbereichen.

AUSBILDUNGSPLÄTZE / JAHRESDURCHSCHNITT



In den letzten sechs Jahren beschäftigten wir im Durchschnitt acht Auszubildende pro Jahr.

Zudem fördern wir gemeinschaftliche Projekte der Auszubildenden eines Jahrgangs: Dazu gehören beispielsweise die Planung und Organisation von Veranstaltungen oder Präsentationen, vor allem aber Projekte mit dem Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit.

Datenschutzgerechte Datenträgerentsorgung

Datenschutz wird bei der memo AG seit jeher groß geschrieben: Als Versandhandel legen wir auf den zuverlässigen und vertrauenswürdigen Umgang mit Daten unserer Kunden und anderen Stakeholdern großen Wert. Aufgrund der im Jahr 2011 neu in Kraft getretenen DIN-Norm 66399 zur Datenträgervernichtung wurde deshalb ein Azubi-Projekt initiiert, das den Ist-Zustand analysieren und in Anlehnung an die Vorgaben der neuen DIN-Norm optimieren sollte. Im Fokus stand dabei die Vernichtung von Unterlagen mit vertraulichen Daten, weshalb der Hersteller von Aktenvernichtern, die HSM GmbH + Co. KG, als langjähriger Partner von memo, ins Boot geholt wurde.

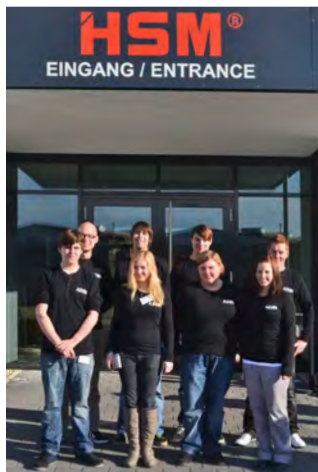
Das Ergebnis einer internen Umfrage lieferte Handlungsbedarf: Teilweise fehlten in den Abteilungen Aktenvernichter – bei den vorhandenen waren die Sicherheitsstufen z.T. nicht mehr ausreichend. Unsere Azubis haben daraufhin verschiedene Lösungsmodelle erarbeitet und diese dann unter Berücksichtigung ökologischer und ökonomischer Faktoren in direkter Abstimmung mit dem Vorstand umgesetzt. Neben der Bestellung und Platzierung neuer Aktenvernichter übernahmen die Azubis im Anschluss auch die Schulung aller Mitarbeiter. Um auch entsprechend praktisches Wissen zu erhalten, rundete ein mehrtägiger Besuch bei HSM in Frickingen am Bodensee das sechsmonatige Projekt ab.

Azubi-Netzwerk mit nachhaltigen Partnerunternehmen

Eigenständiges Denken und selbstverantwortliches Handeln ist uns natürlich auch bei unseren Azubis wichtig. Dazu gehört gerade in unserer Branche ein „Blick über den Tellerrand“ des Unternehmens. Deshalb sind unsere Azubis bei ihrem aktuellen Projekt auch nicht alleine, sondern arbeiten im Netzwerk mit dem Nachwuchs unserer Partnerunternehmen Neumarkter Lammsbräu und Weleda zusammen. Uns allen ist der Schutz von Mensch, Umwelt und Klima durch nachhaltiges Wirtschaften und durch eine nachhaltig orientierte Philosophie wichtig. Schwerpunkt des gemeinsamen Projekts bildet dabei das Thema Biodiversität. Die insgesamt 14 Azubis haben sich das Ziel gesetzt, den Besuchern der Landesgartenschau 2014 in Schwäbisch Gmünd das Thema Biodiversität anschaulich zu präsentieren.



Unsere Azubis (v.l.): Simone Haber, Florian Bloemen, Angela Keller, Sebastian Beck (vo.), Felix Nötzold (hi.), Verena Schmidt.



Die memo Azubis beim Aktenvernichter-Hersteller HSM GmbH + Co. KG in Frickingen am Bodensee.



Startschuss für das Azubi-Netzwerk bei Weleda in Schwäbisch Gmünd: Durch die gemeinsame Arbeit zum Thema Biodiversität lernen die Azubis die Wichtigkeit der Erhaltung der biologischen Vielfalt kennen.



Beim gemeinsamen Workshop von Teamleitern und Geschäftsführung der memo AG im Juli 2012 standen das „Wir“ und die Schaffung gemeinsamer Werte – z. T. durch spielerische Methoden – zugunsten des Unternehmens im Vordergrund.



Neben der direkten Ansprache haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, Ideen, Vorschläge und Kritik in die „Komm-Box“ einzuwerfen.



Wir fördern nachhaltige Mobilität auch bei unseren Mitarbeitern. Hierzu gehören u. a. Schulungen zu alternativen Antriebstechnologien. Am Beispiel eines Opel Ampera lernen unsere Mitarbeiter ein Elektrofahrzeug mit Reichweitenverlängerer kennen.

Personalentwicklung

Motivierte, leistungsfähige und zufriedene Mitarbeiter sind unser wichtigster Erfolgsfaktor. Da unser Unternehmen in einem sehr dynamischen Markt tätig ist, werden auch die Ansprüche an unsere Mitarbeiter kontinuierlich höher. Um diesen Anforderungen gerecht werden zu können, unterstützen wir sie durch das Angebot systematischer Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Darüber hinaus wollen wir auch bei ihnen eine nachhaltige Lebensweise fördern. Und letztlich ist ein gutes Angebot an Fort- und Weiterbildung eine geeignete Maßnahme, um Fachkräfte zu gewinnen.

Strategisch angelegte Maßnahmen

Die Personalentwicklung bei memo ist nach einem strategischen, ganzheitlichen Ansatz ausgerichtet. Zusammen mit langfristig ausgewählten Partnerunternehmen entwickeln wir dazu mehrstufige, dauerhaft angelegte Schulungskonzepte. Diese sind ideal auf die Unternehmensphilosophie und die Anforderungen von memo abgestimmt und werden kontinuierlich weiterentwickelt. Um diese Weiterbildungen möglichst effizient zu gestalten, finden diese in der Regel direkt bei memo vor Ort statt.

Im Jahr 2012 wurden insgesamt 28 externe Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen durchgeführt. 60 % aller memo Mitarbeiter haben mindestens eine Maßnahme – vom eintägigen Seminar bis hin zu mehrjährigen berufsbegleitenden Weiterbildungen – wahrgenommen.

Die Qualität der externen und internen Schulungsmaßnahmen bewerten die Teilnehmer anschließend in entsprechenden Beurteilungsbögen – die Ergebnisse legt unsere Personalabteilung bei der Auswahl und Durchführung zukünftiger Maßnahmen und Schulungsträger zu Grunde.

Auch Führen will gelernt sein

Das umfassende, mehrstufige Trainingsprogramm für alle Teamleiter und die Geschäftsführung bei memo wurde im Juli 2012 fortgesetzt. Zum Abschluss fand ein gemeinsames Seminar unter dem Motto „Change Management – Führen in Zeiten des Wandels“ statt. Auf Basis von Personalentwicklungswerkzeugen wie dem Hermann Brain Dominanz Instrument (HBDI-Profil) stand die Optimierung der internen Kommunikation, das Erkennen und Lösen von Konfliktsituationen und die Weiterentwicklung des „Wir“-Gefühls bei memo im Mittelpunkt. Zusätzlich wurden konkrete Projekte, wie beispielsweise die „Komm-Box“, entwickelt.

Maßgeschneiderte Weiterbildung

Mitarbeiter mit Kunden- oder Lieferantenkontakt nehmen an wöchentlichen Fremdsprachenkursen teil. In diesem Rahmen können unsere Mitarbeiter ihre Kenntnisse kontinuierlich verbessern und den steigenden Anforderungen der Internationalisierung unserer Geschäftstätigkeit gerecht werden.

Ergänzend besuchen unsere Mitarbeiter verschiedenste externe Seminare und Workshops bei diversen Schulungsträgern, um ihr Wissen z. B. zu rechtlichen, ökologischen oder technischen Fragestellungen individuell und immer up-to-date zu halten.

Darüber hinaus bieten wir Mitarbeitern die Möglichkeit, sich durch weiterführende Schul- und Studienangebote persönlich weiterzuentwickeln.

Produktschulungen

Unser nachhaltiges Produktsortiment ist ein elementarer Bestandteil unseres Unternehmenserfolgs. Regelmäßige Produktschulungen genießen daher einen besonders hohen Stellenwert bei memo.

So bieten unsere Produktmanager zu Beginn jedes Jahres Informationsveranstaltungen zu ihrem jeweiligen Produktbereich in unserem Sortiment an. Die Schulungsinhalte werden entsprechend auf die für das jeweilige Team (Vertrieb, Service, Beschaffung oder Wareneingang) relevanten Aspekte zugeschnitten. Unterstützend nutzen wir Schulungsangebote unserer Lieferanten, um uns auch bei weiterführenden Nachhaltigkeitsthemen auf dem neuesten Stand zu halten. 2012 führten wir beispielsweise Schulungen zu Umweltzeichen und Labels bei Büroartikeln und zu nachhaltiger Mobilität durch.

So macht Lernen Spaß ...

Weihnachten 2006 initiierte memo erstmals einen ganz besonderen Adventskalender: Seither können unsere Mitarbeiter vom 1. bis zum 24. Dezember durch die Beantwortung einer Frage zu unseren Produkten oder unserem Unternehmen täglich einen attraktiven Preis gewinnen. Das Quiz fördert nicht nur das Wissen, sondern auch den Teamgeist unter den Kollegen.



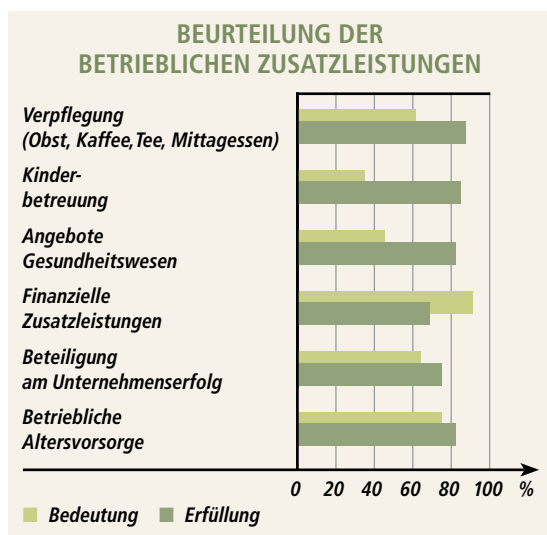
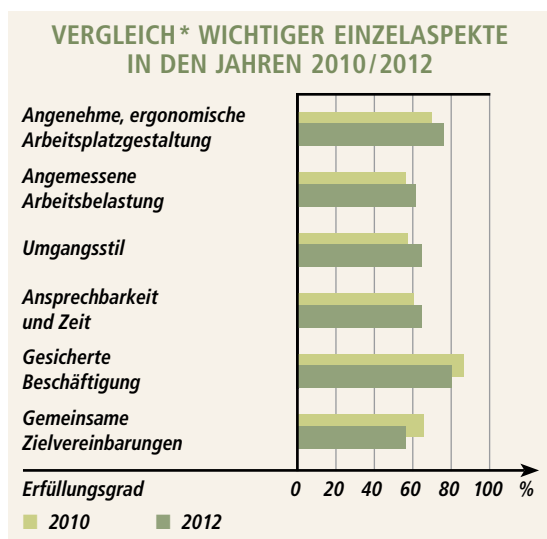
Mitarbeiterzufriedenheit



Unsere Mitarbeiter sind gleichwertige Partner und können sowohl die Unternehmenspolitik als auch die Ziele von memo mitbestimmen. Sämtliche kurz- und langfristigen Planungen und Ziele des Unternehmens sowie Maßnahmen und Kennzahlen der Geschäftsentwicklung werden deshalb der gesamten Mitarbeiterschaft transparent gemacht. Im Rahmen regelmäßiger Personalversammlungen besteht die Möglichkeit, eventuelle Probleme und Fragestellungen direkt an die Geschäftsleitung heranzutragen und interne Entscheidungsprozesse aktiv mitzugestalten.

Mitarbeiterbefragungen sind die Grundlage für Verbesserungen

Im Rhythmus von zwei Jahren ermitteln wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit ihrem Arbeitsumfeld, ihrer eigenen Tätigkeit bei memo, der Führungsqualität und dem Angebot betrieblicher Zusatzleistungen durch strukturierte, anonyme Befragungen. An der Befragung können alle fest angestellten Mitarbeiter teilnehmen. Die Rücklaufquote der letzten Befragungen lag jeweils über 50 % (2008: 57,14 % / 2010: 60,78 % / 2012: 56,76 %).



Struktur des Fragebogens

Der Fragebogen umfasst 40 Einzelaspekte, die nach den Hauptkategorien „Unternehmen Allgemein“, „Arbeitsplatzbedingungen“, „Arbeitsorganisation“, „Tätigkeit und Aufgaben“, „Führungsqualität“ und „Zusammenarbeit/Team“ unterteilt sind. Die Frage nach der Zufriedenheit mit den betrieblichen Zusatzleistungen erhielt im Jahr 2012 erstmals eine eigene Kategorie, um die einzelnen Angebote gezielter beurteilen zu können. Auf einer Skala von 1–4 geben die Mitarbeiter für jeden der 40 Aspekte an, wie wichtig dieser für sie ist (Relevanz) und inwieweit sie diesen bei memo erfüllt sehen (Erfüllungsgrad). Zusätzlich bieten die Fragebögen Raum für individuelle Kommentare und Verbesserungsvorschläge.

Wichtige Ergebnisse im Vergleich

Zur Beurteilung der Entwicklung des Unternehmens und der Maßnahmen aus den Ergebnissen früherer Befragungen bieten sich Vergleichsanalysen wesentlicher Aspekte an.

Die positive Beurteilung der „Arbeitsplatzgestaltung“ belegt den Erfolg unserer umfangreichen Maßnahmen zum Umbau und zur Neuorganisation aller Arbeitsplätze im Jahr 2012. Gegenüber der letzten Umfrage im Jahr 2010 ist die Zufriedenheit mit diesem Aspekt um 6,37 % gestiegen. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 20/21.

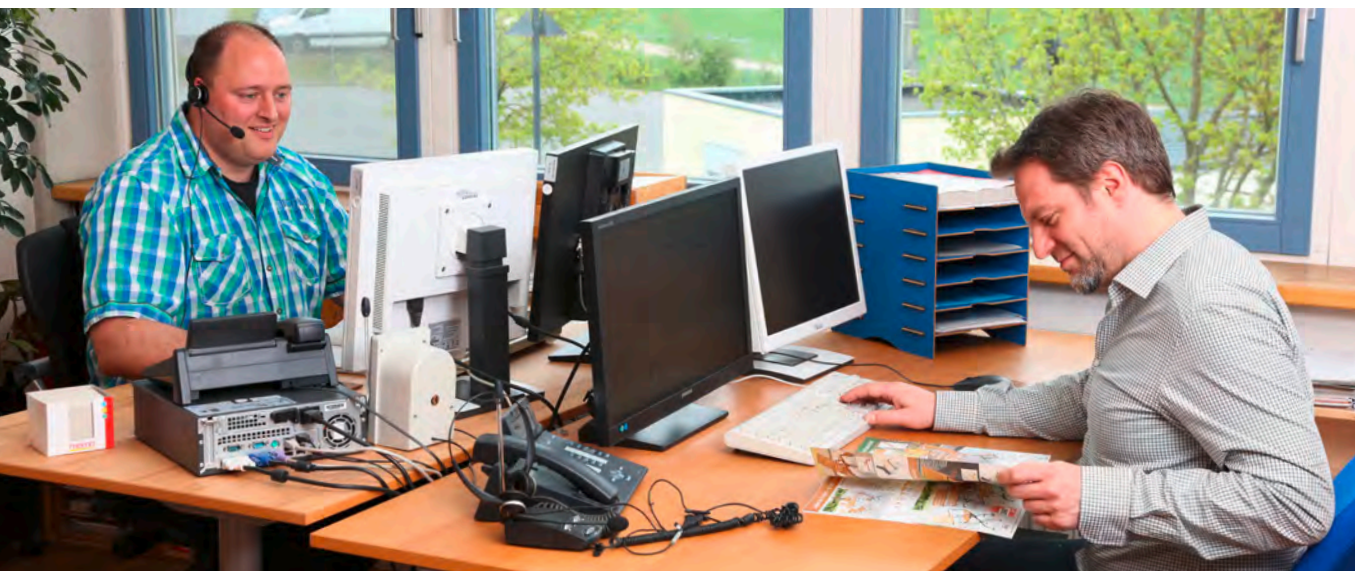
Eine positive Entwicklung ist auch im Bereich „Arbeitsbelastung“ festzustellen (+4,02 %). Trotz geringem wirtschaftlichen Wachstum in den letzten Jahren, haben wir gezielt in die Erweiterung personeller Ressourcen investiert und dadurch insgesamt eine bessere Work-Life-Balance für unsere Mitarbeiter erzielt.

Auch die Teamleiter und die Geschäftsführung haben durch Investitionen in die Personalentwicklung und organisatorische Maßnahmen Zeit gewonnen. Mitarbeitergespräche können so wesentlich intensiver und wirksamer durchgeführt werden. Die positive Entwicklung der Aspekte „Ansprechbarkeit und Zeit“ (+3,69 %) und „Umgangsstil“ (+5,36 %) bestätigen dies.

Der Erfüllungsgrad des Aspekts „Gesicherte Beschäftigung“ liegt mit 80,22 % weiterhin auf einem sehr guten Niveau. Das Absinken um 5,84 % im Vergleich zu unserer letzten Befragung kann auf die vergleichsweise hohe Fluktuation im Jahr 2012 zurückgeführt werden (vgl. Seite 18). Seitens der memo AG wurden im Beurteilungszeitraum zwar keine betriebsbedingten Kündigungen vorgenommen. Dennoch könnte der jeweils individuell motivierte Weggang einiger Kollegen auf die Beurteilung Einfluss genommen haben.

Der Aspekt „Gemeinsame Zielvereinbarungen“ wurde im Vergleich zum Jahr 2010 bedeutend schlechter bewertet (–8,91 %). Das im Jahr 2009 neu eingeführte kombinierte Zielvereinbarungs- und Prämiensystem startete mit guter Akzeptanz und hohen Erwartungen bei den Mitarbeitern. Entsprechend positiv war auch die Bewertung im Jahr 2010. Jedoch zeigten sich im Praxiseinsatz mit der Zeit verstärkt Schwachstellen bei der einheitlichen, vergleichbaren und eindeutigen Umsetzung des Systems. Obwohl dieses auch während des Betriebs immer wieder ergänzt und verbessert wurde, haben sich letztendlich keine zufriedenstellenden Lösungen für eine einheitliche Beurteilung der unterschiedlichen Anforderungen und Aufgabenbereiche über das komplette Unternehmen gefunden. Gerade die Verknüpfung einer finanziellen Prämie mit der Zielerreichung wurde zunehmend als intransparent und ungerecht empfunden. Die logische Konsequenz war die Entkoppelung der Zielvereinbarungen von monetären Bestandteilen.

Um eine detaillierte Beurteilung der umfassenden betrieblichen Zusatzleistungen der memo AG durchführen zu können, haben wir 2012 erstmals die Zufriedenheit der Mitarbeiter mit den konkreten Maßnahmen erfragt. Das Ergebnis bestätigt die positive Wirkung der Leistungen und bestärkt uns darin, das Angebot auf diesem hohen Niveau weiter zu führen. Ein weiterer Ausbau ist aufgrund der vergleichsweise geringen Bewertung der Bedeutung dieser Maßnahmen zunächst nicht geplant.



Entgelt und Zusatzleistungen



Gerechte Entlohnung

Die Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens – jeder einzelne trägt wesentlich zur Entwicklung der memo AG bei. Das Prinzip der Gleichberechtigung gilt deshalb bei uns auch hinsichtlich einer

gerechten Entlohnung. Aspekte wie Geschlecht, Herkunft, Religion, Behinderungen, Familienstand oder Alter besitzen keinen Einfluss auf die Entlohnung.

Gehaltsunterschiede resultieren daher ausschließlich aus leistungsbezogenen Faktoren wie Fähigkeiten, Erfahrung oder Verantwortung eines Mitarbeiters. Besonderes Augenmerk legen wir darauf, dass die Spreizung zwischen den Gehaltsstufen vergleichsweise gering bleibt. Ein Vorstandsmitglied verdient – gerechnet auf Basis des Stundensatzes beim Grundgehalt – aktuell etwa das 3-fache eines Mitarbeiters in der niedrigsten Gehaltsstufe.

Gehaltszusammensetzung

Neben dem Grundgehalt bietet memo seinen Mitarbeitern umfassende freiwillige Zusatzleistungen. Diese werden auf der Basis des jeweiligen Grundgehaltes bzw. der vereinbarten Wochenstundenzahl berechnet und sind zum Teil erfolgsabhängig, leistungsabhängig oder feste Größen.

Betriebliche Zusatzleistungen unterstützen unsere Mitarbeiter im Arbeitsalltag, bei der Erhaltung ihrer Gesundheit oder bei der finanziellen Absicherung im Alter. Sie beinhalten unterschiedliche Gesundheitsangebote, die Kinderbetreuung während der Ferienzeiten, einen Kinderzuschlag auf das Grundgehalt und nicht zu-

letzt eine arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge. Zudem besitzen alle Mitarbeiter flexible Arbeitszeitkonten, wodurch ein Verfall von Überstunden oder Resturlaub vermieden werden kann.

Zielvereinbarungen

Im Rahmen der Jahresgespräche zwischen Teamleitung und Mitarbeitern werden die persönlichen Ziele und Teamziele definiert und die Zielerreichung beurteilt.

Basis der Zielvereinbarungen mit den Mitarbeitern sind die strategischen Unternehmensziele, die aufgrund unserer nachhaltigen Unternehmensphilosophie immer ökologische, soziale und ökonomische Ziele beinhalten und über Leistungsindikatoren gemessen werden. Wesentliche kurz- und mittelfristige Ziele und Maßnahmen sind im aktuellen Managementprogramm der memo AG zu finden. Lesen Sie mehr dazu ab Seite 56.

Bei der memo AG hat die Zielerreichung keinen Einfluss auf die Vergütung. In Absprache mit allen Mitarbeitern wurde das Zielvereinbarungssystem ab dem Jahr 2013 von monetären Aspekten entkoppelt. Bisher bezahlte Prämien wurden in den Monatslohn eingearbeitet, so dass die Mitarbeiter keine finanziellen Einbußen hinnehmen mussten.

Unsere Erfahrungen und die Ergebnisse der Analyse zur Mitarbeiterzufriedenheit haben gezeigt, dass der monetäre Bestandteil unseres Zielvereinbarungssystems die Zielerreichung nicht wesentlich fördert. Belohnungen, die individuelle persönliche Interessen und Bedürfnisse in den Vordergrund stellen, erscheinen uns besser geeignet die Mitarbeiter zu motivieren. Unser Augenmerk liegt deshalb in der Weiterentwicklung wertorientierter und wirksamer Führungsmodelle.

Kapitalbeteiligung

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

Zu diesem Zweck haben wir die memo Mitarbeiter-Beteiligungsgesellschaft gegründet. Nach einem Jahr der Betriebszugehörigkeit kann ihr jeder Mitarbeiter als stiller Gesellschafter beitreten. Jährlich stellt memo ihm einen vom Gehalt abhängigen Betrag zur Einzahlung in die Beteiligungsgesellschaft zur Verfügung. Die Einlage wird mit einer vom Unternehmenserfolg abhängigen Rendite, jedoch mindestens mit einem garantierten Zinssatz vergütet.

GEHALTSZUSAMMENSETZUNG

Grundgehalt

- + Kinderzuschlag
- + Arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge
- + Urlaubsgeld
- + Erfolgsprämie I (Weihnachtsgeld)
- + Erfolgsprämie II
- + Leistungsprämie in der Versandlogistik
- + Kapitalbeteiligung

Wir schauen genau hin ...

Vor der Aufnahme eines Produktes
in unser Sortiment prüfen wir
dieses umfassend nach seinen
ökologischen, sozialen und
qualitativen Eigenschaften.

Ich mache Details von
Objekten für das bloße Auge
sichtbar, so wie die Produkt-
manager bei memo tagtäglich
die nachhaltigen Eigenschaften
von Produkten erforschen.
Diese sind die Basis für eine
bewusste Kaufentscheidung.





Als Versandhandelsunternehmen können wir an der Schnittstelle zwischen Lieferanten/Herstellern und Kunden einen enormen Beitrag zu mehr Umwelt- und Sozialverträglichkeit in der Produktion, aber auch insgesamt zu mehr Umwelt- und gesellschaftlichem Bewusstsein auf allen Seiten leisten.

Vor allem aber erleichtert unser sorgfältig geprüftes Produktangebot dem Verbraucher die Kaufentscheidung für eine ökologisch und sozial einwandfreie Alternative: Bei memo findet er für jeden Bedarf einen nach unseren strengen Beschaffungskriterien intensiv geprüften Artikel.

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 Lösung zu finden und das Produkt gemeinsam zu optimieren. Im Jahr 2012 haben wir etwa 880 neue Artikel in unser Sortiment aufgenommen.

Im Dialog mit unseren Lieferanten

Wir pflegen von jeher einen intensiven, persönlichen Kontakt zu unseren Lieferanten – mit vielen Geschäftspartnern arbeiten wir bereits seit Gründung der memo AG erfolgreich zusammen. Zu Beginn der Geschäftsbeziehung bestätigt uns der Lieferant seine unternehmerische Verantwortung durch die Unterzeichnung unseres Verhaltenskodex. Dieser orientiert sich vor allem an den ILO-Kernarbeitsnormen. Verfügt der Lieferant über einen eigenen, geeigneten Code of Conduct akzeptieren wir diesen selbstverständlich.

Bei der Beschaffung orientieren wir uns am Prinzip des „local sourcing“ und bevorzugen soweit möglich Lieferanten innerhalb Deutschlands und Europas. So sind wir auch als vergleichsweise kleines Unternehmen in der Lage, die meisten unserer Lieferanten persönlich zu besuchen.

Bei Herstellern in Übersee konzentrieren wir uns bei der persönlichen Überprüfung auf besonders kritische oder wichtige Produktgruppen wie Textilien oder Leuchtmittel. Darüber hinaus stellen wir die Einhaltung unserer Beschaffungskriterien sicher, indem wir zertifizierte Hersteller, z. B. nach SA 8000 oder DIN EN ISO 9001 und 14001, bevorzugen und sehr eng mit den deutschen Agenturen der Hersteller zusammenarbeiten.

Auszug aus den memo Beschaffungskriterien.

Wie wählen wir Produkte aus?

Unser Listungsprozess orientiert sich an den drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Sozialverträglichkeit und Ökonomie – ergänzt um den Faktor Qualität. Er umfasst eine ganzheitliche Analyse der Umweltauswirkungen und der Gesundheitsverträglichkeit der Produkte. Relevant sind Aspekte wie verwendete Materialien, ressourceneffiziente Herstellung, sparsame recyclingfähige Verpackung, möglichst geringe gesundheitliche Belastung des Benutzers während des Gebrauchs, Energieeffizienz sowie die Recyclingfähigkeit bzw. problemlose Rückführung des Produktes in natürliche Kreisläufe.

Sozialverträgliche Arbeitsbedingungen in der Produktion und fairer Handel sind weitere, bedeutende Faktoren unserer Sortimentsgestaltung. Neben dem Erhalt der Umwelt gehört für memo auch die kontinuierliche Verbesserung von sozialen Strukturen zu den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung.

Letztlich müssen jedoch auch Praxistauglichkeit, Qualität und Preis stimmen: Nur wenn ein umwelt- und sozialverträgliches Produkt zu einem marktgerechten Preis erhältlich ist, erzielen wir eine große Marktdurchdringung – und damit spürbare Umweltauswirkungen und entsprechende Ressourceneinsparungen durch bewussten Konsum.

Insgesamt verfolgen wir einen „Best of Class-Ansatz“, listen also in jedem Bereich die hinsichtlich Ökologie, Sozialverträglichkeit und Marktfähigkeit besten Produkte. Gute Chancen zur Aufnahme ins Sortiment haben auch „Leuchtturm-Produkte“, die in ihrer Sparte eine Vorreiter-Rolle einnehmen.

Produkte mit Umweltzeichen bevorzugt!

In vielen Bereichen der Produktbeurteilung orientieren wir uns an den Kriterien für anerkannte Umweltzeichen und Labels, die von unabhängigen Zertifizierungsorganisationen und Verbänden vergeben werden. Bereits mit derartigen Kennzeichnungen versehene Artikel werden bevorzugt aufgenommen. Bei etwa einem Drittel der Artikel in unserem Sortiment ist das der Fall.

Für den Verbraucher bieten Umweltzeichen und Labels beim Einkauf einen verlässlichen Anhaltspunkt und fördern damit bewussten Konsum.

Umfassende Informationen zu Labels und Management-Standards liefert der Bundesverband Verbraucher Initiative e.V. auf www.label-online.de.

ARTIKEL MIT GÜTESIEGEL

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
„Blauer Engel“	941	975	996	1054	1153	1191
FSC®	149	216	720	1101	1149	1344
EG-Öko-Label (Bio-Logo)	46	52	77	101	107	111
„Fairtrade“	67	148	220	266	278	216
GEPA fair+	n.e.*	n.e.*	n.e.*	n.e.*	n.e.*	28
SA8000	n.e.*	n.e.*	124	129	149	125
GOTS	n.e.*	n.e.*	n.e.*	298	303	352
„Nordic Swan“	n.e.*	n.e.*	n.e.*	n.e.*	n.e.*	107

* nicht ermittelt

memo – eine starke Marke

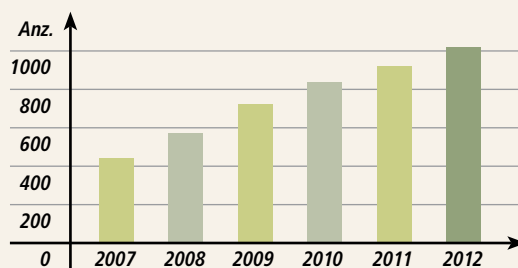


Über 1 000 Produkte und damit fast mehr als zehnmal so viele wie im Jahr 2002 tragen heute den Namen memo! Während die ersten memo Markenartikel vorrangig zum klassischen Bürobedarf zählten – Gewerbetreibende waren anfangs unsere Kernzielgruppe – führen wir inzwischen auch immer mehr memo Markenprodukte für das „tägliche Leben“: darunter Hygiene- und Reinigungsartikel, Kindergarten- und Schulbedarf sowie Büromöbel und Naturtextilien.

Alle memo Markenprodukte erfüllen besonders hohe ökologische Standards, um Mensch und Umwelt bei Herstellung, Gebrauch und Verwertung geringstmöglich mit Schadstoffen zu belasten. Die Mehrzahl ist mit einem der bereits beschriebenen, anerkannten Umweltzeichen oder Labels ausgestattet. Zusätzlich überzeugt jeder Artikel durch eine erstklassige Qualität, hervorragende Gebrauchseigenschaften, klare Produktdeklarationen und – nicht zuletzt – durch einen attraktiven Preis.



memo MARKENPRODUKTE IM SORTIMENT



Kontinuierliche Verbesserung unserer memo Markenprodukte

Im Zuge der ständigen Weiterentwicklung unserer Markenprodukte haben wir im Jahr 2012 in Kooperation mit unseren Herstellern umfassende Lebenszyklusanalysen (LCA) von drei Produkten erstellt – dem memo Multifunktionspapier „Recycling Plus“, der memo Pflanzenölseife „Natural Liquid“ Citrus und dem memo Vollwaschmittel „Eco Saponine“.

Im Rahmen der Untersuchungen wurden relevante Energie- und Stoffströme ermittelt und die Auswirkung der Produkte auf ihre Verträglichkeit für Mensch und Umwelt detailliert betrachtet.

Basis der Analyse bilden die international gültigen Normen ISO 14040 und ISO 14044 zur Erstellung von Ökobilanzen sowie die Norm PAS 2050 zur Ermittlung von Treibhausgasemissionen.

Die Untersuchung eines Produktes besteht aus einer mehrmonatigen Datenaufnahme, -verarbeitung und -analyse und berücksichtigt alle Lebensphasen, die das Produkt und dessen Verpackung durchläuft. Sie umfasst die Gewinnung und Verarbeitung der Rohstoffe, die Endproduktion und alle erforderlichen Transporte. Abgerundet wird die Analyse durch die Nutzungsphase und das „End-of-Life-Szenario“.

Soweit organisatorisch und wirtschaftlich realisierbar, nutzen wir sogenannte „Primärdaten“ aus persönlichen Messungen sowie validierbare Daten der Hersteller. Ergänzend verwenden wir Kennzahlen aus Umweltdatenbanken, Schätzungen oder Literaturquellen, sogenannte „Sekundärdaten“.

Unser vorrangiges Ziel der Lebenszyklusanalyse ist die Identifikation weiterer Optimierungspotenziale bei der Herstellung, dem Transport und der Zusammensetzung der untersuchten Produkte. Als vorteilhaft für die Umsetzung erweisen sich dabei die engen Kooperationsbeziehungen mit unseren Lieferanten.

Die Ergebnisse der Analyse nutzen wir ebenfalls als Basis für eine verbesserte Kommunikation mit dem Kunden. Wesentliche Produkteigenschaften, ökologische Vorteile oder Handlungsempfehlungen können gezielt mit aussagefähigen Kennzahlen untermauert werden.

Ein wesentlicher Bestandteil jeder Produkt-Ökobilanzierung ist der sogenannte „Product Carbon Footprint“ (PCF). Er weist die Summe aller relevanten CO₂e-Emissionen über den Lebenszyklus eines Produktes aus. Der PCF stellt eine Momentaufnahme dar und müsste bei jeglicher Änderung von Inputströmen oder Rohstofflieferanten mit sehr hohem Aufwand angepasst werden. Da für die Berechnung eines CO₂-Fußabdrucks (noch) keine einheitlichen Standards zur Verfügung stehen, können sich Bilanzgrenzen wesentlich unterscheiden. Aus unserer Sicht ist der PCF sehr gut geeignet, um Optimierungspotenziale eines Produktes zu identifizieren. Ein Vergleich zweier Produkte ausschließlich anhand seiner CO₂e-Emissionen erscheint uns allerdings nicht sinnvoll.

Im Folgenden stellen wir Ihnen die wesentlichen Erkenntnisse der drei erstellten Produktlebenszyklusanalysen vor.

KLIMASCHUTZ

Produktlebensweg

ERLÄUTERUNG ZUM CO₂-FUSSABDRUCK

Der CO₂-Fußabdruck – oder auch „Product Carbon Footprint“ (PCF) genannt – beschreibt die von einem Produktlebensweg ausgehenden Treibhausgasemissionen. Zu den wichtigsten klimarelevanten Emissionen gehören CO₂, CH₄ und N₂O sowie SF₆, PFC und HFC. Bezogen auf das „Leitgas“ CO₂ können diese ebenfalls als CO₂-Äquivalente (CO₂e) zusammengefasst werden.



Anlieferung des in Ballen gepressten Altpapiers.



Die Aufbereitung des Altpapiers zu wiederverwertbaren Fasern erfolgt in einem mehrstufigen Verfahren.



Die Papiermaschine entwässert, glättet und trocknet das Stoffgemisch.

Papier – ein wichtiger Rohstoff unseres Alltags

Das memo Multifunktionspapier „Recycling Plus“ wird von dem führenden Unternehmen in Deutschland für die Herstellung hochwertiger grafischer Recyclingpapiere aus 100 % Altpapier produziert. Das Unternehmen verfolgt ein Geschäftsmodell der Nachhaltigkeit in einer der modernsten integrierten Fabriken Europas. Aufgrund seiner Umweltverträglichkeit trägt das memo Eigenmarkenprodukt den „Blauen Engel“ und ist mit dem „Nordic Swan“ und dem „EU-Ecolabel“ ausgezeichnet.

Die besondere Kompetenz des Papierherstellers liegt in der technischen Umsetzung der stofflichen Aufbereitung von Altpapier. Durch intelligente, nahezu geschlossene Prozesskreisläufe konnten in den letzten 20 Jahren signifikante Energieeinsparungen erzielt werden. Gegenüber 1990 wurden die CO₂-Emissionen pro Tonne Papier um 60 % gesenkt. Reststoffe der Produktion werden als Energiequelle genutzt und Wasser, Boden sowie Luft vor Schadstoffeinträgen geschützt.

Unser Partnerunternehmen hat für seine Büropapiere – unter anderem auch für das memo Multifunktionspapier – eine umfassende Ökobilanz erstellt und kommuniziert diese an seine Kunden. Damit nimmt es eine Vorbildfunktion und Vorreiterrolle ein.

Stoffaufbereitung

Die Rohstoffe für die Altpapieraufbereitung stammen größtenteils aus regionalen Quellen. Sortiertes Altpapier wird in Ballen oder loser Form über Altpapierannahmestellen angeliefert und klassifiziert. Um die strengen Anforderungen des Umweltzeichens „Blauer Engel“ zu erfüllen, werden nur zu einem geringen Anteil „bessere“ Sorten eingesetzt (ca. 7 % bezogen auf den Gesamt-Altpapiereinsatz). Der Großteil besteht aus mittleren und unteren Sorten, wie Haushaltsabfälle.

Auflösung

Erster Schritt der Altpapieraufbereitung ist die Auflösung und die mechanische Befreiung von Verunreinigungen mit Hilfe von Energie, Wasser sowie unter Einsatz umweltverträglicher Hilfsstoffe gemäß den Kriterien des „Blauen Engels“. Die Auflösung des Altpapiers und eine schonende Trennung der Fasern erfolgt in einer Art Waschtrommel. Der Prozess bewirkt eine erste Entfernung von Druckfarben und Störstoffen wie Plastik, Styropor oder CDs. Als sogenanntes Rejekt verlassen die Fremdstoffe den Prozess zur thermischen Verwertung.

Feinsortierung

In mehreren rein mechanischen Prozessschritten wird der Faserstoff je nach Sortieraggregat auf eine Stoffdichte zwischen 1 bis 4 % mit werksinternem Kreislaufwasser verdünnt und passiert dabei mehrere Loch- und Schlitzsiebe. Klebende Verunreinigungen, die bei der späteren Papierherstellung Probleme bereiten könnten, werden in diesem Prozess von den Fasern getrennt.

Druckfarbenablösung (Deinking, bzw. Flotation)

Um eine deutliche Aufhellung der Fasern zu erreichen, muss die Druckfarbe von der Faser gelöst und aus dem Prozess ausgetragen werden. Dieses wird mit der Flotation erreicht, der Schlüsseltechnologie in einer Stoffaufbereitung zur Herstellung grafischer Papiere. Das Stoffwassergemisch wird durch zahlreiche, hintereinander geschaltete Flotationszellen geleitet und dabei mehrfach

belüftet. Die Druckfarben werden dabei mit Hilfe von Seife auf rein pflanzlicher Basis an die entstehenden Luftblasen gebunden und sammeln sich an der Flotationszellenoberfläche an. Dieser „Deinkingschaum“ wird abgeschöpft, entwässert und im werksinternen Kraftwerk energetisch verwertet. Der von der Druckfarbe weitestgehend befreite Faserstoffstrom wird wiederum eingedickt und dem nächsten Prozessschritt zugeführt.

Dispergierung

Bisher nicht entfernbare Druckfarbenreste werden durch Reibung an rotierenden Scheiben abgelöst und in einer zweiten Flotation entfernt bzw. soweit zerkleinert, dass sie vom menschlichen Auge nicht mehr wahrnehmbar sind.

Bleichen

Eine wesentliche Rolle für ein hochwertiges, marktfähiges Recyclingpapier spielt der Weißegrad. Um eine ausreichende Aufhellung der Fasern zu erzielen, werden diese mit Wasserstoffperoxid und Natriumdithionit gebleicht. Beide Bleichmittel sind umweltverträglich und hinterlassen keine toxischen Nebenprodukte.

Papierherstellung

Der aufbereitete und aufgehellte Faserstoff wird auf die Papiermaschine aufgetragen und auf einer Siebpartie entwässert. Zum weiteren Wasserentzug folgt eine Pressung mit anschließender Trocknung über dampfbeheizte Trockenzylinder. Der Auftrag von Stärke und Leim macht das Papier beschreibbar und widerstandsfähig. Getrocknet und geglättet werden die Papierbahnen auf Rollen gelagert. Der Zuschnitt auf A4- oder A3-Format läuft vollautomatisch ab. In Einheiten von 500 Blatt kommt das Multifunktionspapier „Recycling Plus“ auf Paletten bei memo an.

Wasserkreislauf

Wesentlichen Einfluss auf die Umweltverträglichkeit des Papiers hat neben dem Energieverbrauch der Umgang mit Wasser. Der Wasserbedarf liegt in der Produktion um 83 % niedriger als bei einem Frischfaserpapier. Das eingesetzte Prozesswasser stammt aus der Elbe. Für die Produktion aufbereitet verbleibt es im weitestgehend geschlossenen Wasserkreislauf. Als vorteilhaft erweist sich dabei der Verzicht auf kritische Stoffe wie optische Aufheller oder chlorhaltige Bleichmittel während der Produktion. Die Aufbereitung einer vergleichsweise geringen Abwassermenge, die in die Elbe zurückfließt, durchläuft eine werkseigene, vollbiologische Abwasserreinigungsanlage. Die Abwasserqualität unterschreitet nach der Reinigung die strengen gesetzlichen Grenzwerte deutlich.

Fazit

Die Produktion des memo Recyclingpapiers findet in Deutschland in einer der modernsten Papierfabriken Europas statt. Diese ist nach DIN EN ISO 9001 qualitätszertifiziert, nach DIN EN ISO 14001 umweltsertifiziert sowie nach EMAS III validiert. Modernste Technologie und der Einsatz von 100 % Altpapier reduzieren den Bedarf an Rohstoffen, Wasser und Energie auf ein Minimum. Der Energieverbrauch des memo „Recycling Plus“ ist im Vergleich zur Herstellung eines Frischfaserpapiers um 72 % geringer. Dies wirkt sich mit einer Reduktion von rund 53 % positiv auf den CO₂-Fußabdruck aus. Die Recyclingpapiere erfüllen alle relevanten Qualitätsnormen bzw. -eigenschaften und schützen die natürliche Ressource Holz.



Lebenszyklusanalyse der memo Pflanzenölseife

Ein Mitglied der memo Markenfamilie ist die flüssige Bio-Pflanzenölseife „Natural Liquid“ in den Duftvariationen Citrus, Lavender und Neutral. Für

die Lebenszyklusanalyse haben wir mit Citrus den Bestseller der Produktreihe gewählt. Er erhält seinen Namen durch die Zugabe von zitronig riechenden ätherischen Ölen.

Für die Herstellung der Pflanzenölseife gelten die strengen Kriterien der international tätigen und unabhängig arbeitenden Organisation „Ecocert“. Die Einhaltung dieser Richtlinie für Natur- und Biokosmetik garantiert den Verzicht auf gentechnisch veränderte Organismen und gibt Mindestmengen an natürlichen sowie kontrolliert biologischen Bestandteilen vor. Alle verwendeten Inhaltsstoffe stammen aus dem Garten der Natur und fügen sich nach dem Gebrauch wieder in den geschlossenen Naturkreislauf ein.

Gewinnung und Verarbeitung wesentlicher Rohstoffe

Wie der Produktname bereits verrät, besteht die Flüssigseife größtenteils aus hochwertigen und besonders reinen Pflanzenölen. Die pflanzlichen Ausgangsstoffe stammen aus kontrolliert biologischem Anbau in Europa. Wesentliches Merkmal dieser Bewirtschaftungsart ist der Einsatz von biologischen Düngern aus Reststoffen der landwirtschaftlichen Arbeit anstelle chemisch produzierter Düngemittel wie Herbizide und Fungizide. Sowohl die Gewinnung des Sonnenblumen- als auch des Olivenöls erfolgt schonend über ein Kaltpressverfahren. Dieser Prozess verläuft auf einem sehr niedrigen Temperaturniveau und verzichtet auf die Zugabe von organisch-chemischen Lösungsmitteln.

Ein bei der Produktion von Sonnenblumenöl anfallendes Nebenprodukt ist der sogenannte Presskuchen. Zur Weiterverarbeitung gelangt dieser in die Tierfuttermittelproduktion und dient als Ersatzprodukt für Soja. Ebenfalls denkbar ist eine energetische Verwertung – beispielsweise in Biogasanlagen –, wie es bei den Rückständen aus der Olivenölherstellung üblich ist.

Das Herzstück der Seifenproduktion ist der Verseifungsprozess. Initiiert wird dieser durch die Zusammenführung der Pflanzenöle mit Wasser, Ethanol und Kalilauge.

Die zur Produktion von Kalilauge notwendige Elektrolyse erfolgt besonders umweltschonend über das sogenannte Membranverfahren. Andere am Markt übliche Verfahren sind energieintensiver und setzen bedenkliche Stoffe wie Quecksilber oder Asbest frei. Der Hersteller hat sich aufgrund der Ökobilanzergebnisse dazu entschlossen, diese Erkenntnis bei zukünftigen Einkaufsentscheidungen zu berücksichtigen.

Eine weitere aus der Lebenszyklusanalyse resultierende Maßnahme ist die Erhöhung des Anteils an Inhaltsstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau. Eine Umstellung des auf einem nachwachsenden Rohstoff basierenden Ethanols ist in Planung.



memo Mitarbeiterin Evelyn Gump überwacht die Verseifung der memo Pflanzenölseife „Natural Liquid“ Citrus am Seifenkessel.



Die Abfüllung und Etikettierung der 300 ml-Pumpspender erfolgt automatisch. Von Hand werden anschließend jeweils sechs Einheiten sorgfältig in Transportkartons verpackt.

Umweltschonende Endproduktion in Deutschland

Die Endproduktion der Flüssigseife befindet sich in Deutschland. Der Hersteller arbeitet abfallfrei und betreibt innerhalb der Produktion einen geschlossenen Wasserkreislauf. Seinen Strombedarf deckt das Unternehmen durch eine Photovoltaik-Anlage auf dem Dach sowie den Bezug von 100 % Ökostrom. Der verwendete Energieträger zur Erwärmung des Seifenkessels ist Erdgas. Ergriffene Effizienzmaßnahmen reduzieren den Energieverbrauch auf ein Minimum. Im Vergleich zur konventionellen Herstellung erfolgt die Verseifung der „Natural Liquid“ durch ein speziell entwickeltes Niedertemperaturverfahren. Diese Methode ist zwar zeitintensiver, spart letztlich jedoch Energie ein. Die geringen, nicht zu vermeidenden Treibhausgasemissionen aus der essentiell benötigten Prozessenergie werden durch Investitionen in Waldaufforstungsprojekte „klimaneutral“ gestellt.

Der Beleg für die umweltverträgliche Endproduktion beim Herstellerbetrieb ist der minimale Anteil an CO₂e-Emissionen von 0,4 % am gesamten CO₂-Fußabdruck des Produktes.

Transport

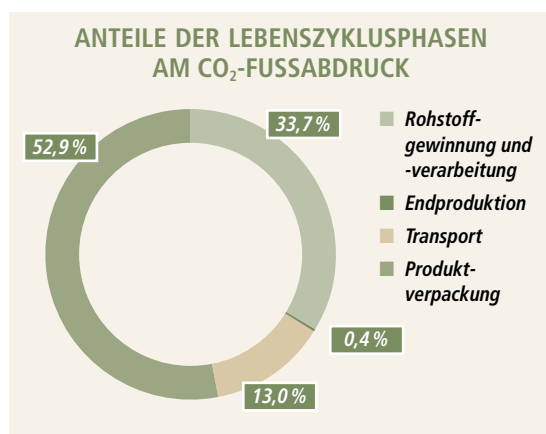
Die Ausrichtung aller Prozesse an Umweltgesichtspunkten schließt einen Bezug der Rohstoffe innerhalb von Mehrwegsystemen mit möglichst kurzen Transportwegen ein. Der Ursprung der Seifeninhaltsstoffe befindet sich zu 71 % in Deutschland, zu 27 % in Europa und lediglich zu 2 % im asiatischen Raum. Mittel- bis langfristig ist es Ziel, auch das aus Asien stammende ätherische Öl zu ersetzen. Ein Bezug der Duftkomponente aus Europa ist bisher nicht möglich. Der benötigte pflanzliche Rohstoff ist ausschließlich in Asien beheimatet. Aus dem vorwiegenden Bezug der Inhaltsstoffe aus Deutschland und seinen benachbarten Ländern resultiert ein geringer Anteil an Transportemissionen von 13 % am gesamten CO₂-Fußabdruck.

Produktverpackung

Die Produktverpackung erzeugt 52,9 % der gesamten CO₂e-Emissionen des Produktes und besitzt daher die größte Hebelwirkung für mögliche Optimierungen.

Zurückzuführen sind die von der Produktverpackung verursachten Emissionen auf den Einsatz des auf fossilen Rohstoffen basierenden Kunststoffs Polypropylen. Für den Verwendungszweck ist das Material optimal geeignet und die Sortenreinheit der Produktverpackung garantiert eine sehr gute Recyclingfähigkeit nach dem Gebrauch. Das Ziel der Ökobilanz, Optimierungspotenziale aufzudecken, lenkt das Augenmerk auf die Entwicklung einer alternativen Produktverpackung. Voraussetzung sind umfassende Tests der bisher knapp verfügbaren Alternativen auf ihre Interaktion mit dem Produkt. Aufgrund der notwendigen Forschungs- und Entwicklungsarbeit ist die Realisierung als eine langfristige Maßnahme zu betrachten.

Eine zur Reduktion des gesamten CO₂-Fußabdrucks sofort umsetzbare Maßnahme ist die Nutzung von Nachfülleinheiten. Gerechnet auf einen Milliliter in der jeweiligen Verpackungseinheit verringern sich die Treibhausgasemissionen um 40 %.



Gattung: Bio-Pflanzenölseife

Erscheinungsbild: Goldgelb im praktischen 300 ml-Pumpspender oder in einer 1 l-Nachfülleinheit

Geschwister: Neutral, Lavender

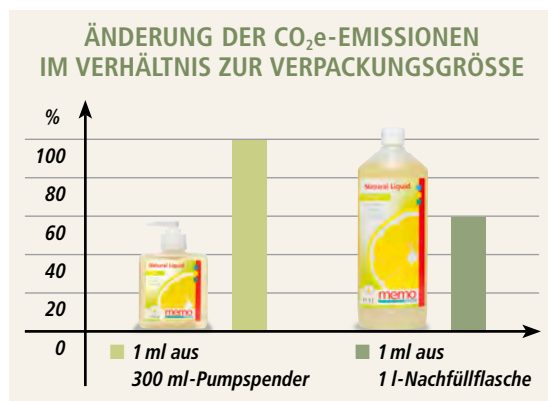
Herkunft: Klimaneutrale Produktion in Deutschland

Berufung: Pflegende und verwöhnende Reinigung der Haut mit erfrischendem Duft nach Zitrone

Interessen: Natur pur, Reinheit, Umwelt- und Tierschutz, hochwertige Inhaltsstoffe auf Basis kontrolliert biologischen Anbaus, keine Verwendung von synthetischen Tensiden, Duft- und Konservierungsmitteln, vegan



Im memo Sortiment ist die Bio-Pflanzenölseife in zwei Verpackungsgrößen erhältlich. Der 300 ml-Pumpspender ist praktisch in der Anwendung und Dosierung. Die 1 l-Flasche eignet sich nicht nur als ökologisch vorteilhafte Nachfülleinheit für den Pumpspender, sondern auch für Seifenspender in befestigten Wandhalterungen. Wesentlicher Grund für den geringeren CO₂-Fußabdruck ist das bessere Verhältnis von Verpackungsmaterial zu umschlossener Produktmenge.



Vergleich der CO₂e-Emissionen eines Milliliters Seife in verschiedenen Produktverpackungseinheiten.

Einfluss des memo Kunden auf die Nutzungsphase

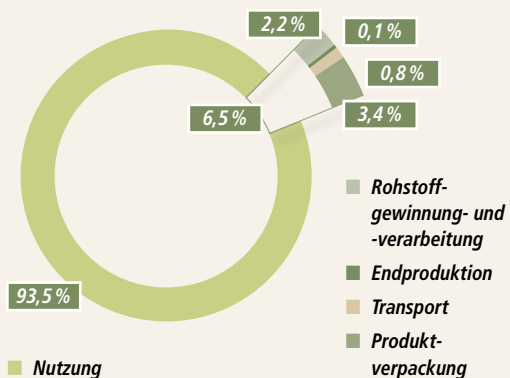
Den größten Einfluss auf den CO₂-Fußabdruck der Bio-Pflanzenölseife mit über 90 % besitzt der Verbraucher. Sein Beitrag zur Reduktion der Umweltauswirkungen kann weit über die Verwendung von Nachfülleinheiten hinausgehen. Entscheidende Aspekte beim Gebrauch sind neben einer sparsamen Seifendosierung die Wassertemperatur und -menge sowie der Einsatz regenerativer Energie zur Wassererwärmung.

Die Wassertemperatur hat keinen wesentlichen Einfluss auf das Waschergebnis, daher verringert jede noch so kleine Temperatursenkung den Energiebedarf und folglich die CO₂e-Emissionen. Dieses Ökobilanzergebnis dient dazu, den Kunden für den Umgang mit der Seife zu sensibilisieren. Sein Verhalten kann mehr Treibhausgasemissionen vermeiden, als es bei der Produktion der Pflanzenölseife derzeit möglich ist.

Produktverhalten im Abwasser

Am Ende seines Lebens gelangt das Produkt als Wasser-Seifen-Gemisch nach dem Händewaschen über das Abwasser in die

ANTEIL DER NUTZUNGSPHASE AM CO₂-FUSSABDRUCK



Unter Berücksichtigung durchschnittlicher Verbrauchswerte dominieren die CO₂e-Emissionen der Gebrauchsphase (bei 150 Waschgängen pro 300 ml-Pumpspender) alle weiteren untersuchten Lebenszyklusphasen um ein Vielfaches.

Kanalisation. Unter Laborbedingungen wurde die Seife auf ihr Abbau-Verhalten im Klärwerk getestet. Ergebnis des nach OECD anerkannten Labortests (manometrischer Respirationstest) ist eine biologische Abbaubarkeit von 99 %. Durch ihre biologisch leichte Abbaubarkeit fügt sich die Pflanzenölseife aus 100 % natürlichen Inhaltsstoffen ideal in den Naturkreislauf ein.

Fazit

Die memo Pflanzenölseife „Natural Liquid“ Citrus im 300 ml-Pumpspender verursacht – angefangen von der Rohstoffgewinnung bis zur Ankunft bei memo – knapp 0,277 kg CO₂e. Einen vergleichbaren CO₂-Fußabdruck besitzt die mit einem Kleinwagen mit Dieselmotor zurückgelegte Strecke von 1,8 km.

Die Lebenszyklusanalyse bestätigt durch die Einhaltung maßgeblicher Umweltstandards in allen Lebensphasen eine hohe Verträglichkeit für Mensch und Tier. Möglichkeiten zur weiteren Reduzierung negativer Umweltauswirkungen existieren insbesondere durch die Steigerung des Einsatzes erneuerbarer Energien und der Entwicklung einer alternativen Produktverpackung. Unsere Kunden informieren wir über die große Bedeutung von Energie- und Wassersparmaßnahmen in der Nutzungsphase. Die detaillierten Ökobilanzergebnisse bilden die Basis für die kontinuierliche Weiterentwicklung des Produktes.



Lebenszyklusanalyse des memo Vollwaschmittels

Das Vollwaschmittel ist eines von drei Produkten der memo Wasch- und Reinigungsmittelsreihe „Eco Saponine“.

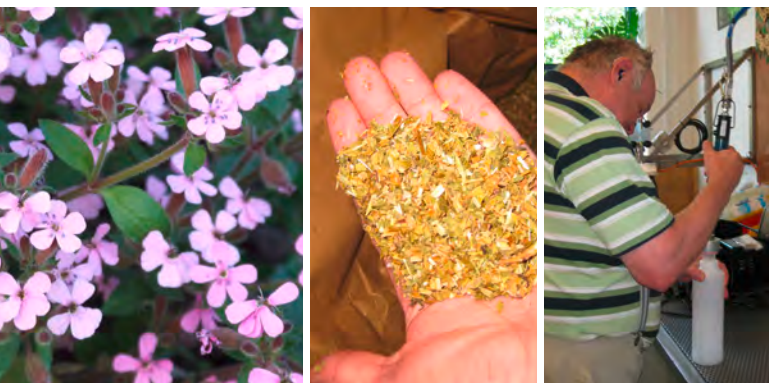
Ein Bestandteil des Produktes ist Seifenkraut. Der Name der Pflanze beruht auf dem hohen Gehalt an Saponinen. Dabei handelt es sich um natürliche Substanzen, die oberflächenaktive Eigenschaften aufweisen und in wässrigen Lösungen Schaum bilden. Bereits zu Zeiten der Germanen, Kelten und Römer bezeichnete der Wortstamm „sapo“ den Seifenschaum. Die Wirkung des zu den Nelkengewächsen gehörenden Seifenkrauts war in der Antike als Wollwasch- und Heilmittel bekannt und auch Kräuterbücher aus früheren Jahrhunderten loben die Reinigungsleistung der Saponine. Noch heute findet die Pflanze auch in der Naturmedizin Anwendung. Nach vielen Jahrzehnten (fast) ausschließlich chemisch erzeugter Produkte wurde der nachwachsende Rohstoff inzwischen als besonders umweltschonend und hautfreundlich wiederentdeckt.

Der Maßstab, Natur und Mensch bei der Produktion und Anwendung des Waschmittels zu schonen, gilt gleichermaßen für alle enthaltenen Bestandteile. Die Herstellung orientiert sich an den Kriterien der IMO-Richtlinie für ökologische Reinigungs- und Pflegemittel. Anforderungen der Richtlinie sind beispielsweise der Verzicht auf gentechnisch veränderte Organismen sowie eine leichte Rückführung aller Komponenten in den natürlichen Kreislauf. Zur Erfüllung der Kriterien ist das memo „Eco Saponine“-Vollwaschmittel frei von chemischen Zusätzen wie Phosphaten, Enzymen oder optischen Aufhellern und verzichtet auf erdölbasierte Inhaltsstoffe. Ohne den Einsatz von Konservierungs-, Farb- und Duftstoffen im Vollwaschmittel können auch Allergiker atmen. Im dermatologischen Test hat das Waschmittel mit dem Ergebnis „sehr gut“ abgeschnitten.

Gewinnung und Verarbeitung wesentlicher Rohstoffe

Das Seifenkraut ist in Europa, Asien und Nordamerika beheimatet. Am besten gedeiht das eher unscheinbare Gewächs mit rosafarbenen Blüten an Flussufern, Böschungen und Flurwegen sowie in offenen Waldgebieten. Geerntet wird das zur Herstellung von Seifenkrautextrakt benötigte Pflanzenmaterial vor seiner Blüte größtenteils mittels Wildsammlung in verschiedenen Regionen Bulgariens. In eingerichteten Sammelstellen in Dörfern und Städten wird es gebündelt, getrocknet und in Ballen gepresst.

Die Weiterverarbeitung übernimmt ein in Deutschland ansässiges Unternehmen. Ohne die Zugabe von Hilfsstoffen wird die krautartige Pflanze zerkleinert und vermahlen. Zum Auslösen der wertvollen Saponine aus der Pflanze dient Glycerin. Die bei der Produktion des Seifenkrautextrakts entstehenden Pflanzenreste gelangen in eine energetische Verwertung.



Die Saponine gelangen gebunden im Pflanzenmaterial zur Weiterverarbeitung nach Süddeutschland.

Abfüllung des memo Vollwaschmittels „Eco Saponine“ in einer sozialen Einrichtung.

Da natürliche Inhaltsstoffe – wie das Seifenkrautextrakt – Schwankungen in der Beschaffenheit unterlegen sind, hat es einen wesentlichen Einfluss auf Geruch und Farbe des Waschmittels. Um gleichbleibende Produkteigenschaften über verschiedene Ernteperioden zu gewährleisten, variiert unser Hersteller den Mengenanteil des Seifenkrauts im Endprodukt zwischen 5 % und 15 %.

Zu den bedeutenden Bestandteilen des „Eco Saponine“-Vollwaschmittels gehören der Seifenkrautextrakt und zwei auf nachwachsenden Rohstoffen basierende Tenside.

Aufgabe der Tenside ist die Herabsetzung der Grenzflächenspannung zwischen zwei Phasen. Sie vermitteln durch diese besondere Eigenschaft zwischen Wasser und Schmutzpartikeln und helfen dabei, diese von Oberflächen – wie Textilien – zu lösen.

Im memo Waschmittel sind zwei Arten von Tensiden enthalten, ein anionisches sowie ein nichtionisches Tensid. Diese unterscheiden sich aufgrund ihres molekularen Aufbaus und ergänzen sich perfekt in ihrer Wirkungsweise.

Ausgangsstoff beider Tenside ist vorrangig Kokosöl, welches als Ersatzprodukt für Palmöl dient. Hintergrund ist die Zerstörung von immer mehr tropischem Regenwald für riesige Palmöl-Plantagen. Die dort lebenden Menschen und bedrohten Tierarten verlieren auf diese Weise ihre Nahrungs- und Lebensgrundlage. Dazu werden mit der Dezimierung der „grünen Lunge der Erde“ zusätzlich große Mengen an gebundenem CO₂ in die Atmosphäre freigesetzt.

Gewonnen wird die Alternative Kokosöl aus den Früchten der Kokospalme. Ihre vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten verleihen ihr den Namen „Baum des Lebens“. Vorteilhaft ist die Möglichkeit der Unterpflanzung der hochstämmigen Kokospalmen mit anderen Nutzpflanzen wie z. B. Kaffee, Erdnüssen oder Mangos. Eine Unterbrechung von Mono- bzw. Dauerkulturen vermindert zudem den Einsatz von Mineraldüngern. Die größten exportierten Kokosölmengen stammen von philippinischen Kleinbauern, Pächterfamilien oder Farmarbeitern. Bis aus dem von ihnen produzierten Kokosöl ein Tensid entsteht, sind viele einzelne chemische Prozesse notwendig. Vereinfacht dargestellt, wird das Öl mit Hilfe von Alkohol verestert und mit Natron- oder Kalilauge gekocht. Die daraus entstehenden Salze werden den Tensiden zugeordnet. Das im memo Waschmittel verwendete nichtionische Tensid spart im Vergleich zu einer konventionellen Variante rund 25 % CO₂-Emissionen und 35 % Wasser ein.

Das anionische Tensid konnte aufgrund mangelnder Datenverfügbarkeit bei der Gewinnung und Verarbeitung nicht detailliert untersucht werden und ist daher kein Bestandteil dieser Ökobilanz.

Eine Möglichkeit, den CO₂-Fußabdruck noch umweltverträglicher zu gestalten, ist die Verwendung von Ausgangsrohstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau. Nach intensiven Gesprächen mit dem Hersteller ist dies aufgrund der mangelnden Verfügbarkeit am Markt, beziehungsweise den daraus resultierenden erheblichen Mehrkosten, vorerst nicht zu realisieren.

Energiearme Endproduktion in Deutschland

Die Produktentwicklung und Zusammenführung der Inhaltsstoffe erfolgt unter minimalem Energieeinsatz in Deutschland. In einer definierten Reihenfolge fließen die Inhaltsstoffe unter Rühren nacheinander in einen großen Waschmittelbehälter. Nach einer Ruhezeit von zwei Wochen entnimmt der Betriebsleiter vor der Verladung eine Probe zur Qualitätskontrolle.

Abgefasst in 1 000 l-Cubitainern gelangt das Vollwaschmittel an einen der beiden Abfüllorte. Neben der Abfüllung in den Betriebsstätten des memo Zulieferers besteht die Möglichkeit einer Konfektionierung des Waschmittels in einer Werkstätte für geistig, körperlich und psychisch behinderte Menschen. Obwohl der Transport in die soziale Einrichtung zusätzliche Transportkilometer bedingt, haben wir uns dazu entschlossen, die daraus resultierenden, doppelt so hohen CO₂-Emissionen für die Abfüllung in 1 l-Flaschen in Kauf zu nehmen.

Durch die Zusammenarbeit erhalten behinderte Menschen die Möglichkeit durch langfristig angelegte Förderung ihre spezifischen Fähigkeiten auszubauen und gleichzeitig ein Teil der Fertigung eines umweltschonenden Produktes zu sein.

Gattung: Vollwaschmittel für alle Gewebearten und Waschttemperaturen

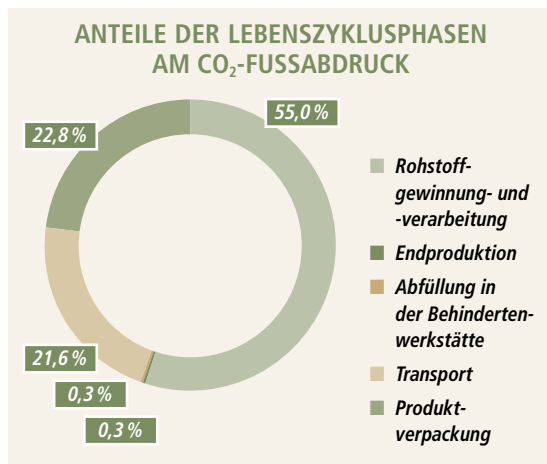
Erscheinungsbild: Gelblich in einer handlichen 1 l-Flasche mit Dosierungskappe oder in einem 5 l-Nachfüllgebinde

Herkunft: Energiearme Produktion in Deutschland

Berufung: Faserschonende Reinigung für saubere und angenehm weiche Wäsche

Interessen: Tradition des Waschkrauts, Reinheit ohne Füll- und Streckstoffe, 100 % nachwachsende Rohstoffe, soziales Engagement, Verzicht auf Farb-, Duft- und Konservierungsstoffe, vegan

Auszeichnungen: Dermatologisch getestet und als „sehr gut“ empfunden



Transport

Der gesamte Anteil der Transporte am CO₂-Fußabdruck beläuft sich auf 21,6 %. Wesentlichen Einfluss hat das Kokosöl als Ausgangsstoff mehrerer Inhaltsstoffe. Die Hauptanbauggebiete der Kokospalmen liegen im asiatischen Raum. Aufgrund der zwingend erforderlichen langen Rohstofftransporte gab die Analyse keine nennenswerten Optimierungspotenziale zur Reduktion der CO₂e-Emissionen.

Produktverpackung

Die Produktverpackung verursacht ähnlich wie der Transport einen Anteil von 22,8 % an den gesamten CO₂e-Produktmissionen. Das hervorragend für die Verpackung des Vollwaschmittels geeignete Polyethylen besteht aus fossilen Rohstoffen. Für ein Recycling auf hohem Niveau punktet die Produktverpackung durch Sortenreinheit. Eine Reduktion der CO₂e-Emissionen ist durch die Substitution des erdölbasierten Rohstoffs mit Recyclingmaterialien oder alternativen Werkstoffen wie Green-PE denkbar. Die Kompatibilität des Vollwaschmittels mit diesen Materialien wird intensiv getestet.

Als ökologisch sinnvoll erweist sich die Nutzung einer 5 l-Nachfülleinheit gegenüber einer 1 l-Flasche. Sie umschließt im Verhältnis mit weniger Verpackungsmaterial mehr Inhalt. Das spart nicht nur Material, sondern letztendlich auch CO₂e-Emissionen ein.

Einfluss des memo Kunden auf die Nutzungsphase

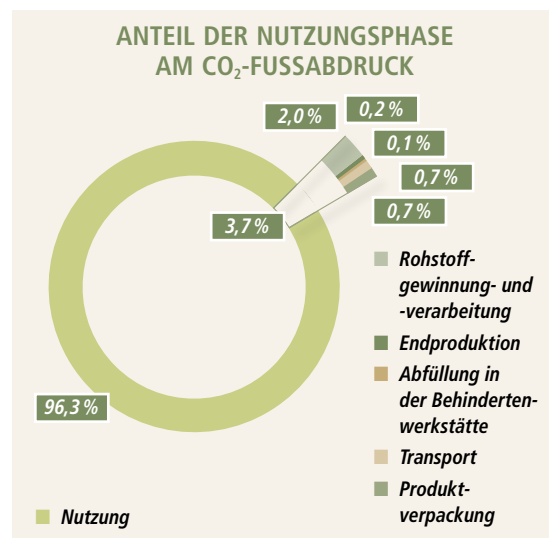
Den größten Einfluss auf den CO₂-Fußabdruck des „Eco Saponine“-Vollwaschmittels besitzt mit rund 96 % der Verbraucher. Folglich verursacht ein Waschgang nahezu so viele CO₂e-Emissionen wie die gesamte Herstellung des Produktes. Nach dieser Erkenntnis leistet der Anwender den entscheidenden Beitrag zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks. Entscheidende Ein-

flussfaktoren sind geringe Waschttemperaturen und die Verwendung eines regenerativen Energieträgers zur Wassererwärmung.

Fazit

Der CO₂-Fußabdruck des Waschmittels von der Rohstoffgewinnung bis zur versandfertigen Ware im memo Lager verursacht 0,654 kg CO₂e. Vergleichbar ist der Wert mit den Treibhausgasemissionen, die ein kleiner Diesel-PKW während der Fahrt einer 4,3 km langen Strecke ausstößt. Zur weiteren Steigerung der Umweltverträglichkeit werden aus den ermittelten Optimierungspotenzialen Maßnahmen formuliert. Der Hersteller beteiligt sich aktiv an der Recherche zu alternativen Produktverpackungen und setzt sich für den Einsatz von regenerativen Energien in der Produktionskette ein. Kontinuierlich beobachtet er am Markt die Entwicklung von ressourcenschonenden Tensiden. Die Lebenszyklusanalyse belegt die vielen umweltverträglichen Pluspunkte des Vollwaschmittels.

Positiv auf alle Lebenszyklusphasen wirkt sich die hohe Ergiebigkeit des Produktes aus. Etwa 33 Waschgänge liefert eine 1 l-Flasche. Im Vergleich zu anderen Waschmitteln verzichten wir grundlegend auf Streck- und Füllmittel. Das spart Ressourcen und Energie. Informationen, auf welche Weise uns unsere Kunden bei diesem Ziel unterstützen können, integrieren wir zukünftig in die Produktpäsentation.



Unter Berücksichtigung durchschnittlicher Verbrauchswerte dominieren die CO₂e-Emissionen der Gebrauchsphase (bei 33 Waschgängen pro 1 l-Flasche Waschmittel) alle weiteren untersuchten Lebenszyklusphasen.

Systematisch vernetzt

Reibungslose Abläufe zwischen den Teams bei memo gewährleisten eine hohe Qualität unserer Unternehmensleistungen.



Ich bestehe aus 180 Gummiringen aus FSC®-zertifiziertem Naturkautschuk, bin besonders elastisch, extrem reißfest und behalte auch nach intensiver Benutzung meine Spannkraft. Hergestellt werde ich im Rahmen eines Tsunami-Flüchtlingsprojekts von Frauen in Sri Lanka.

Die Kunden-Zufriedenheit steht im Mittelpunkt unseres Handelns



Wir wollen unseren Kunden das richtige Produkt in der bestmöglichen Qualität zum richtigen Zeitpunkt an den korrekten Bestimmungsort liefern. Um dieses Ziel zu erreichen, analysieren wir unsere Produkte und Prozesse fortlaufend und entwickeln diese im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses ständig weiter.

Gewährleistung der Produktqualität

Um eine hohe Produktqualität zu gewährleisten, stehen unsere Produktmanager in ständigem Kontakt mit unseren Lieferanten, um Erfahrungen auszutauschen und Produktverbesserungen, die den Wünschen unserer Kunden entsprechen, zu fördern.

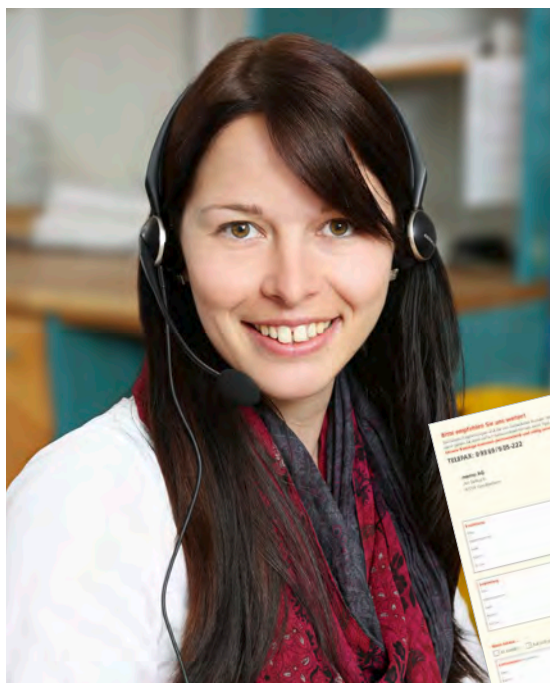
Aus den Ergebnissen regelmäßiger Reklamationsanalysen und Anregungen unserer Kunden können wir Verbesserungsmöglichkeiten unserer Produkte gezielt erkennen und geeignete Optimierungsmaßnahmen einleiten.

Kundenorientierung

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

Schon durch die Kriterien unserer Sortimentsgestaltung können unsere Kunden sicher sein, bei memo stets hochwertige, langlebige und vor allem umwelt- und sozialverträgliche Produkte zu einem marktgerechten Preis zu finden.

In unseren Katalogen und Web-Shops finden sich umfassende Informationen zu jedem Artikel. Dennoch können (und sollen) diese eine individuelle Beratung nicht ersetzen. Weiterführende Detailfragen beantwortet unser Vertrieb schnell und zuverlässig.



Die Meinung unserer Kunden ist uns sehr wichtig – ob am Telefon, per E-Mail oder per Formular.



memo AG – Alexander Dill,
Teamleiter Kundenservice

„Seit 2012 bin ich bei der memo AG für den Bereich Kundenservice verantwortlich. Nach internen Umstrukturierungen und personellen Erweiterungen können wir schneller und effizienter auf Kundenwünsche, -reklamationen und -anfragen reagieren und damit eine hohe Kundenzufriedenheit sicherstellen.“

Und wenn ein gewünschtes Produkt mal nicht im Sortiment ist ...

... durchforsten wir das Marktangebot, soweit wirtschaftlich sinnvoll, nach einem geeigneten Produkt. Selbstverständlich beachten wir auch hier unsere strengen Beschaffungskriterien. Wünscht ein Kunde ausdrücklich einen Artikel, der den memo Kriterien nicht entspricht, weisen wir ihn vor der Belieferung darauf hin und bieten, wenn möglich, eine Alternative an. Der Kunde bleibt natürlich König!

Und wenn doch mal was schief geht ...

... kümmert sich unser Serviceteam um eine unkomplizierte, schnelle und kundenorientierte Problemlösung. Die Zufriedenheit unserer Kunden mit unseren Produkten und Leistungen steht im Mittelpunkt unseres Handelns.

Wir bleiben keine Antworten schuldig!

Immer wieder werden besondere Fragen und Probleme an uns herangetragen – teilweise auch nicht direkt unsere Produkte, sondern weiterführende 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, nachhaltiges 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 nachhaltigkeitsrelevanten Fragen – betrachtet zu werden.

Unser Ziel ist es, jede Fragestellung möglichst schnell und umfassend zu lösen. 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 Produkte verkaufen, sondern ihnen alle relevanten Informationen bereitstellen, die für eine bewusste, nachhaltige Kaufentscheidung notwendig sind.

Ihre Meinung interessiert uns ...

In unserem Katalog finden unsere Kunden einen Fragebogen, um uns ganz unkompliziert ihre Meinung mitzuteilen. Viele greifen auch einfach zum Telefon oder schreiben uns eine E-Mail.

Sämtliche Anregungen, Wünsche und auch Kritik werden systematisch in unser IT-System eingepflegt und stehen den betreffenden Abteilungen direkt zur weiteren Bearbeitung zur Verfügung.

Entscheidend: informative Präsentation und ökologische Vorteile



memo Printmedien

Trotz nach wie vor steigender Nutzung des Internets ist der Produktkatalog für uns als Versandhändler unverzichtbar und entscheidend für den Erfolg im Wettbewerb. Er ersetzt und ergänzt den persönlichen Kontakt durch das

Verkaufspersonal: Exakte Farbwiedergaben und ausführliche Produktinformationen tragen wesentlich zur Zufriedenheit der Kunden mit dem bestellten Produkt bei.

Bei der Herstellung der Kataloge, bei deren Verpackung und beim Transport spielen bei memo natürlich auch Qualitäts- und Umweltaspekte eine wichtige Rolle. Im Jahr 2012 produzierte memo einen Privatkunden- und einen Gewerbekunden-Katalog sowie einen Werbeartikelkatalog speziell für gewerbliche Kunden.



Die memo Kataloge und Nachhaltigkeitsberichte sind seit 2011 mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet. Sie sind ausschließlich aus Altpapier hergestellt.

Materialauswahl

Die memo Kataloge werden von jeher ausschließlich auf 100 % Recyclingpapier gedruckt. Alleine in 2012 konnten dadurch im Vergleich zur Verwendung von Frischfaserpapier knapp 727 Tonnen Holz, über 10 Mio. Liter Wasser und knapp 2 Mio. kWh Energie sowie über 155 Tonnen CO₂* eingespart werden.

Ein weiterer Pluspunkt, den Recyclingpapier im Vergleich zu Frischfaserpapier bietet: es ist weniger durchscheinend (der Fachbegriff dafür lautet Opazität). Dadurch können bei gleichbleibender Druckqualität niedrigere Papiergewichte eingesetzt werden. Die Folge ist ein sinkender Papierbedarf: Ressourcen werden gespart und Umweltvorteile realisiert. Der Einsatz von Recyclingpapier führt zudem zu geringeren Kosten beim Papiereinkauf und zu niedrigeren Portokosten beim Katalogversand.

Für die Herstellung der Produktkataloge verwenden wir ausschließlich Farben mit Lösemitteln auf Basis nachwachsender Rohstoffe wie Raps oder Leinsamen. Vor jeder Katalogproduktion werden die eingesetzten Materialien bezüglich des neuesten Stands der Technik überprüft.

„Blauer Engel“ seit 2011

Seit 2011 sind die beiden Gesamtkataloge mit dem „Blauen Engel“ für Druckobjekte ausgezeichnet. Die Vergabegrundlagen des RAL-UZ 72 werden dabei sogar noch in einem entscheidenden Punkt übertroffen: Unsere Printmedien sind nicht nur überwiegend, sondern ausschließlich aus 100 % Altpapier hergestellt.

Unsere Kunden erhalten rund zehn Mailings mit Neuheiten und Angeboten pro Jahr.



Auflagenhöhe

Im Jahr 2012 hat die memo AG zwei Kataloge mit Umfängen zwischen 612 und 692 Seiten und einen Werbeartikelkatalog mit 148 Seiten in einer Gesamtauflage von 172.663 Exemplaren produziert. Zudem erhielten unsere Kunden zehn Mailings mit bis zu 22 Seiten Umfang in einer Gesamtauflage von 397.566 Stück.

Durch systematische Kundensegmentierung und entsprechende Auflagenplanung minimieren wir negative Umweltauswirkungen und unnötige Produktionskosten. Trotz der steigenden Kundenanzahl und entsprechender Werbemaßnahmen hat sich die Jahresauflage unserer Kataloge und Mailings im Vergleich zum Jahr 2011 um 17 % reduziert.

Auswahl der Dienstleister

Keines unserer Werbemittel wird im Ausland produziert. 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. Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht wurde beispielsweise von der Druckerei Lokay hergestellt, die auf ressourcenschonendes und umweltverträgliches Drucken spezialisiert ist und dafür bereits mehrfach ausgezeichnet wurde.



Katalogversand

Um Verpackungsmaterial zu vermeiden, kommt eine Umhüllung für den Versand der Kataloge nur dort zum Einsatz, wo dies aus postalischen oder technischen Gründen unbedingt erforderlich ist. Für den Einzelversand während des Jahres verwenden wir eine Versandhülle aus 100 % Recyclingpapier. Für den Direktversand von der Druckerei setzen wir für den Jahreskatalog eine Kunststoffolie mit 60 % Recyclinganteil ein. Die Folie besteht zu 100 % aus chlorfreiem, umweltverträglichem Polyethylen, das bei Deponierung und Verbrennung keine Schadstoffe bildet und erneut einem sortenreinen Recycling zugeführt werden kann. Der Einsatz einer Folie aus 100 % Recyclingmaterial ist bisher leider noch nicht praktikabel, da durch ihre milchige Beschaffenheit das maschinelle Einlesen der Adressdaten für den Postversand nicht gewährleistet werden kann. Wir beobachten allerdings auch hier die technische Entwicklung.

Klimaneutraler Katalogdruck und -versand

Seit 2007 neutralisieren wir die nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen, die beim Druck, bei der Papierherstellung und beim Versand unserer Printmedien anfallen, durch Investitionen in anerkannte Klimaschutzprojekte, die wir sorgfältig auswählen.

Unser Logistikpartner DHL berechnet die von uns verursachten CO₂-Emissionen beim Transport der Kataloge und gleicht sie im Rahmen der GOGREEN-Initiative durch die Förderung internationaler Umweltschutzprojekte aus.

* Quelle: Eco-Rechner unter www.stp.de



Alle Klimaschutz-Maßnahmen im Überblick finden Sie auf Seite 51.

memo Online-Shops: Produktkataloge, Informations- und Serviceplattformen

Die Web-Shops www.memo.de und www.memo-werbeartikel.de bieten das komplette Produktsortiment aus den Katalogen, eine große Auswahl an Sonderangeboten und Neuheiten sowie ausführliche Informationen zu den Produkten und unserem Unternehmen, die wir so aktuell und umfangreich nicht in unseren Printmedien veröffentlichen können. Auf Anregung vieler Kunden nach mehr digitalen Medien werden seit Ende 2010 alle gedruckten Mailings auch als Online-Blätterkatalog angeboten.

Generell nutzen memo Kunden mit weiter steigender Tendenz das „papierlose“ Internet als Informationsquelle und für Bestellungen. Mit einem Auftragsanteil von mittlerweile fast 57 % ist dieses ressourcenschonende Medium nicht mehr aus unserem Dienstleistungsangebot wegzudenken und wird deshalb auch weiter ausgebaut.

Der memo Newsletter ...

informiert auf Wunsch zur Zeit über 35 000 Abonnenten alle 1–2 Wochen über aktuelle Themenshops sowie über Sonderangebote und Restposten. Dazu kommen nützliche Tipps und Links zu anderen nachhaltigen Projekten und Aktionen sowie kleine redaktionelle Berichte zu unseren Aktivitäten. Auch für memo Werbeartikel werden regelmäßig Newsletter an gewerbliche Kunden verschickt.

Die memo Newsletter ersetzen längst viele postalische Werbeaussendungen und sparen so nicht nur Druck- und Versandkosten, sondern vermeiden zudem damit einhergehende Umweltbelastungen.



Seit Anfang 1998 finden Sie memo im Internet unter www.memo.de.



Alle Informationen rund um die memo AG finden Sie in Zukunft unter www.memoworld.de.

www.memoworld.de

Mitte 2012 wurde die seit 2002 bestehende, zweisprachige Homepage www.memoworld.com für memo Markenprodukte und Einzelhändler eingestellt. Seither ist unter der Adresse memoworld.de die neue Unternehmensseite der memo AG zu erreichen, die ausführliche Informationen zu allen Aktivitäten und Maßnahmen liefert.

Papierverbrauch bei memo



Trotz der fortschreitenden Entwicklung im Bereich der Kommunikationstechnologien sind wir auch heute noch weit entfernt vom sogenannten „papierlosen“ Büro. Beleg dafür ist der weiterhin steigende Papierverbrauch in Deutschland mit durchschnittlich ca. 236 kg Papier pro Bundesbürger.

Um wertvolle Ressourcen soweit möglich zu schonen, verwendet memo für den internen Bedarf und für jegliche Geschäftskorrespondenz ausschließlich 100 % Recyclingpapier mit dem „Blauen Engel“.

Wir sparen Papier z.B. durch den weitestgehenden Verzicht des Ausdrucks digitaler Dokumente, doppelseitiges Kopieren oder durch die Nutzung von gebrauchsfähigem, aber für den Verkauf

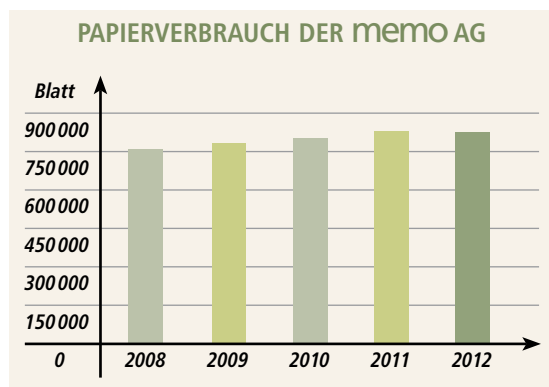
nicht mehr geeignetem Papier. Seit Anfang 2006 archivieren wir alle ausgehenden Rechnungen, Lieferscheine und Gutschriften digital.

Der Papierverbrauch der memo AG ist in den letzten fünf Jahren um 9 % gestiegen. Dies entspricht im Wesentlichen der Entwicklung zu bearbeitender Kundenaufträge. Im Jahr 2012 lag der gesamte Papierbedarf bei knapp 825 000 Blatt.

Etwa 65 % unseres Papierbedarfs entsteht bei der Kommissionierung und dem Versand unserer Waren. Um Papier zu sparen, legen wir Einpaketsendungen ausschließlich die Kundenrechnung bei. Besteht eine Sendung aus mehreren Paketen, legen wir jedem Karton zusätzlich eine Packstückliste bei, damit der Kunde den Sendungsinhalt besser prüfen kann. Aufgrund unserer geringen Retourenquote von unter 5 %, verzichten wir zudem auf die Beilage eines Retourenscheins. Für eventuelle Rücksendungen bieten wir unseren Kunden eine einfache Abwicklung über unsere Online-Retoure.

Im Bereich der Kommissionierung bündeln wir bis zu 32 Aufträge auf einer Kommissionierliste. Dies führt nicht nur zu geringen Laufwegen, sondern auch zu Papiereinsparungen. Siehe auch Seite 41.

Durch unseren internen Papierbedarf verursachen wir lediglich 2,4 t CO₂e-Emissionen. Dies entspricht etwa den Emissionen einer Flugreise von Berlin nach Vancouver. Trotz dieser sehr niedrigen Zahl werden wir auch in Zukunft unsere Bemühungen und Maßnahmen zur Einsparung von Papier fortsetzen und optimieren. Wir verstehen die gleichzeitige Reduzierung des Papierbedarfs und die Deckung des Bedarfs mit Recyclingpapier als effektiven Beitrag, um wertvolle Ressourcen und Klima zu schonen.





Aktive Einbeziehung von Lieferanten

Beim Bezug unserer Waren entstehen durch Transport und Verpackung negative Umweltauswirkungen. Um diese zu minimieren, optimieren wir die Prozesse innerhalb der Beschaffungs-

logistik kontinuierlich – wobei wir selbstverständlich auch unsere Lieferanten aktiv miteinbeziehen.

Transportwege

Ein fester Bestandteil unserer Kriterien bei der Sortimentsauswahl ist das „local sourcing“, d.h. wir bevorzugen Produkte, die in Deutschland und Europa hergestellt werden.

Wir analysieren systematisch die optimalen Losgrößen für Bestellungen bei unseren Lieferanten unter Berücksichtigung der konkurrierenden Zielvorgaben „Minimierung der Umweltauswirkungen bei Warenanlieferungen“ und „Minimierung der Kapitalbindungskosten“. Soweit sinnvoll werden einzelne Bestellungen gebündelt, um die Anzahl der Warenanlieferungen zu reduzieren.

Transportmittel

Zu den Auswahlkriterien bei der Sortimentsgestaltung zählen auch die eingesetzten Transportmittel bei der Anlieferung. Wir fordern unsere Lieferanten auf, für den Transport der Waren Mehrwegsysteme wie Euro- oder Gitterpaletten zu verwenden. Einwegpaletten sollen soweit möglich vermieden werden.

Verpackungen und Füllstoffe

Die Verwendung umweltverträglicher Verpackungen und Füllstoffe durch unsere Lieferanten ist uns sehr wichtig. So akzeptieren wir beispielsweise bis auf wenige unvermeidbare Aus-

nahmen keinerlei Produktverpackungen aus PVC oder nicht trennbare Verpackungsverbunde.

Darüber hinaus ordern wir bevorzugt komplette Verpackungseinheiten eines Artikels: So reduziert sich nicht nur der Prüf- und Handlingsaufwand in unserem Wareneingang, sondern auch die Menge an Füllstoffen. Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses analysieren wir Warenanlieferungen und suchen – unter Berücksichtigung der Transportsicherheit – weitere Optimierungspotenziale bei der Verwendung von Verpackungen und Füllstoffen. Entdecken wir Verbesserungsmaßnahmen, diskutieren wir sie mit dem jeweiligen Lieferanten und suchen gemeinsam geeignete Lösungsansätze.

Lieferfähigkeit und Kapitalbindung

Eine zentrale Aufgabe unserer Beschaffungslogistik ist die Sicherstellung der sofortigen Lieferfähigkeit unserer Produkte. Über das gesamte Sortiment hinweg beträgt diese über 97 % und liegt damit auf einem sehr hohen Niveau. Durch die hohe Lieferfähigkeit vermeiden wir Nachlieferungen an unsere Kunden und reduzieren damit die Umweltauswirkungen im Bereich Versand.

Um unsere Lieferfähigkeit bei gleichzeitiger Minimierung der Kapitalbindungskosten zu maximieren, überprüfen wir regelmäßig die Lagerreichweiten und den Lagerbestand. Die Abteilung Disposition ermittelt wöchentlich Kennzahlen zur Kapitalbindung und Lieferfähigkeit unserer Produkte. Hierfür wird eine sogenannte ABC-XYZ-Auswertung vorgenommen: Dabei wird ermittelt, wie oft Artikel nachgefragt werden – A am häufigsten, C am geringsten – und wie hoch deren Lagerbestand ist – X am höchsten, Z am niedrigsten. So können Umschlagshäufigkeiten von Produkten den physischen und finanziellen Lagerbeständen gegenübergestellt werden. Begleitend führen wir ständige Termin- und Rückstandsanalysen durch.



Über unser Kleinteilelager in Greußenheim versenden wir täglich zwischen 1 000 und 2 000 Pakete an unsere Kunden.



Der Warenfluss im memo Lager

Seit Juli 2010 arbeitet die memo AG mit einem neuen Warenwirtschaftssystem und einer neu organisierten Lagerlogistik. Wir berichteten darüber ausführlich im memo Nachhaltigkeits-

bericht 2011/12. Die Ziele dieser Systemumstellung wurden mit der Gewährleistung eines höheren Warendurchflusses, dem Erreichen einer höheren Qualität in allen logistischen Prozessen sowie der verbesserten Ergonomie und höheren Arbeitssicherheit innerhalb des Lagers erreicht.

Standortgestaltung

Die Logistik der memo AG besteht aus einem Kleinteilelager, einem Lager für Großteile sowie einem vorgeschalteten Nachschublager bei einem Logistikdienstleister in Würzburg, das „just in time“ die beiden Lager in Greußenheim versorgt. Von dort aus werden auch Großmengen, komplette Paletten und Gartenmöbel direkt an die Kunden verschickt. Durch die Einsparung von Transporten werden so negative Umweltauswirkungen minimiert.

Unser vorrangiges Ziel ist jedoch, möglichst viele Produkte am Standort Greußenheim zu lagern. Durch regelmäßige Sortimentsbereinigung und Optimierung der Lagerplätze gewinnen wir Kapazitäten und es entfällt der zwischengeschaltete Transport aus dem Außenlager, was wiederum der Umwelt zugute kommt.

Lagerplatzorganisation

Wir arbeiten mit der sogenannten „chaotischen Lagerhaltung“. Artikel besitzen keine festen Lagerplätze, sondern werden abhängig von der Zugriffshäufigkeit nach A-, B- und C-Artikeln im Lager verteilt. Wenn ein Produkt durch veränderte Nachfrage in eine andere Kategorie wechselt, optimiert sich das System selbstständig und weist beim nächsten Wareneingang den entsprechenden Lagerplatz zu. Das ist die Basis für kurze Wege innerhalb des Kommissionierprozesses. Weitere Vorteile sind die Gewährleistung des FiFo (First in – First out)-Prinzips und eine gezielte Rückverfolgbarkeit einzelner Chargen.

Zur Umsetzung einer chaotischen Lagerhaltung sind normierte Lagerplatzgrößen notwendig. Das System berechnet über die Abmessungen der Artikel wie viele Lagerplätze zur Einlagerung benötigt werden. Unterschiedlich große Lagerhilfsmittel aus stabilem Recyclingkarton schützen die Ware und beschleunigen und vereinfachen das Handling. Sie werden in einem internen Kreislaufsystem mehrfach wiederverwendet.

Kommissionierprozess

Beim Kommissionierprozess wird der Großteil der bei memo eingehenden Aufträge vollautomatisch – anhand der im Warenwirtschaftssystem definierten Parameter – für die Kommissionierung im Lager freigegeben. Die Aufträge werden durch eine Paketgrößenoptimierung in einzelne Pakete aufgeteilt. Ein aus mehreren Paketen bestehender Kundenauftrag wird demzufolge getrennt und auf unterschiedliche Kommissionierwagen verteilt. Durchschnittlich werden bei memo vier Kommissionierläufe pro Tag gestartet. Das Optimierungspotenzial ist umso höher, je mehr Kundenaufträge ein Kommissionierlauf enthält. Durch die Bündelung von bis zu 32 Paketen unterschiedlicher Kunden auf einem Kommissionierwagen werden zudem die Laufwege der Mitarbeiter reduziert. Vor der Systemumstellung musste jeder Auftrag einzeln kommissioniert werden.

Über 99 % aller bis 16.00 Uhr eingehenden Bestellungen werden noch am gleichen Arbeitstag verschickt, weshalb der letzte Kommissionierlauf um 16.10 Uhr startet.



In unserem Lager handeln wir etwa 8 500 Artikel – vom Schreibgerät bis zur Büroeinrichtung (li.). In einen Kommissionierwagen passen bis zu 32 Versandeinheiten (re. o.). Die Ware wird anschließend von den Mitarbeitern am Packtisch nach manueller Qualitätskontrolle auf den Weg zum Kunden gebracht (re. u.).

Warenendkontrolle am Packtisch

Alle Packtische sind mit kontrastreichen TFT-Touchscreens und Scannern ausgerüstet und können über hochwertige Bildschirmhalter ergonomisch optimal eingestellt werden. Das Förderband ist abgesenkt, um die Übergabe der Pakete auf das Band zu erleichtern. Die memo Mitarbeiter am Packtisch führen grundsätzlich eine Qualitäts- und Quantitätskontrolle durch. Die Artikel werden dabei auf ihre Unversehrtheit und Vollständigkeit überprüft. Vor allem Folgeaufträge an Kunden, z. B. aufgrund von Reklamationen, werden gesondert im System angezeigt und gezielt kontrolliert.

Selbst die beste vollautomatische Paketgrößenberechnung kann die unterschiedlichsten Verschachtelungen der Artikel miteinander nicht so präzise bestimmen, wie dies durch das über Jahre hinweg erworbene Wissen und das geschulte Auge eines Menschen im Einzelfall möglich ist. Wenn erforderlich werden Sendungen deshalb manuell von unseren Mitarbeitern auf mehrere Pakete verteilt.

Beladen des Containers

Beim Verladevorgang werden die Pakete über einen höhenverstellbaren Teleskopförderer exakt bis zum Verladeort in den LKW-Container transportiert. Bei täglich ca. 15 bis 25 Tonnen Warengewicht insgesamt stellt das eine erhebliche ergonomische Erleichterung für die Mitarbeiter im Warenausgang dar.

Kontinuierliche Verbesserung

Im Rahmen des Managementprogramms 2011 haben wir uns das Ziel gesetzt, die Anzahl der Pakete pro Kundenauftrag weiter zu reduzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir im letzten Jahr an diversen Stellschrauben des Dispositionssystems und der Paketgrößenoptimierung gedreht. Zudem konnten wir durch systematische Termin- und Rückstandsüberwachungen Nachlieferungen aufgrund von Rückständen weiter minimieren. Auf diese Weise ist die durchschnittliche Anzahl der Pakete pro Kundenauftrag im Jahr 2012 auf 1,67 gesunken. Gegenüber dem Jahr 2011 bedeutet dies eine Reduzierung um knapp 3 %.

Trotz bereits zahlreicher umgesetzter Verbesserungen in der Logistik wollen wir unsere Prozesse weiter optimieren. Die systematische Vernetzung zwischen Logistik, Vertrieb und Kundenservice spielt dabei eine zentrale Rolle.



Vom Mehrwegsystem „Postbox“ ...

Als derzeit einziges Versandhandelsunternehmen bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, bei der Transportverpackung zwischen einem handelsüblichen Karton und unserem Mehrweg-Versandsystem, der „memo Box“, zu wählen. Schon seit 1998 verwendeten wir für den Versand unserer Waren das Mehrwegsystem „Postbox“ der Deutschen Post AG. Da der Schwund der beliebten Transportbehälter zu hoch war, stellte diese das Mehrwegsystem jedoch zum Ende des Jahres 2008 ein.

... zum Mehrweg-Versandsystem „memo Box“

Wir wollten jedoch auf keinen Fall auf ein Mehrweg-Versandsystem verzichten. Daher haben wir auf Basis der praxiserprobten „Postbox“ ein eigenes System – die „memo Box“ – entwickelt. Die gut erhaltenen gelben Boxen der Deutschen Post AG konnten wir zunächst weiter nutzen. Erst im Februar 2012 haben wir erstmals eigene Boxen – natürlich in Grün – produzieren lassen. Diese sind mit einem individuellen Barcode versehen. Durch diese Kennzeichnung jeder „memo Box“ erzielen wir eine eindeutige Rückverfolgbarkeit, minimieren Verluste und erhöhen die Umlaufquote.

Die einfache Handhabung der „memo Box“ sorgt im memo Lager für einen effizienten und reibungslosen Versandablauf.



Seit der Umstellung auf das eigene Mehrweg-Versandsystem im Jahr 2009 liegt der Versandanteil der „memo Box“ zwischen 11 % und 13 %. Abhängig vom Bestellvolumen berechnet unser Warenwirtschaftssystem die optimale Anzahl und Größe an Behältern für einen Kundenauftrag. Zur Verfügung stehen drei Größen S, M und L. Mit einem Anteil von 73 % wird die „memo Box“ der Größe L mit einem Fassungsvermögen von 78 Litern am häufigsten verwendet.

Um die wiederholt gestellte Frage nach der Umweltverträglichkeit einer aus Kunststoff gefertigten Mehrweg-Versandverpackung im Vergleich zu einem handelsüblichen Karton fundiert beantworten zu können, haben wir im Jahr 2013 eine Analyse der beiden Versandsysteme erstellt.

Fakten zur Herstellung der „memo Box“

Produziert werden die stapelfähigen Transportbehälter aus Polypropylen in Deutschland. Das Material punktet durch seine Stabilität und schützt das Versandgut sicher vor Nässe sowie Beschädigungen. Da Polypropylen auf dem fossilen Rohstoff Erdöl basiert, sind rund 70 % der von der „memo Box“ ausgehenden CO₂e-Emissionen auf die Erzeugung dieses Werkstoffes zurückzuführen. Im Vergleich zur Herstellung eines Versandkartons aus 100 % Recyclingmaterial ist der CO₂-Fußabdruck der Produktion

der „memo Box“ um das 15-fache größer. Da die „memo Box“ aus sortenreinem Kunststoff besteht, lässt sich diese ebenso wie ein Versandkarton hochwertig recyceln.

Fakten zur Herstellung eines Versandkartons

Unsere Versandkartons sind aus Wellpappe gefertigt. Sie bestehen aus 100 % regional gesammelten Altpapierabfällen von Haushalten und Kaufhäusern. Die Aufbereitung des Altpapiers zu Wellpappenrohmaterial ist ein wasser- und energieintensiver Prozess. Im Vergleich zum Papierrohstoff liegt der Wasseranteil entlang der Produktionskette bei bis zu 95 %. Zur Trocknung und Verformung der Wellpappenrohmaterialien sowie für die Zusammenführung der einzelnen Schichten zu einem Wellpappebogen benötigen die Prozessschritte Strom, Dampf und Leim auf Stärkebasis. Verarbeitet werden die hergestellten Wellpappebögen zu versandfertigen Kartons in einem familiengeführten Unternehmen in Süddeutschland. Dazu wird die Wellpappe maschinell zugeschnitten, verklebt und durch Einschlitzungen faltbar gemacht. Eingeprägte senkrechte Rillen ermöglichen es den Mitarbeitern bei memo, den Karton individuell auf das Bestellvolumen anzupassen. Dies spart nicht nur Verpackungsmaterial, sondern zusätzlich Transportemissionen.

Vergleich der Versandverpackungen

Die grundlegende Frage beim Vergleich der beiden Systeme ist: Wie viele Umläufe muss die „memo Box“ erzielen, um die höheren Umweltauswirkungen bei der Produktion und den erforderlichen Rücktransport im Mehrwegsystem gegenüber der vielfachen neuen Herstellung eines Versandkartons auszugleichen? Als Bemessungsgrundlage dienen die entstehenden CO₂e-Emissionen der „memo Box“ L und einem vom Volumen vergleichbaren Versandkarton. Nach unseren Recherchen gleichen sich die beiden Systeme nach etwa 55 Umläufen aus. Die ersten grünen „memo Boxen“ haben seit Februar 2012 53 Versandzyklen erreicht. Wesentliche Verschleißerscheinungen sind bei diesen „memo Boxen“ nicht zu erkennen. Daher sind wir überzeugt, dass eine „memo Box“ deutlich über 55 Umläufe im Mehrweg-Versandsystem erreichen wird. Hinzu kommt der bereits beschriebene hohe Wasserbedarf bei jeder neuen Herstellung von Wellpappe.

Im Rahmen der Analyse haben wir auch die Umweltauswirkungen für die Herstellung von Recycling-Polypropylen untersucht. Die mit dem Material verbundene Ressourcenschonung verringert die CO₂e-Emissionen bei der Produktion einer Box um rund 65 %. Gelingt es, mit dem Recyclingmaterial eine vergleichbare Produktqualität herzustellen, ist die „memo Box“ bereits nach weniger als 20 Durchläufen eine ökologisch sinnvolle Alternative zum Wellpappenkarton. Aus diesem Grund haben wir uns im aktuellen Managementprogramm das Ziel gesetzt, die „memo Box“ zukünftig aus Recyclingmaterial zu fertigen und den Anteil unserer Warensendungen mit der „memo Box“ weiter zu erhöhen.

Weiterführende Informationen zur Handhabung der „memo Box“ finden Sie unter www.memoworld.de/memobox.

Klimaneutraler Warenversand

Wesentlichen Einfluss auf die CO₂e-Emissionen der Versandsysteme haben die Transportemissionen. Die unvermeidbaren Treibhausgase kompensieren wir durch Investitionen in anerkannte, ökologisch sinnvolle Klimaschutzprojekte, unabhängig davon, ob wir unsere Waren in der „memo Box“ oder im Karton versenden.



Alle Klimaschutz-Maßnahmen im Überblick finden Sie auf den Seiten 50/51.



Zusätzlich zum allgemeinen Rückgaberecht, das in unseren Liefer- und Zahlungsbedingungen verankert ist, haben unsere Kunden schon seit vielen Jahren die Möglichkeit, alle bei uns gekauften Produkte nach Ge- oder Verbrauch zur Verwertung an uns zurückzugeben.

Die memo „Wertstoff-Box“

Mit unserem „Wertstoff-Box“-System bieten wir unseren Kunden bereits seit 1992 ein bequemes Rücksendeverfahren für ge- und verbrauchte Produkte an. Das System kann zur Rücksendung von leeren Großbehältern zur Nachfüllung von Reinigungsmitteln, Tonermodulen oder Inkjet-Druckköpfen sowie alten Leuchtstoffröhren und Energiesparlampen und letztlich CDs/DVDs verwendet werden.

In Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und ausgewählten, zertifizierten Recyclingunternehmen suchen wir für die zurückgesendeten Produkte die jeweils beste Verwertungsalternative. Gibt es für ein Produkt keine geeignete Lösung, demontieren wir es – sofern technisch und wirtschaftlich möglich – in reine Wertstoffe und führen sie einer stofflichen Verwertung zu. Im Rahmen unseres Rücknahmesystems berücksichtigen wir selbstverständlich die aktuellen gesetzlichen Vorschriften.

Die rückläufige Nutzung der „Wertstoff-Box“ bis zum Jahr 2009 ist auf die umfangreichen Gesetze zur Rücknahme von Wertstoffen, wie z. B. Batterien, Energiesparlampen oder Elektronikgeräten, zurückzuführen. Dem Endverbraucher erschlossen sich dadurch weitere Möglichkeiten für eine sinnvolle Rückgabe verbrauchter Produkte. Seit der Einführung des Mehrweg-Versandsystems „memo Box“ im Jahr 2009 steigen die Wertstoffrücksendungen wieder an, da unsere Kunden das Mehrwegsystem auch zur Rücksendung verbrauchter Produkte nutzen können.

Innovative Recyclingkonzepte

Aufgrund der steigenden Ressourcenknappheit sind heutzutage mehr denn je intelligente Lösungen gefragt, wenn es um die Wiederverwendung von Wertstoffen geht. Deshalb bitten wir unsere Kunden, recyclingfähige Produkte in der memo „Wertstoff-Box“ an uns zurückzusenden. Dabei sind v. a. wichtig:

memo Recycling-Tonermodule

Leere Tonerkartuschen können hervorragend zu hochwertigen Recyclingkartuschen wiederverwertet werden. Unsere Serviceabteilung leitet die gebrauchten Tonerkartuschen an einen zertifizierten Fachbetrieb zur Wiederaufbereitung weiter. Dort werden sie in ihre Einzelteile zerlegt und sorgfältig gereinigt. Danach folgt der Austausch aller am Druck beteiligten Verschleißteile gegen neue Komponenten, um ein hohes Qualitätsniveau sicherzustellen. Anschließend werden die Kartuschen befüllt, montiert und einem Drucktest unterzogen. Zusätzlich erfolgen begleitende Dauerdrucktests zum Nachweis der Ergiebigkeit und Lebensdauer.

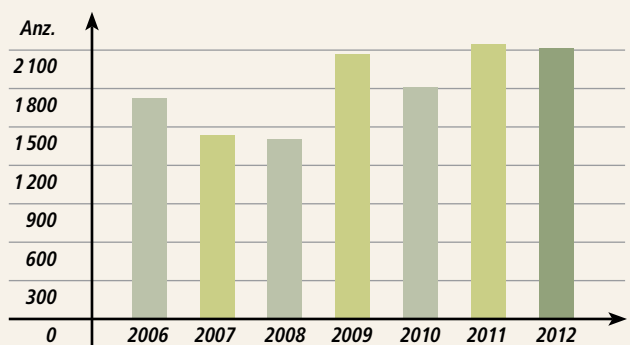
Ein großer Teil unserer Kartuschen erfüllt die Anforderungen des „Blauen Engels“ und/oder des „Nordic Swan“. Für memo Tonermodule kommen nur nach dem „Ames-Test“ auf Humanverträglichkeit geprüfte Tonerpulver zum Einsatz. Zudem werden von der LGA Nürnberg Schadstoffprüfungen durchgeführt.



Ge- und verbrauchte Produkte können wertvolle Rohstoffe enthalten, die recycelt und wieder verwendet werden können. Das schont Ressourcen und ist ein Beitrag zum aktiven Umweltschutz.



WERTSTOFF-RÜCKSENDUNGEN PRO JAHR



Im Durchschnitt erreichten uns in den letzten sieben Jahren über 1800 Wertstoff-Rücksendungen pro Jahr.



Energiesparlampen

Leuchtstoffröhren und Energiesparlampen enthalten geringe Spuren von Quecksilber und Cadmium. Das Recycling aller weiterverwertbaren Wertstoffe und eine fachgerechte Entsorgung der Reststoffe ist für uns selbstverständlich und zudem gesetzlich durch das Elektrogerätegesetz vorgeschrieben.

Bei memo 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 spezialisierte, zertifizierte Recyclingunternehmen verteilt. Dort werden die Lampen selektiv in ihre Bestandteile zerlegt. 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 – Glas – wird geschmolzen und vorrangig zu neuen Glasprodukten verarbeitet. Auf diese Weise werden nicht nur Rohstoffe, sondern auch Primärenergien eingespart.

CD-/DVD-Medien

Auch alte CDs und DVDs leiten wir an ein Partnerunternehmen weiter: Hier wird der kostbare Rohstoff Polycarbonat aus dem Verbund mit Aluminium und Lack getrennt und zu hochwertigen technischen Applikationen – unter anderem für die Medizintechnik und die Automobilindustrie – verarbeitet.



Wir sparen an (fast) allem

Durch zahlreiche Maßnahmen am Unternehmensstandort Greußenheim sowie durch eine nachhaltige Mobilitätsstrategie spart die memo AG wertvolle Ressourcen und damit klimaschädliche Emissionen ein.

Ich sehe aus wie eine konventionelle Glühlampe und verbreite das gleiche, warme Licht. Als LED-Lampe spare ich ihr gegenüber jedoch rund 85 % Energie und habe eine 25-mal höhere Lebensdauer.



Gebäude und Anlagen – Ressourcen effizient genutzt



Nahezu den ganzen Tag über ist ein DHL-Container an unserer Versandhalle „angedockt“ – Anfahrtpuffer schirmen die kalte Luft von außen ab ...

... Erst wenn das Außentor geschlossen ist, öffnet sich das Schnelllauf-Rolltor innen und die Ware wird in das Lager transportiert.



Der Firmenstandort der memo AG befindet sich im Gewerbegebiet der Gemeinde Greußenheim, ca. 15 km westlich von Würzburg. Ein Blick aus dem Fenster bietet unseren Mitarbeitern zu jeder Jahreszeit einen idyllischen Ausblick auf Felder, Wiesen und Wald.

Auf dem Gelände befindet sich das 1995 gebaute Verwaltungsgebäude mit einem direkt angebundenen Lagertrakt. Im Jahr 2006 wurde ein an den Standort angrenzendes Lagergebäude gekauft und nach den Anforderungen der memo AG modernisiert. Dieses wird insbesondere für die Lagerung und den Versand von Großteilen und Möbeln genutzt.

Ressourcensparende Gebäudeplanung

Auf den ersten Blick sieht das memo Firmengebäude nicht unbedingt anders aus als übliche Industriebauten – aber der Unterschied liegt in den Details:

... bei der Wärmedämmung

Um eine erstklassige Gebäudedämmung bei gleichzeitig optimalem Raumklima zu erreichen, entschieden wir uns für eine massive Ziegelbauweise mit Kalkzementputz. Auch die Dachbegrünung mit ihrem 10 cm starken Substrat-Aufbau trägt zur Energieeinsparung bei. Durch die Speicherung des Regenwassers im Pflanzensubstrat wirkt sie im Winter wärmend und im Sommer kühlend. Überschüssiges Regenwasser wird in einer Zisterne gespeichert.

Im gesamten Lagerbereich werden Deckenstrahlplatten als Heizelemente eingesetzt. Mit dieser Technik wird die Wärme trotz hoher Räume gleichmäßig verteilt und es entstehen keine gesundheitsschädlichen Staubverwirbelungen.

In den Wareneingangs- und -ausgangszonen werden Kaltluftströme durch Anfahrtpuffer und Schleusenbereiche minimiert und dadurch eine optimale Wärmedämmung gewährleistet. Zusätzlich schonen sie die Gesundheit der Mitarbeiter.

... bei den verwendeten Materialien

Im ganzen Haus wurden Guss- statt PVC-Rohre verbaut. Es gibt keine Mineralfaser-Dämmstoffe – die Bürowände wurden mit recycelten Papierfasern gedämmt und die hochwärmeisolierenden Fenster sind aus heimischen Hölzern. Atmende, gewachste Parkettböden, Naturfarben für die Wände, möglichst großzügige Flächen pro Arbeitsplatz, viele Pflanzen in den Büros und ergonomische Möbel schaffen eine optimale und motivierende Arbeitsumgebung für die Mitarbeiter. Neben der Verwendung von umweltverträglichen Rohstoffen war die effiziente Nutzung von begrenzten Ressourcen ein wesentliches Ziel bei der Planung des Firmengebäudes.

... bei der Beleuchtung

Durch Oberlichter und große Fensterflächen haben wir im ganzen Haus viel Licht. In der dunklen Jahreszeit erzielen wir den gleichen Effekt mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum-Beleuchtung. Elektronische Vorschaltgeräte senken den Energieverbrauch um ca. 25 % und die Lebensdauer der Lampen wird wesentlich verlängert.

memo FLÄCHENBEDARF	in m²
Gesamtfläche	17 029
Grünfläche	6 481
Überbaute Fläche	4 642
Versiegelte Fläche	5 906
Gebäude (Nutzfläche)	6 596
Kleinteillager	4 031
Großteillager	1 000
Verwaltung	1 493
Kesselhaus für Holz-Hackschnitzel-Heizung	72

Auszug aus der Umweltbilanz 2012.

Der Außenbereich

Vom attraktiven Cafeteria-Bereich aus blicken wir direkt auf die Terrasse und in den Naturgarten. Die umweltbewusst gestaltete Gartenanlage ist mit seltenen, einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt und bietet vielen Lebewesen wertvollen Lebensraum.



Wasserversorgung

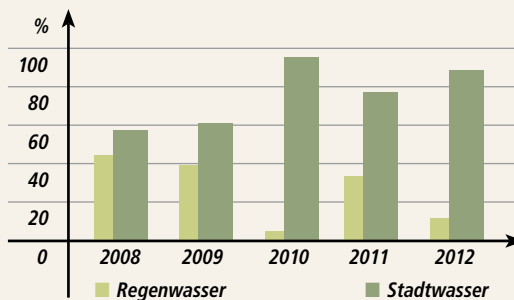


Die Brauchwasserversorgung unserer Sanitäranlagen kann durch einen separaten Kreislauf aus der 15 m³ großen Regenwasserzisterne gesteuert werden. Ist nicht genügend Regenwasser vorhanden, schaltet die Anlage automatisch auf die Versorgung mit Stadtwasser um.

Leider ist die Regenwasseranlage aufgrund technischer Probleme und einem damit einhergehenden hohen Wartungsaufwand in den letzten Jahren über weite Strecken nicht einsatzbereit gewesen. Dadurch ist der Anteil an Regenwasser bei memo in den letzten Jahren deutlich gesunken. Auch 2012 war die Anlage über einen längeren Zeitraum nicht einsatzbereit, weshalb der Anteil an Stadtwasser am

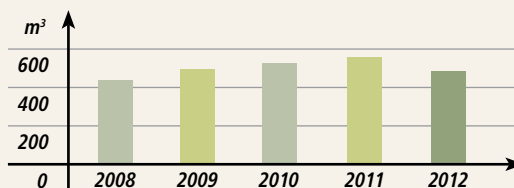
Gesamtverbrauch 89 % beträgt. Der Wasserverbrauch bei der memo AG ist generell relativ niedrig. Trotz allem achten wir auch im täglichen Büroalltag darauf, den Verbrauch so gering wie möglich zu halten, z.B. mit Durchflussbegrenzern in allen Armaturen. Der durchschnittliche Wasserverbrauch je Mitarbeiter liegt in den letzten fünf Jahren bei 5,61 m³ und erreichte im Jahr 2012 mit 5,04 m³ seinen Tiefstand.

VERTEILUNG DES WASSERVERBRAUCHS



Der weiterhin hohe Anteil an Stadtwasser ergibt sich durch die technische Anfälligkeit und Wartungsintensität der Regenwasseranlage.

WASSERVERBRAUCH DER MEMO AG



Der durchschnittliche Wasserverbrauch der memo AG in den letzten fünf Jahren liegt bei 498,8 m³.

Strombedarf und -versorgung



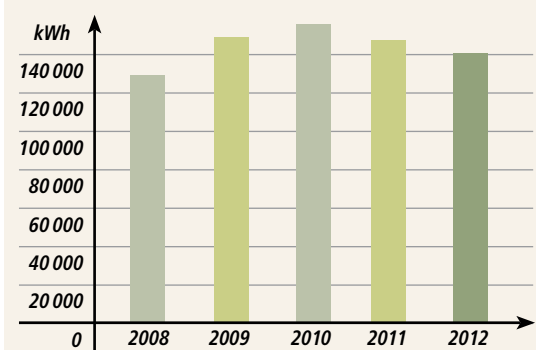
Bei memo entsteht Stromverbrauch vor allem durch den Einsatz von EDV- und Bürogeräten sowie durch die Raumbelichtung. Wo großzügige Fensterflächen und zusätzliche Oberlichter nicht ausreichen, verwenden wir Tageslichtspektrum-Leuchten mit elektronischen Vorschaltgeräten. In

den Bürogängen sorgen Bewegungsmelder und Tageslichtsensoren dafür, dass sich die Beleuchtung nur bei Bedarf anschaltet. Um wertvolle Ressourcen zu schonen, setzen wir energieeffiziente IT-Hardware, Bürogeräte und technische Anlagen – wo sinnvoll mit zusätzlichen Energiespargeräten – ein.

Trotz des bewussten Umgangs mit Energie im ganzen Unternehmen stieg der Stromverbrauch im Bürogebäude und im Warenlager von 2008 bis 2010 stetig an, was in erster Linie auf die gestiegene Anzahl an Arbeitsplätzen und die dafür erforderlichen Bürogeräte zurückzuführen war. Durch detaillierte Messungen an den zentralen Verteilerstationen und die Identifizierung von Stromtreibern konnten wir diesen Negativtrend stoppen. Maßnahmen dafür sind vor allem die fortlaufende Modernisierung unserer IT-Hardware und der Austausch alter Elektrogeräte in der Küche gegen neue, energieeffiziente Geräte. Damit konnten wir den Stromverbrauch im Jahr 2012 auf 140 545 kWh reduzieren, was einen Rückgang seit 2010 um knapp 10 % bedeutet.

Trotzdem setzen wir natürlich unsere Analysen und dementsprechende Maßnahmen zur Reduzierung des Stromverbrauchs fort.

STROMVERBRAUCH DER MEMO AG PRO JAHR



Der steigende Stromverbrauch der memo AG bis 2010 konnte durch entsprechende Maßnahmen, z.B. den Einsatz energieeffizienter Bürotechnik, gestoppt werden.

Regenerative Stromquellen

Seit 2001 bezieht die memo AG ihren Strom über die LichtBlick GmbH aus 100 % regenerativen Energien. Das zusätzliche „ok power“-Siegel garantiert, dass mindestens 1/3 des erzeugten Stroms aus neuen Kraftwerken stammt, die nicht älter als sechs Jahre sind, stammen. Der Strom der memo AG stammt weder aus Atom-, noch aus Kohle-, Gas- oder Ölkraftwerken.

Im Jahr 2012 konnten wir einen um 70,2 Tonnen geringeren CO₂-Ausstoß vorweisen, als gegenüber einem herkömmlichen Anlagenmix des deutschen Kraftwerksparks anfallen würde. Dennoch werden z.B. beim Betrieb der Anlagen zur Stromerzeugung und den sogenannten „Vorketten“ CO₂-Emissionen erzeugt. Verbleibende Restemissionen gleichen wir durch Investitionen in anerkannte, ökologisch sinnvolle Klimaschutzprojekte aus (siehe Seite 51).



Energieverbrauch zur Wärmeerzeugung



Schon beim Bau unseres Firmengebäudes 1995 sorgten wir durch entsprechende Dämmung im Außen- und Innenbereich dafür, den Energieverbrauch für die Wärmeversorgung auf niedrigstmöglichem Niveau zu halten. Details dazu finden Sie auf Seite 45.

Die Heizanlage

Beim Neubau entschieden wir uns für eine herkömmliche, technisch ausgereifte Ölheizung, da es uns aufgrund der engen Zeitvorgaben nicht gelang, eine für unseren Bedarf geeignete Heizanlage mit Brennstoffen aus regenerativen Quellen zu finden. Um unnötigen Energieverbrauch zu vermeiden, ist die Steuerung der Heizanlage exakt auf unseren Bedarf abgestimmt. Im Lagerbereich können verschiedene Gebäudezonen separat beheizt werden und für das gesamte Gebäude wird die Raumtemperatur außerhalb der Betriebszeiten automatisch abgesenkt. In den Sommermonaten wird die Heizanlage komplett abgeschaltet, da wir den sehr geringen Warmwasserbedarf effizient mit dezentralen Elektrogeräten decken.

Holz-Hackschnitzel-Heizung

Nach mehreren Gebäudeerweiterungen und dem Kauf einer zusätzlichen Lagerhalle, die ebenfalls ans bestehende Heizsystem

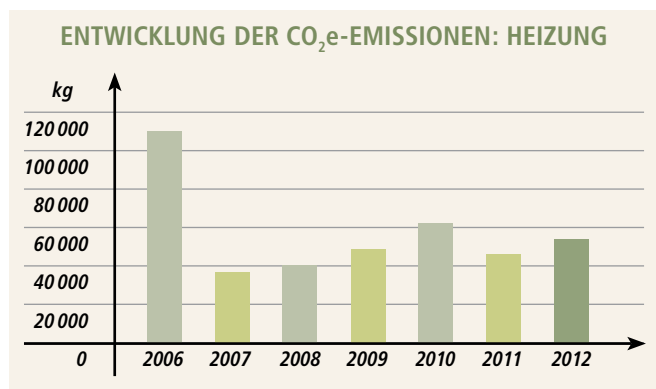


Die Holz-Hackschnitzel für unsere Wärmeversorgung stammen aus regionalen Wäldern.

angeschlossen werden musste, installierten wir im Jahr 2006 eine Holz-Hackschnitzel-Heizung im bivalenten Betrieb zusammen mit der bestehenden Ölheizung: Bei andauernder Höchstbelastung, z. B. durch lange Kälteperioden oder sehr tiefe Temperaturen im Winter, schaltet sich die Ölheizung automatisch zu. Die Holz-Hackschnitzel beziehen wir aus regionalen Quellen, die im Rahmen von Durchforstungs- und Landschaftspflegemaßnahmen gewonnen werden. Details zur Recherche nach einer neuen Heizanlage finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2007.

Reduzierung der Umweltauswirkungen

Seit der Installation der Holz-Hackschnitzel-Heizung konnten wir insgesamt etwa 370 Tonnen CO₂e-Emissionen für unsere Wärmeversorgung einsparen und decken etwa 90 % des erforderlichen Energiebedarfs durch erneuerbare Ressourcen. Wesentliche Parameter für die Höhe der Einsparungen sind die klimatischen Bedingungen und der reibungslose Betrieb der Heizanlage. Strenge Winter – wie in den Jahren 2009 und 2010 – erfordern höhere Betriebszeiten der unterstützenden Ölheizung. Der reibungslose Betrieb der Hackschnitzel-Heizung hängt wesentlich von der Qualität der Holz-Hackschnitzel ab. In den Jahren 2010 und 2012 konnten wir einige längere Wartungsarbeiten, z. B. durch den fehlgeschlagenen Versuch mit recycelten Paletten zu heizen, nicht vermeiden. Unter optimalen Bedingungen erreichen wir wie im Jahr 2007 eine Reduzierung der Treibhausgasemissionen um etwa 70 %.



Geschäftsreisen sind unerlässlich



Geschäftsreisen eines Unternehmens erzeugen stets negative Umweltauswirkungen. Wir pflegen einen intensiven, persönlichen Kontakt zu unseren Stakeholdern und insbesondere zu unseren Kunden und Lieferanten. Zur Sicherstellung der Umwelt- und Qualitätsstandards unserer Produkte

und der laufenden Optimierung unseres Kundenservice sind Geschäftsreisen auch in Zukunft unvermeidbar und werden eher weiter zunehmen. Die damit verbundenen Emissionen hängen wesentlich von der Wahl des jeweiligen Verkehrsmittels ab.

Reisen mit der Bahn bevorzugt

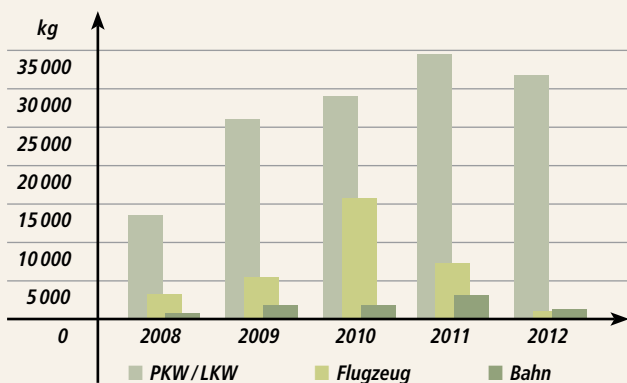
Soweit möglich und sinnvoll reisen wir auf Langstrecken mit der vergleichsweise umweltverträglichen Bahn. Im Jahr 2012 haben wir mit der Bahn etwa 30.000 km zurückgelegt und damit knapp acht Tonnen CO₂e gegenüber der Nutzung unseres Firmenwagens

eingespart. Flugreisen innerhalb Deutschlands tätigen wir grundsätzlich nicht, auch bei Reisen in angrenzende Länder wählen wir, wo sinnvoll und abhängig von der Zugverbindung, die Bahn.

Komplett vermeiden können wir Flugreisen jedoch nicht. Wir besuchen regelmäßig Kunden und Distributoren im Ausland oder Lieferanten, um die Einhaltung unserer strengen Beschaffungskriterien – insbesondere bei kritischen Produkten wie Textilien oder Beleuchtung – zu gewährleisten. Im Jahr 2012 tätigten wir lediglich vier Flugreisen und verursachten damit etwa eine Tonne CO₂e-Emissionen.



ENTWICKLUNG DER CO₂e-EMISSIONEN BEI GESCHÄFTSREISEN DER memo AG



Durch eine gezielte Reiseplanung und die bewusste Auswahl von Verkehrsmitteln wollen wir die Emissionen aufgrund Geschäftsreisen so gering wie möglich halten.

Fuhrparkmanagement

Der Fuhrpark der memo AG ist vergleichsweise klein und besteht aus einem LKW, zwei Diesel-PKWs, einem Elektrofahrzeug sowie einem Erdgasfahrzeug.

Das Elektrofahrzeug haben wir im Mai 2011 für Kurzstrecken in der Region angeschafft. Der Viersitzer wird ausschließlich mit Strom aus 100 % regenerativen Energien „betankt“. Den hohen Anschaffungskosten von 34 000 Euro stehen die aktuell rund 18 000 nahezu emissionsfrei zurückgelegten Kilometer gegenüber. Details dazu finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2011/12.

Erdgasfahrzeug zur Key-Account-Betreuung

Um Schlüsselkunden vor Ort bedarfsgerecht beraten und betreuen zu können, hat die memo AG 2011 einen weiteren Mitarbeiter eingestellt: Patrick Wink ist vor allem für die Betreuung von Key-Account-Kunden zuständig. Logische Konsequenz ist eine wesentliche Steigerung der Geschäftsreisen, die soweit möglich mit der Bahn getätigt werden.

Das 2012 angeschaffte Erdgasfahrzeug erweist sich jedoch dann als effizientere Alternative, wenn mehrere Kunden innerhalb einer Geschäftsreise besucht werden. Der Vertrieb Key-Account legte im Jahr 2012 etwa 25 000 km mit dem Erdgasfahrzeug zurück.

Im Rahmen der Staffelfahrt E-Mobilität der Region Mainfranken machte memo zusammen mit rund 50 anderen Elektrofahrzeugen das Thema Elektromobilität sichtbar und „erfahrbar“.



Patrick Wink: „Bei entsprechend moderater Fahrweise kann der von Haus aus niedrige Erdgasverbrauch des Geschäftswagens nochmals um 25 % verringert werden.“

Mitarbeiter-Mobilität

Die memo AG sitzt am Unternehmensstandort Greußenheim relativ ländlich und ist vergleichsweise schlecht mit dem öffentlichen Personennahverkehr zu erreichen. Durch verschiedene Maßnahmen wollen wir unsere Mitarbeiter dennoch zu nachhaltiger Mobilität motivieren. Mitarbeiter, die zu Fuß, mit dem Rad, mit dem Bus oder mit einer Fahrgemeinschaft zur Arbeit kommen, können dies im Intranet der memo AG erfassen. Die Mitarbeiter mit den meisten Einträgen pro Verkehrsmittel werden mit einem Einkaufsgutschein von memo belohnt.

Fahrgemeinschaften

Zur Förderung von Fahrgemeinschaften analysiert die Personalabteilung regelmäßig die Arbeitswege und informiert diejenigen Mitarbeiter, für die eine Fahrgemeinschaft sinnvoll ist. Auf Wunsch unterstützt sie diese bei der Koordination der Fahrgemeinschaft. Bisher gibt es bei memo fünf feste Gemeinschaften mit bis zu vier Mitgliedern.

Das Modell „JobRad“

Seit 2013 beteiligen wir uns am Modell „JobRad“ der LeaseRad GmbH aus Freiburg. Mit dem innovativen Gehaltsumwandlungskonzept „JobRad“ können Mitarbeiter ihr Fahrrad oder E-Bike über den Arbeitgeber leasen und damit Steuern und CO₂ sparen. Das Gehaltsumwandlungsmodell ist steuerlich vergleichbar mit der sogenannten 1 %-Regel bei Dienstfahrzeugen, die seit November 2012 auch für Fahrräder, Pedelecs und E-Bikes gilt. Durch diese vorteilhafte Versteuerung und günstige Firmenkonditionen ist das Rad deutlich günstiger als ein regulärer Kauf. Neben der Gesundheit der Mitarbeiter schont „JobRad“ letztlich auch die Umwelt und trägt zur Entlastung des täglichen Berufsverkehrs bei.



Sprit-Spartraining

Sparsames Autofahren bedeutet gleichzeitig auch umweltschonendes, sicheres und entspanntes Fahren. Neben der Reduktion der Kraftstoffkosten sind weitere Einsparungen durch den verschleißarmen Umgang mit Bremse, Kupplung und Motor möglich. Im April 2013 nahmen interessierte Mitarbeiter am zweiten Sprit-Spartraining der memo AG teil. Ein Experte des ADAC vermittelte nützliche Informationen und Tipps zu Fahrstil und Fahrzeugbedienung, welche die Teilnehmer umgehend in die Praxis umsetzen konnten.



Alle Klimaschutz-Maßnahmen im Überblick finden Sie auf Seite 50/51.



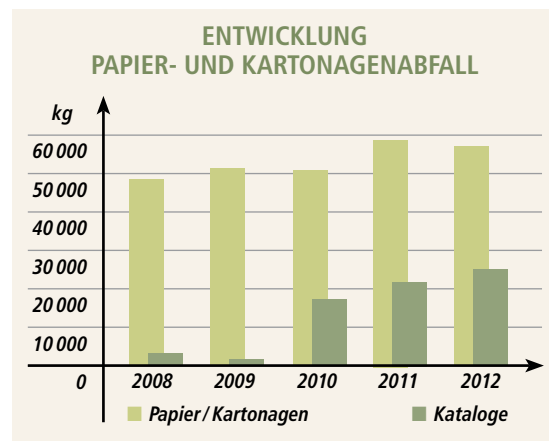
Das ADAC Eco-Fahrtraining vermittelte Spritspar-Kenntnisse in Theorie und Praxis. Das Ergebnis: Im Durchschnitt konnten die Teilnehmer über 18 % Kraftstoff und damit CO₂ einsparen, ohne wesentlich langsamer zu sein.



Bei memo entstehen nur geringe Abfallmengen, da wir gemäß unserer Firmenphilosophie ressourcenschonend handeln. **Unser Motto lautet: Vermeiden vor Verwerten, Verwerten vor Entsorgen.**

Als reiner Handelsbetrieb erzeugen wir so gut wie keine gefährlichen Abfälle. Als gefährliche Abfälle im Sinne des Kreislaufwirtschaftsgesetzes sind im Jahr 2012 1054 Energiesparlampen und 123 kg Leuchtstoffröhren sowie fünf Monitore angefallen, die wir an unseren Dienstleister zum Recycling weitergeleitet haben. Bei den Energiesparlampen handelt es sich fast ausschließlich um verbrauchte Produkte, die uns von Kunden zurückgesendet wurden.

Alle weiteren Abfälle sind nicht gefährliche Abfälle. Der größte Teil besteht aus Papier und Kartonagen sowie Kunststoffen.



Allgemeiner Papierabfall:

Durch regelmäßige Schulungen und Informationsveranstaltungen sowie im täglichen Büroalltag motivieren wir unsere Mitarbeiter zu einem sparsamen Umgang mit dem wertvollen Rohstoff Papier.

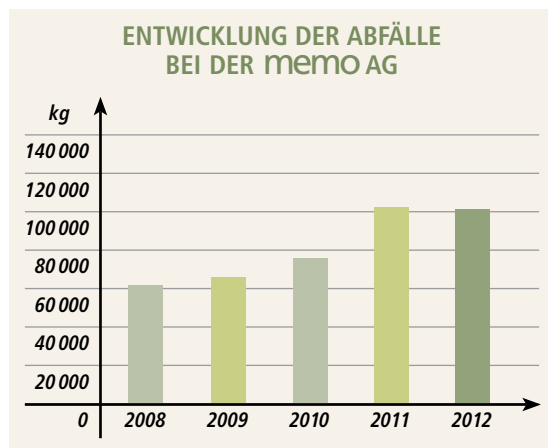
Lesen Sie dazu mehr auf Seite 39.

Verpackungsabfall:

Kartonagenabfälle entstehen bei memo fast ausschließlich durch die Anlieferung verpackter Waren. Zur Minimierung dieser Abfälle arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen, um Verpackungen und Bestellmengen zu optimieren.

Nach der Umstellung unseres Warenwirtschaftssystems im Jahr 2010 konnten wir die vorher realisierten, optimalen Bestellzyklen nicht erreichen und mussten deshalb eine höhere Anzahl Wareneingänge und damit mehr Verpackungsabfall in Kauf nehmen. Wir arbeiten intensiv daran, die Bestellvorgänge wieder zu optimieren und konnten im Jahr 2012 bereits erste Erfolge erzielen.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 40.



Papier und Kartonagen sind die wesentlichen Faktoren für steigende Abfallmengen bei der memo AG.

Um die Entstehung dieser Abfälle dauerhaft zu vermeiden, ergreifen wir verschiedene systematische Maßnahmen:

Papier- und Kartonagenabfall

... fällt bei memo vor allem in drei Bereichen an.

Überschüssige Kataloge:

Durch eine systematische Kundensegmentierung und entsprechende Auflagenplanung minimieren wir negative Umweltauswirkungen durch die Produktion unserer Kataloge weitest möglich. Eine zentrale Herausforderung ist dabei die Planung der „Hausauflage“. Dabei handelt es sich um die Kataloge, die während der Laufzeit bei memo für Kundenanfragen lagernd sind und bis zum Erscheinen des Folgekatalogs ausreichen müssen. Ziel ist es, diese Anzahl exakt zu bestimmen. Trotz systematischer Planung ist jedoch die Anzahl überschüssiger Kataloge, die entsorgt werden mussten, in den letzten drei Jahren signifikant gestiegen. Um diese Entwicklung zu stoppen, haben wir eine entsprechende Maßnahme im Managementprogramm 2013 definiert.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 38 und 58.

Kunststoffabfall

Auch Kunststoffabfälle entstehen in erster Linie bei Warenanlieferungen. Paletten sind zur Transportsicherung in der Regel mit Kunststofffolie umhüllt. Zum Teil werden Kunststoffbänder als zusätzliche Sicherung eingesetzt. Auch hier erarbeiten wir mit unseren Lieferanten Methoden zum sparsameren Einsatz von Verpackungsmaterial.

Zur Trennung der verschiedenen Kunststoffarten haben wir zusammen mit unserem Recyclingunternehmen ein gesondertes Wertstoff-Sammelsystem entwickelt.



Die schwankenden Mengen Kunststoffabfall sind vor allem auf unterschiedliche Entsorgungszyklen des Recyclingunternehmens zurückzuführen.

Vermeiden – Reduzieren – Kompensieren



Bei der memo AG stehen Klimaschutzmaßnahmen seit dem Beginn der Geschäftstätigkeit im Fokus der Aktivitäten: So werden seit jeher alle relevanten Unternehmensprozesse konsequent auf ihre Klimaverträglichkeit hin analysiert und ständig optimiert.

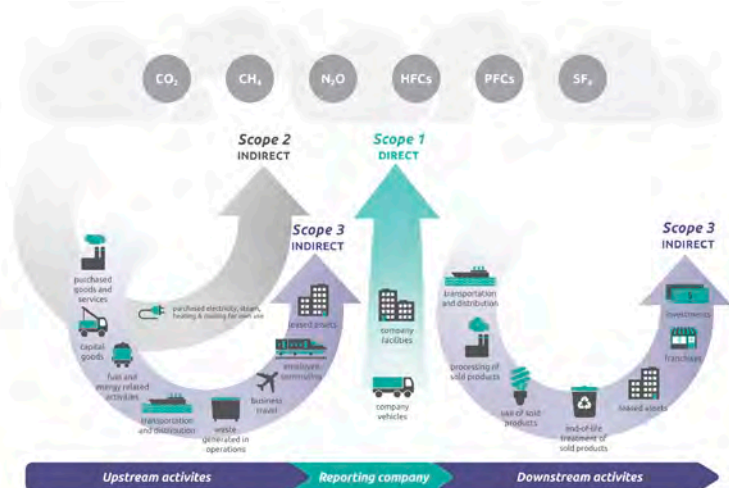
Dabei steht für uns stets die Vermeidung von schädlichen Treibhausgasen an erster Stelle. Ihr folgt, wo möglich, die weitestgehende Reduzierung und – erst als letzter Schritt – die Kompensation unvermeidbarer Schadstoffemissionen durch den Ankauf von Emissionsminderungs-Zertifikaten aus validierten Klimaschutzprojekten.

Unsere Klimabilanz und ihre Systemgrenzen

Die Erstellung unserer eigenen Klimabilanz ist eine Grundvoraussetzung für die Identifikation von Optimierungspotenzialen und die Umsetzung geeigneter Maßnahmen zur Vermeidung von Treibhausgasemissionen. Bei der Erstellung unserer Klimabilanz orientieren wir uns an den Richtlinien des Greenhouse Gas Protocol sowie der ISO 14064 und führen zwei Kategorien: eine für Scope1- und Scope2-Emissionen sowie eine für Scope3-Emissionen.

Scope1+2-Emissionen umfassen den Energieverbrauch durch Wärme- und Strombedarf für unser Unternehmen, den Kraftstoffverbrauch unseres eigenen Fuhrparks durch Geschäftsreisen und unseren eigenen Papierverbrauch. Diese Prozesse steuern wir selbst. Wir ermitteln die Verbrauchsdaten und lassen sie durch renommierte Partnerunternehmen in Emissionswerte umrechnen. Der Anteil der Scope1+2-Emissionen an den gesamten Emissionen unserer Klimabilanz beträgt im Jahr 2012 16,5 %.

Scope3-Emissionen unserer Klimabilanz umfassen die Herstellung und den Versand unserer Produktkataloge und Mailings, den Versand unserer Waren sowie Geschäftsreisen mit Bahn und Flugzeug. Die Verbrauchsdaten beruhen auf Angaben unserer Geschäftspartner, die wir zusammen mit renommierten Partnerunternehmen verifizieren und in Emissionswerte umrechnen lassen. Der Anteil der Scope3-Emissionen unserer Klimabilanz im Jahr 2012 beträgt 83,5 %.



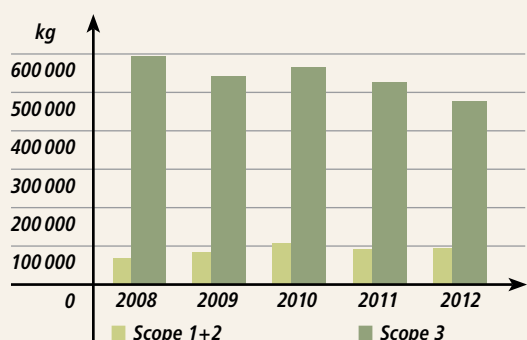
Quelle: GHG Protocol, Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard, World Resources Institute and World Business Council for Sustainable Development, September 2011

Als Systemgrenze für relevante Scope3-Emissionen haben wir Aspekte gewählt, die für unseren Geschäftsbetrieb wesentlich sind und die wir durch Auswahl der Geschäftspartner oder Materialien selbst beeinflussen können.

Scope3-Emissionen, die wir nicht direkt beeinflussen können, bzw. deren Ermittlung für uns wirtschaftlich und organisatorisch nicht realisierbar ist, sind nicht Bestandteil unserer Klimabilanz. Dazu gehört beispielsweise die Beschaffung unserer Waren von Lieferanten bzw. Herstellern oder die Fahrt unserer Mitarbeiter zu ihrem Arbeitsplatz bei memo. Auch wenn diese Aspekte nicht Bestandteil unserer Klimabilanz sind, versuchen wir durch geeignete Maßnahmen unseren Beitrag zur Reduzierung deren Umweltauswirkungen zu leisten.

Beispiele sind die Auswahl des Verkehrsträgers oder die Bündelung von Bestellungen in der Beschaffungslogistik. Im Rahmen des Projektes „Umweltverträglich zur Arbeit“ werden Mitarbeiter, die ökologische Verkehrsmittel bzw. Fahrgemeinschaften für ihren Arbeitsweg nutzen, mit Einkaufsgutscheinen von memo belohnt.

ENTWICKLUNG TREIBHAUSGASEMISSIONEN BEI DER memo AG



Seit dem Jahr 2008 konnten wir die Treibhausgasemissionen unserer wesentlichen Geschäftsprozesse um 13 % reduzieren.

Entwicklung der Treibhausgasemissionen

Im Jahr 2012 hat die memo AG etwa 570 Tonnen CO₂e erzeugt. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Reduzierung um 8 %. Seit dem Jahr 2008 konnten wir eine Reduzierung um 13 % erzielen. Bis zum Jahr 2020 ist eine Reduzierung um 20 % gegenüber dem Jahr 2008 geplant.

Allerdings hängt die Entwicklung der absoluten Emissionen auch von der geschäftlichen Entwicklung ab. Wirtschaftlicher Erfolg führt beispielsweise zu einem höheren Versandvolumen und damit implizit zu steigenden absoluten Emissionen beim Warenversand. Aus diesem Grund ist die Entwicklung der Emissionen je nach Bereich in relativer Abhängigkeit zu passenden Vergleichsindikatoren wesentlich für die Beurteilung des Erfolgs unserer Klimaschutzaktivitäten.

Ein Vergleich mit anderen Klimabilanzen bzw. einzelnen Kenngrößen ist aus unserer Sicht derzeit nicht sinnvoll, da es noch keinen allgemein gültigen Standard zur Erstellung von Klimabilanzen gibt. Je nach definierter Systemgrenze und Berechnungsmethodik können Kenngrößen deshalb deutlich variieren.

Wichtige Klimaschutzmaßnahmen der memo AG im Überblick:

SCOPE 1+2

Papierverbrauch (Details auf Seite 39)

- Einsatz von 100 % Recyclingpapier
- Doppelseitiges Kopieren und Drucken
- Verwendung von Defektware und Fehldrucken als Notizzettel
- Digitale Archivierung

Der interne Papierverbrauch verursacht lediglich 0,4 % der gesamten Emissionen unserer Klimabilanz. Seit dem Jahr 2008 konnten wir die Emissionen durch den Papierverbrauch pro Kundenauftrag um 33 % reduzieren. Im Jahr 2012 betragen diese 0,016 kg CO₂e/Kundenauftrag (Gesamt 2391 kg CO₂e).

Raumwärme-Erzeugung (Details auf Seite 45 und 47)

- Optimierte Gebäudedämmung
- Raumwärme in verschiedenen Gebäudezonen separat regelbar
- Abschaltung der Heizanlage im Sommer
- Wärmeerzeugung weitgehend auf Basis nachwachsender Rohstoffe (seit 2007)
- Bezug der Energieträger aus der Region

Seit der Installation der Holz-Hackschnitzel-Heizung im Jahr 2006 konnten wir insgesamt etwa 370 Tonnen CO₂e-Emissionen für unsere Wärmeversorgung einsparen und decken etwa 90 % des Energiebedarfs durch erneuerbare Ressourcen. Die Emissionen im Jahr 2012 betragen 53 934 kg (8,18 kg CO₂e/m² Gebädefläche). Der Anteil an den gesamten Emissionen beträgt 9,4 %.

Stromverbrauch (Details auf Seite 46)

- Energiesparende Beleuchtungssysteme im ganzen Gebäude
- Einsatz von energiesparenden Bürogeräten und Anlagen
- Stromversorgung aus regenerativen Quellen (seit 2001)

Durch den Bezug von Ökostrom konnten wir die Emissionen in diesem Bereich um 95 % reduzieren. Der Anteil an den gesamten Emissionen beträgt deshalb lediglich 1,2 %. Im Jahr 2012 wurden durch den Strombedarf 5 870 kg CO₂e erzeugt (44,8 kg CO₂e/Mitarbeiter).

Fuhrpark (Details auf Seite 48)

- Nutzung eines Elektrofahrzeugs für Kurzstrecken (seit 2011)
- Nutzung eines Erdgasfahrzeugs für Außendienst (seit 2012)
- Konzentration auf einen Logistik-Standort (seit 2007)

Obwohl sich die zurückgelegten Strecken durch Geschäftsreisen mit den Firmen-PKWs gegenüber dem Jahr 2010 nahezu verdoppelt haben, konnten wir die Emissionen je gefahrenem km durch die Optimierung des Fuhrparks um 19 % reduzieren. Der Anteil an den gesamten Emissionen beträgt aktuell mit 31 880 kg CO₂e etwa 5,6 %.

SCOPE 3

Herstellung der Werbemedien (Details auf Seite 38)

- Einsatz von 100 % Recyclingpapier für alle Werbematerialien
- Einsatz von Pflanzenölfarben für alle Jahreskataloge
- Auswahl von regionalen Dienstleistern
- Ständige Optimierung der Auflagenhöhe
- Bevorzugung von Dienstleistern mit qualifiziertem Umweltmanagement

Seit 2008 konnten wir die Emissionen je Katalog/Mailing um 21 % reduzieren. Durch die Herstellung unserer Werbemedien entstanden im Jahr 2012 etwa 211 500 kg CO₂e (0,370 kg/Katalog). Dies entspricht einem bedeutenden Anteil von 37,1 % unserer Klimabilanz.

Im Rahmen unseres aktuellen Managementprogramms haben wir uns deshalb das Ziel gesetzt, unsere Hausdruckerei für einen Wechsel zu Ökostrom zu motivieren.

Versand Werbemedien (Details auf Seite 38)

- Verzicht auf Umhüllung der Kataloge, wo postalisch möglich – alternativ Recycling- oder biologisch abbaubare Folie
- Bevorzugung von Dienstleistern mit qualifiziertem Flotten- und Umweltmanagement

Durch eine systematische Auflagenplanung konnten wir die Anzahl der versendeten Werbemedien seit dem Jahr 2008 kontinuierlich reduzieren und die absoluten Emissionen um 28 % senken. 2012 wurden 66 780 kg CO₂e erzeugt. Dies entspricht 11,7 % unserer gesamten Emissionen.

Warenversand (Details auf Seite 41–42)

- Einsatz des Mehrwegsystems „memo Box“
- Einsatz von Recyclingpapier als Füllmaterial zur Transportsicherung beim Warenversand
- Bevorzugung von Dienstleistern mit qualifiziertem Flotten- und Umweltmanagement

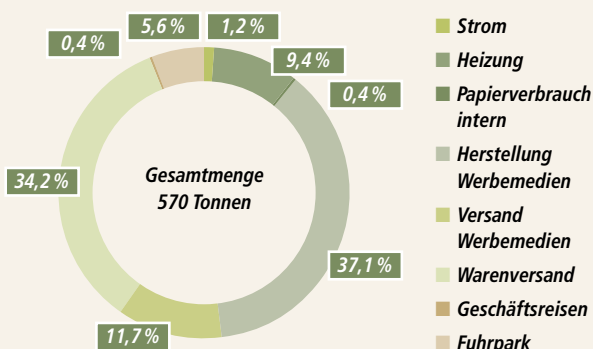
Seit dem Jahr 2008 steigt die Anzahl unserer Warensendungen kontinuierlich an. Entsprechend sind die absoluten Emissionen um 20 % gestiegen. Die CO₂e-Emissionen je versendetem Paket sind jedoch durch Optimierungsmaßnahmen unserer Dienstleister im gleichen Zeitraum um 9 % gesunken. Aktuell entstehen etwa 0,5 kg CO₂e/Paket. Der Anteil an den gesamten Emissionen unserer Klimabilanz liegt bei bedeutenden 34,2 %.

Geschäftsreisen (Details auf Seite 47)

- Bevorzugung der Bahn für Geschäftsreisen
- Minimierung von Flugreisen

Geschäftsreisen mit Bahn und Flugzeug verursachen lediglich 0,4 % der gesamten Emissionen unserer Klimabilanz. Die absoluten Emissionen variieren stark in Abhängigkeit der Anzahl der getätigten Geschäftsreisen. Im Jahr 2012 entstanden somit 2 467 kg CO₂e.

VERTEILUNG DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN DER memo AG IM JAHR 2012



Kompensation der verbleibenden Treibhausgasemissionen



Die unvermeidbaren Restemissionen unserer Klimabilanz kompensieren wir mittels ökologisch sinnvoller, validierter Klimaschutzprojekte.

Bei der Auswahl bevorzugen wir Maßnahmen, welche die Kriterien des „Gold Standard“ des WWF erfüllen und damit höchsten Umwelt- und Sozialansprüchen genügen. 2012 unterstützten wir zum Beispiel ein Solarprojekt im ländlichen Äthiopien oder

ein Projekt in Nigeria, bei dem durch den Einsatz von effizienten Brennholzkochern in den Dörfern etwa 80 % Energie eingespart und damit Abholzung vermieden werden kann.

Wir suchen den Dialog!

Durch unser Engagement in verschiedenen Umweltverbänden und -organisationen sowie durch gemeinsame Aktionen und Projekte wollen wir das Bewusstsein für Umwelt- und Klimaschutz in der Gesellschaft fördern.



Als Schnurlostelefon „Sinus 206“ gehöre ich zur ersten Telefonserie, die mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet ist. Ich bin energiesparend und strahlungsarm. Weder ich noch meine Verpackung sind gesundheits- oder umweltschädlich.



Seit unserer Gründung beschäftigen wir uns intensiv und praxisnah mit den verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit: Für viele unserer Kunden und Lieferanten ist memo inzwischen erste Anlaufstelle, wenn es um ökologische Fragen geht – nicht nur in Bezug auf unser Produktangebot.

Auch zahlreiche Umweltorganisationen und Unternehmensverbände schätzen unser Fachwissen in diesem Bereich und ziehen uns zu ihren Projekten beratend hinzu oder gehen langfristige Partnerschaften mit uns ein. memo beteiligt sich regelmäßig an der Entwicklung innovativer Lösungskonzepte zur Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens und unterstützt öffentliche Forschungsprojekte, Veranstaltungen und Aktionen zu diesem Thema. Bei vielen namhaften Organisationen, Vereinen und Verbänden sind wir – teils von Gründung an – Mitglied.

Trotz des vielfältigen Engagements: Wir sind stets darauf bedacht, nicht nur dem Namen nach Partner einer Initiative zu sein, sondern tatkräftig zur Realisierung der gemeinsamen Ziele beizutragen.

Hier eine Übersicht unserer aktuellen Partnerschaften:



1991 Förderkreis Umweltschutz in Unterfranken e.V. (FUU e.V.)

Der Förderkreis wurde 1988 gegründet. Er entwickelt und unterstützt ganzheitliche und nachhaltige Umweltschutzkonzepte in der Region Unterfranken. Die AG Nachhaltiges Wirtschaften des FUU e.V. bietet seinen Mitgliedern und weiteren interessierten Personen Informationsveranstaltungen und eine offene Diskussion zum gesamten Thema des nachhaltigen Wirtschaftens an. memo ist seit 1991 Mitglied und beteiligt sich aktiv an der Arbeit der AG.



1998 B.A.U.M. e.V.

Dieses Jahr wurden wir vom Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. für 15 Jahre Zusammenarbeit geehrt. In dieser Zeit haben wir gemeinsam eine Vielzahl an Projekten durchgeführt, bzw. uns an diesen beteiligt.

Ein Beispiel ist die Initiative „Wirtschaft pro Klima“, deren Ziel es ist, das Klimaschutz-Engagement deutscher Unternehmen aufzuzeigen und voranzubringen. Wer sich zu „Wirtschaft pro Klima“ bekennt, zeigt Verantwortung für den Klimaschutz. Mit Hilfe einer Datenbank werden die Bandbreite der Klimaschutz-Maßnahmen der beteiligten Unternehmen und die dadurch vermiedenen CO₂-Emissionen abgebildet. Die Praxisbeispiele aus der Datenbank dokumentieren die Maßnahmen der beteiligten Unternehmen zu Energieeffizienz und Klimaschutz. Zugleich ist diese Inspirationsquelle für andere Unternehmen, klimaschonender zu wirtschaften. memo zeigt anhand mehrerer Beispiele, wie aktiver Klimaschutz im Unternehmen aussehen kann.

Weitere Informationen dazu finden Sie auf www.wirtschaft-pro-klima.de und auf Seite 55.



2000 Initiative Pro Recyclingpapier (IPR)

Als Gründungspartner der branchenübergreifenden Initiative Pro Recyclingpapier (IPR) unterstützen wir zusammen mit ande-

ren Mitgliedsunternehmen zahlreiche Informationskampagnen und öffentliche Aktionen zur Akzeptanz und zur Förderung des Einsatzes von Recyclingpapier.

Weitere Informationen dazu auf Seite 55.

2003 Forest Stewardship Council® (FSC®)

Seit Anfang 2003 sind wir Mitglied der 1997 gegründeten deutschen Arbeitsgruppe des FSC® (Forest Stewardship Council®), einer gemeinnützigen und unabhängigen Organisation zur Förderung verantwortungsvoller Waldwirtschaft. 2005 wurde die memo AG als erster deutscher Groß- und Einzelhändler nach den Richtlinien des FSC® zertifiziert (GFA-COC-001238). Daneben sind wir aktiv an der Weiterentwicklung der Vergabekriterien für Holz- und Papierprodukte beteiligt.



2004 Umweltpakt Bayern

Der Umweltpakt Bayern ist eine Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft für mehr Umweltschutz. Alle Teilnehmer erbringen freiwillige Umweltschutzleistungen, die über gesetzliche Vorgaben hinausgehen. Seit 2004 sind auch wir Mitglied des Paktes.



2007 future e.V.

Die 1986 von verantwortungsbewussten Mittelständlern gegründete Umweltinitiative vorwiegend kleiner und mittelständischer Unternehmen setzt sich für die Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten in Betrieben ein. Gerade KMU finden dort den richtigen Partner, um nachhaltige und zukunftsfähige Strukturen auszubauen und im internationalen Wettbewerb zu bestehen. memo ist seit 2007 aktives Vereinsmitglied.



2008 Verband Deutscher Naturparke (VDN)

Für die Titelblätter der memo Zeichenblocks stellte uns der VDN im Jahr 2008 Tieraufnahmen zur Verfügung, die im Rahmen eines Fotowettbewerbs des Verbands in deutschen Naturparks aufgenommen wurden. Es folgte 2009 ein gemeinsamer Natur-entdecker-Malwettbewerb für Kinder. Seit 2010 zieren Bilder aus dem Fotoportal des VDN (www.naturparkfotos.de) die memo Schulhefte. 2011 wurde die Partnerschaft mit einem Malwettbewerb von VDN, der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW) und memo zum Internationalen Jahr der Wälder fortgesetzt.



2008 Utopia

Das Internetportal Utopia will dazu beitragen, dass Millionen Menschen ihr Konsumverhalten und ihren Lebensstil nachhaltig verändern. memo ist seit 2008 Partner und mit einem eigenen Unternehmensprofil auf dem Portal vertreten: mit Informationen zum Unternehmen, zu unserer Philosophie, zu unseren nachhaltigen Leistungen und mit dem „memo Blog“, in dem registrierte User mit uns in direkten Dialog treten können.

Im November 2009 hat die memo AG das Changemaker-Manifest unterzeichnet und sich damit zu transparenten und festen ökologischen, sozialen und ökonomischen Zielen verpflichtet. Damit zeigen wir unseren Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit, dass wir bereit sind, mit Eigeninitiative unseren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Weitere Informationen dazu auf Seite 55.



Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit



Wir sind davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit alle Bereiche des Lebens und Wirtschaftens betrifft und folglich eine Aufgabe der gesamten Gesellschaft ist. Nur durch die Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik, NGOs, und Verbänden sowie durch die Hilfe jedes Einzelnen kann eine nachhaltige Entwicklung vorangebracht werden.

An diesem Punkt leisten wir unseren Beitrag, indem wir auch als kleines Unternehmen im Rahmen unserer Möglichkeiten Projekte, Aktionen und Initiativen zum Thema Nachhaltigkeit unterstützen. Besonders am Herzen liegen uns dabei Projekte, die im Sinne der Bildung für nachhaltige Entwicklung jungen Menschen das Thema näherbringen und sie für die Wichtigkeit von Umwelt- und Klimaschutz sensibilisieren.

Bei unseren Aktivitäten achten wir insbesondere darauf, dass sie zu 100 % mit unserer Philosophie und mit unserem Kerngeschäft übereinstimmen. Ziel ist es natürlich einerseits, mehr Kunden für memo und unser Sortiment und letztlich für nachhaltigen und bewussten Konsum von Alltagsprodukten zu gewinnen. Andererseits fördern wir damit aber auch das Bewusstsein und Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz in der Gesellschaft allgemein.

Ein Auszug aus unseren umfangreichen Aktivitäten in den letzten zwei Jahren:



Fair Future und der „Ökologische Fußabdruck“

Das Schulprojekt Fair Future des Vereins Die Multivision e.V., welches vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie, der Entwicklungsorganisation Oxfam Deutschland und dem BUND getragen wird, stellt eindrucksvoll dar, dass sich wirtschaftliches Wachstum an den Grenzen der ökologischen Leistungsfähigkeit des Planeten Erde orientieren muss. Dadurch gelingt auch eine Gesamtdarstellung des Prinzips der Nachhaltigkeit.

Das Besondere an dem Projekt ist, dass Fair Future direkt auf die Zielgruppe – Schüler ab der 5. Jahrgangsstufe – zugeht. Interessierte Schulen in Deutschland und Österreich können sich für eine Veranstaltung anmelden, die dann gebündelt in einer Stadt oder in einer Region zu einem bestimmten Zeitpunkt stattfindet. Die eindrucksvolle 90-minütige Präsentation von Bild- und Filmmaterial wird begleitet von Moderatoren und Experten, damit sich Schülerinnen und Schüler ab der 5. Jahrgangsstufe mit der Thematik des Ökologischen Fußabdrucks aktiv auseinandersetzen können und motiviert werden, ihre Zukunft nachhaltig mitzugestalten. Um das Thema dann auch im Unterricht weiter zu behandeln, stellt Die Multivision e.V. umfangreiches Begleit- und Unterrichtsmaterial für Lehrer und Schüler zur Verfügung. memo unterstützt das Projekt seit drei Jahren.



Mehr Informationen finden Sie unter www.multivision.info und unter www.fairfuture.net.

Der Schüler-Folder von Fair Future leistet altersgerechte Aufklärung zu den Themen nachhaltige Ernährung, Bekleidung, Mobilität, Wohnen u. a.

Klima-Bündnis „Kindermeilen“: jeder Schritt zählt

Die „Kindermeilen“ sind eine Kampagne des Vereins Klima-Bündnis. Seit Gründung des Vereins im Jahr 1990 haben sich dem „Klima-Bündnis der europäischen Städte mit indigenen Völkern der Regenwälder e.V.“ mehr als 1 600 Städte und Gemeinden sowie als assoziierte Mitglieder Bundesländer, Provinzen, Regionen, Verbände und Organisationen angeschlossen. Die Mitglieder haben sich die Reduktion von klimaschädlichen Treibhausgasen als Ziel gesetzt und sind zum Erhalt der Regenwälder eine Partnerschaft mit den indigenen Völkern des Amazonasbeckens eingegangen. In der Praxis wird dieses Ziel durch die Erarbeitung und Umsetzung von Klimastrategien verfolgt – insbesondere in den Bereichen Energie und Verkehr, Öffentlichkeitsarbeit über den Schutz der Regenwälder und den Verzicht auf die Nutzung von Tropenholz aus Raubbau.



Der jährliche Stundenplan entstand 2012 in Zusammenarbeit mit dem Klima-Bündnis: Auf der Rückseite wurden die Kampagne „Kindermeilen“ und die gemeinsame Aktion zu ökofaitem Schul- und Bastelmateriale vorgestellt und zur Teilnahme aufgerufen. Seit jeher wird der memo Stundenplan auf 100 % Recyclingpapier mit mineralölfreien Pflanzenfarben gedruckt und damit wertvolle Ressourcen geschont.



Bereits seit 2002 legen Kindergarten- und Schulkinder im Rahmen der Kampagne „Kindermeilen – kleine Klimaschützer unterwegs!“ ihre Alltagswege bewusst klimafreundlich zurück. Alle Wege, die die Kinder zu Fuß, mit dem Fahrrad, den Inlinern oder öffentlichen Verkehrsmitteln wie Bus und Bahn zurücklegen, entlasten unsere Umwelt. Deshalb zählen sie als „Grüne Meilen“ für das Weltklima. Das Klima-Bündnis lädt alle Kinder in Europa, ihre Städte und Gemeinden, alle Kindergärten und Schulen ein, sich an den Aktionswochen zu beteiligen, mit Spiel und Spaß das Klima zu schonen und eine symbolische Weltreise um die Eine Welt anzutreten. Die Grünen Meilen aller Kinder in Europa werden zusammengezählt und am Jahresende den Teilnehmern der UN-Klimakonferenz übergeben. Die Kleinen zeigen den Großen, dass sie handeln, statt zu verhandeln: sie setzen Klimaschutz konkret und praktisch in ihrer Lebenswelt um.

Anlässlich des Erdgipfels „Rio plus 20“ riefen das Klima-Bündnis und memo im Jahr 2012 die Grünen Meilen-Sammler auf, sich besonders mit ökofairen und klimatechischen Schul- und Bastelprodukten zu beschäftigen. Aus allen Einsendungen von Kindergartengruppen bis hin zu Sechstklässlern wurden am Schluss die jeweils besten ihrer Altersklasse prämiert und mit einem Zuschuss für die Gruppen- oder Klassenkasse belohnt.

Mehr Informationen finden Sie unter www.kindermeilen.de.

memo unterstützt die Kampagne „CEOs Pro Recyclingpapier“

Recyclingpapier mit dem „Blauen Engel“ ist zum sichtbaren Symbol für ressourceneffizientes Wirtschaften geworden. Es steht für moderne Kreislaufmodelle, schont wertvolle Holzreserven und verbraucht bei der Herstellung signifikant weniger Energie und Wasser. Die Kampagne „CEOs Pro Recyclingpapier“ der Initiative Pro Recyclingpapier (IPR) richtet sich daher gezielt an Unternehmensführer, die persönlich Verantwortung für ressourceneffizientes Handeln übernehmen und mit konkreten Zielen für die Nutzung von Recyclingpapier wichtige Potenziale zur Ressourcenschonung erschließen.

Dieses vorbildhafte Engagement wird öffentlich über die Online-Plattform www.ceos-pro-recyclingpapier.de, über Social Media und über beteiligte Medienpartner sichtbar gemacht und gewürdigt.



Da die memo AG seit jeher intern und für jegliche Geschäftskorrespondenz Recyclingpapier verwendet, ist die Unterstützung der Kampagne selbstverständlich. Für den Einsatz von 100 % Recyclingpapier mit dem „Blauen Engel“ in Unternehmen hat sich deshalb nicht nur ein Mitglied sondern der gesamte fünfköpfige Vorstand des Unternehmens ausgesprochen.

Einkaufsführer „Der Nachhaltige Warenkorb“

Der Einkaufsführer „Der Nachhaltige Warenkorb“, den der „Rat für Nachhaltige Entwicklung“ erstmalig 2003 herausgegeben hat, hilft Verbrauchern nicht nur bei konkreten Kaufentscheidungen, sondern gibt bereits im Vorfeld Tipps, welche Umweltzeichen und Labels es gibt und wie diese zu bewerten sind. Nun liegt der Ratgeber in seiner vierten, aktualisierten Ausgabe vor.

In der über 80-seitigen Broschüre finden sich allgemeine Informationen zum nachhaltigen Konsum und konkrete Hinweise für einzelne Bereiche, wie z.B. den Kauf von Lebensmitteln und Haushaltsgeräten. Komplett überarbeitet wurden in der neuen Ausgabe die Kapitel zum Bauen und Renovieren, denn gerade in den eigenen vier Wänden lassen sich zahlreiche Maßnahmen zum Klimaschutz umsetzen. Abgerundet wird das Heft durch entnehmbare Saisonkalender für Obst- und Gemüsesorten und durch den „kleinen Helfer für unterwegs“.



Weitere Informationen zu in der Broschüre besprochenen Initiativen und rund um das Thema nachhaltiger Konsum liefert die Internetseite www.nachhaltiger-warenkorb.de.

Die aktuelle Ausgabe des Einkaufsführers „Der Nachhaltige Warenkorb“ kann bei memo gratis mit der Best.-Nr. A1182 angefordert werden.

Partner des Wettbewerbs „Büro & Umwelt“ 2013

Im Jahr 2008 wurde der Wettbewerb „Büro & Umwelt“ vom B.A.U.M. e.V. erstmals ausgeschrieben und zeichnet seitdem jährlich die umweltfreundlichsten Büros aus. Im Mittelpunkt des Wettbewerbs steht dabei der schonende Umgang mit Ressourcen im Büroalltag sowie die Beachtung von Umweltaspekten bei der Beschaffung von Büroprodukten. Er richtet sich in erster Linie an Unternehmen aller Größenordnungen in den Kategorien mit bis zu 20, mit bis zu 500 und mit über 500 Mitarbeitern. Darüber hinaus können sich aber auch Verwaltungen, Kommunen und andere Einrichtungen am Wettbewerb beteiligen. memo ist Partner des Wettbewerbs 2013.

Lothar Hartmann, Nachhaltigkeitsmanager der memo AG, informiert auf der paperworld 2013 auf dem „Green Office Day“ zum Start des Wettbewerbs „Büro & Umwelt“ über Büroprodukte aus Recycling-Kunststoffen.



„Blauer Engel“, Utopia und memo: gemeinsam für ökologischen Schulbedarf

„Engel-Papier. Jetzt!“ ist eine Mitmach-Aktion des „Blauen Engels“. Dabei sind vor allem Schüler angesprochen, ihre Stimme für Recyclingpapier mit dem bekannten Umweltzeichen abzugeben und zu zeigen, dass sie in Sachen Umweltschutz „keine Hinterbänkler“ sind. Jede Stimme wird direkt an Handel und Hersteller weitergeleitet, damit in Zukunft in mehr Geschäften Colledgeblock, Heft und Co. mit dem „Blauen Engel“ zu finden sind.



memo unterstützt die Aktion als Partner, da uns gerade in Schulen, wo der Papierverbrauch sehr hoch ist, die Verwendung von Recyclingpapier am Herzen liegt. Zusammen mit der Internetplattform Utopia und dem „Blauen Engel“ ist der jährliche Stundenplan 2013/14 entstanden.



Der Stundenplan für das Schuljahr 2013/14 kann gratis – auch in größerer Stückzahl – bei memo mit der Best.-Nr. A1289 bestellt werden.



Kontinuierliche Verbesserung

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



Ich habe mich vom
grauen, staubigen
„Umweltschutzpapier“
zum technisch und
qualitativ hochwertigen,
vielfältig einsetzbaren Recycling-
papier weiterentwickelt. Trotzdem
bleibe ich umweltverträglich,
indem ich wertvolle Ressourcen
einspare und das Klima schone.

Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick ...

Hier finden Sie den Status und die wichtigsten Ergebnisse der Maßnahmen, die wir Ihnen in unserem letzten Nachhaltigkeitsbericht aus dem Jahr 2011 vorgestellt haben.

Detaillierte Informationen zu den einzelnen Maßnahmen finden Sie im Innenteil dieses Berichtes.



ZIEL	Maßnahme	Termin	Stand
Sortimentsgestaltung			<i>Erreicht, wird fortgeführt</i>
Erstellung von Lebenszyklusanalysen für ausgewählte Produktgruppen unseres memo Markensortiments	• Erstellung einer Lebenszyklusanalyse für den Sortimentsbereich „Grafische Papiere“	2012	Lebenszyklusanalysen wurden nicht nur für das memo Multifunktionspapier „Recycling Plus“, sondern auch für die memo Pflanzenölseife „Natural Liquid“ Citrus und das memo Vollwaschmittel „Eco Saponine“ erstellt. Details auf Seite 30–35.
Ressourcenverbrauch und Klimaschutz			<i>Erreicht, wird fortgeführt</i>
Reduzierung des Stromverbrauchs an unserem Standort in Greußenheim	• Durchführung von Energieverbrauchsmessungen • Identifikation wesentlicher Stromtreiber • Definition und Umsetzung geeigneter Einsparungsmaßnahmen	2012	Gegenüber dem Jahr 2010 konnte der Stromverbrauch im Jahr 2012 um 10 % reduziert werden. Details auf Seite 46.
Ökonomie			<i>Erreicht</i>
Aufbau eines Key-Account-Vertriebs	• Aufbau und Entwicklung personeller Ressourcen zur optimalen Betreuung von Unternehmen mit komplexeren Beschaffungssystemen sowie erhöhtem Beratungsbedarf vor Ort	2011	Die erforderlichen personellen Ressourcen und organisatorischen Rahmenbedingungen sind implementiert. In kurzer Zeit konnte bei Schlüsselkunden ein Umsatzzuwachs im 2-stelligen Prozentbereich erreicht werden. Details auf Seite 14.
Ökonomie			<i>In Arbeit</i>
Marktdurchdringung der memo Markenartikel im Einzelhandel	• Angebot von memo Markenprodukten auf Internet-Marktplätzen • Akquisition weiterer Großhandelspartner im Bio-Fachhandel • Akquisition weiterer Großhandels- und Fachhandelspartner auch im Ausland • Aufbau eines Produktdaten- Informations-Systems	2013	Die Vermarktungsstrategie unserer memo Markenprodukte wurde weiter optimiert. Details auf Seite 13.
Mitarbeiterorientierung			<i>Erreicht, wird fortgeführt</i>
Förderung der Gesundheitsprävention unserer Mitarbeiter	• Weiterer Ausbau von Gesundheitsförderungsmaßnahmen	2011	Im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements bieten wir unseren Mitarbeitern umfassende Angebote, welche von diesen sehr positiv beurteilt werden. 2012 wurde die memo AG mit dem Alternativen Gesundheitspreis 2012 der BKK advita ausgezeichnet. Details auf Seite 22 und 26.
Logistik			<i>Erreicht</i>
Reduzierung der versendeten Paketmenge in Relation zur Anzahl der Kundenaufträge	• Optimierung des Paketsteuerungssystems • Optimierung des Dispositionssystems und weitere Reduzierung von Nachlieferungen	2012	Die durchschnittliche Anzahl der Pakete pro Kundenauftrag ist im Jahr 2012 auf 1,67 gesunken. Gegenüber dem Jahr 2011 bedeutet dies eine Reduzierung um knapp 3 %. Details auf Seite 41.



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 Nachhaltigkeitsmanagement-Systems gesetzt haben, im Überblick vorstellen.

ZIEL	Maßnahme	Termin	Verantwortlich
Mitarbeiterorientierung			
Weitere Förderung der Ausbildungsqualität	Implementierung eines „Auszubildenden-Netzwerkes“ zusammen mit nachhaltig orientierten Partnerunternehmen	2013	Ausbildungsmanagement
Nachhaltigkeitsmanagement			
Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitskodex des Rates für Nachhaltige Entwicklung	Abgabe einer Entsprechenserklärung für den Deutschen Nachhaltigkeitskodex	2013	Nachhaltigkeitsmanagement
Sortimentsgestaltung			
Weitere Optimierung des Verfahrens zur Listung unserer Produkte	Implementierung eines Online-Werkzeugs zur Lieferantenbefragung	2014	Nachhaltigkeitsmanagement
Katalogproduktion			
Reduzierung der Umweltauswirkungen bei der Herstellung der Produktkataloge	- Auflagenoptimierung - Optimierung des Katalogumfangs - Druck der Jahreskataloge mit Ökostrom	2014	Leitung Marketing
Katalogproduktion			
Reduzierung des Papiereinsatzes bei der Katalogproduktion	Umstellung auf ein digitales Prüfverfahren in der Druckvorstufe („softproof“)	2014	Leitung Marketing
Logistik			
Steigerung des Anteils der „memo Box“ am Versandvolumen auf 15 %	- Gezielte Vermarktung der „memo Box“ in den Produktkatalogen und den Online-Shops - Beantragung des Umweltzeichens „Blauer Engel“ für das Mehrweg-Versandsystem - Kombination des Mehrweg-Versandsystems „memo Box“ mit dem Rücknahmesystem „memo Wertstoff-Box“	2014	Leitung Logistik
Ressourcenverbrauch und Klimaschutz			
Reduzierung des Ressourcenverbrauchs bei der Herstellung der „memo Box“	Fertigung der „memo Box“ aus Recyclingkunststoff	2015	Nachhaltigkeitsmanagement

WIR PRODUZIEREN SO UMWELTGERECHT WIE MÖGLICH!

Ökologische Druckmaterialien:

Dieser Bericht ist mit Pflanzenölfarben auf 100 % Recyclingpapier – Recymago – gedruckt.



Die Treibhausgasemissionen, die durch Herstellung und Verteilung dieser Publikation verursacht werden, kompensieren wir durch die Investition in anerkannte, ökologisch sinnvolle Klimaschutzprojekte.

Klimaneutrale Herstellung:
Druckerei Lokay e.K.



Klimaneutralisierung des Versands:
Deutsche Post DHL



Liebe Leserinnen
und Leser!

**Ihre Meinung
ist uns
sehr wichtig.**

Vielleicht haben Sie ja bei der Lektüre unseres sechsten 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:
Wir freuen uns auf Ihre Nachricht.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Ihr memo Team

memo AG

Lothar Hartmann

Nachhaltigkeitsmanagement



Diesen **Nachhaltigkeitsbericht** sowie frühere Ausgaben finden Sie auch im Internet zum kostenlosen **Download** unter www.memoworld.de/nachhaltigkeitsbericht.

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

Telefon (+49) 09369 905-226

Telefax (+49) 09369 905-326

E-Mail l.hartmann@memo.de



IMPRESSUM

Herausgeber:

memo AG
Am Biotop 6
97259 Greußenheim

© 2013 memo AG

Nachdruck, auch
auszugsweise,
nur mit schriftlicher
Genehmigung des
Herausgebers.

Redaktion:

Lothar Hartmann
Nachhaltigkeits-
management

Evelyn Gump
Nachhaltigkeits-
management

Claudia Silber
Unternehmens-
kommunikation

Grafik:

Wölfel Design
Würzburg

Satz:

Fotosatz Richard
Kitzingen

Litho:

Vogel Druck
Höchberg

Druck:

Druckerei Lokay e.K.
Reinheim

Fotografie:

Carina Koch
Kitzingen
www.carina-koch.de

Jochen Schreiner

Würzburg
www.jochenschreiner.de

Bildnachweis:

DragonImages
garteneidechse
Guy Shapira
Stephan Leyk
Olga Lyubkin
Bettina Kuß
Valeriy

© www.fotolia.de

Produkte unter der Lupe – öko+fair+nützlich

„Mit der Durchführung von Ökobilanzen für Produkte und Dienstleistungen hat es in den letzten 20 Jahren einige Überraschungen und sehr viele Hinweise für die Optimierung von Produkten bei der Herstellung, bei der Rohstoffgewinnung, bei der Verarbeitung, beim Transport, der Nutzung und Entsorgung gegeben. Es ist gut, dass memo diese Methode für die Bewertung und Verbesserung relevanter Produkte einsetzt.

Mit der Erfassung der Gesamtkosten entlang der Produktlinie (Lebenszykluskosten) und mit der Erfassung sozialer Aspekte sowie des eigentlichen Nutzens von Produkten, wird die Ökobilanz zur Produkt-Nachhaltigkeits-Bilanz erweitert. Damit kann beispielsweise bestimmt werden, wie die Gesamtkosten einer LED-Lampe aussehen und ob die geringeren Stromkosten die Mehrkosten beim Kauf kompensieren können. Oder ob ein Kleidungsstück oder ein Gartenmöbel auch unter fairen Bedingungen hergestellt wurde.

Bei der Bewertung von Produkten gibt es seit langem den Grundsatz-Streit, ob auch der Nutzen des Produkts einbezogen werden soll. Ich meine ja! Denn wenn man über die Grenzen des Wachstums und über Suffizienz spricht, sollte man zuerst schauen, welche Produkte man überhaupt braucht und ob die gewünschten Produkte auch eine gute Qualität haben. Vor jedem Kauf sollte man sich also darüber Gedanken machen, wo, von wem und unter welchen Bedingungen ein Produkt hergestellt wurde, wie es sich bei der Nutzung verhält und ob und wie es letztlich entsorgt werden kann!“



*Prof. Dr. Rainer Griebhammer
Mitglied der Geschäftsführung
Öko-Institut e.V.*

memo
...NACHHALTIG GUT

memo AG
Am Biotop 6
D-97259 Greußenheim

Telefon
Zentrale (+49) 09369 905-0
Nachhaltigkeits-
management (+49) 09369 905-226

E-Mail info@memo.de
Internet www.memo.de
www.memoworld.de

