

memo

Nachhaltigkeitsbericht 2017/18



WK9

Dieses Druck-
erzeugnis ist mit
dem Blauen Engel
zertifiziert.

Liebe Leserin, lieber Leser,

die memo AG ist ein Versandhandelsunternehmen für Büro-, Haushalts- und Schulbedarf, Möbel und Werbeartikel.

Von Beginn an – im letzten Jahr feierten wir unser 25-jähriges Jubiläum – 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 mit unserem Angebot geprüfter nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen unseren Beitrag zur Entwicklung einer zukunftsfähigen Gesellschaft leisten. Wir erreichen unsere Vision nur, wenn unsere Kunden mit uns zufrieden sind und unsere Mitarbeiter sich im Unternehmen wohlfühlen, die Ziele des Unternehmens mittragen und aktiv an ihrer Umsetzung teilnehmen.

Nachhaltigkeit ist unser Kerngeschäft. Dabei fokussieren wir uns nicht auf einzelne Aspekte, sondern setzen das Thema 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 stehen im Mittelpunkt des Unternehmens. Wir setzen Vertrauen in sie, 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.

Der Schwerpunkt dieses mittlerweile achten Nachhaltigkeitsberichts ist das Thema „Logistik und Mobilität“. Das Konsumverhalten der Verbraucher hat sich in den letzten Jahren erheblich verändert. Über 80 % der Deutschen sind online und Computer, Smartphones und Tablets sind aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Mehr als 40 % der Bevölkerung bestellt mindestens einmal im Monat online und auch unsere Kunden tätigen ihren Einkauf bei uns zu 75 % über das Internet oder per E-Mail.

Aktuelle Studien zeigen, dass die Frage, welche Form des Einkaufs welche Umweltauswirkungen und Klimaeffekte hat, von vielen verschiedenen Faktoren abhängt. Die Wahl des Verkehrsmittels, die Fahrtwege, die Einkaufshäufigkeit und das Retourenverhalten sind dabei nur eine kleine Auswahl an Einflussfaktoren. Eine wesentliche Rolle spielt auch die Anzahl der gekauften Produkte pro Einkauf. Die memo AG bietet ihren Kunden mit etwa 20.000 sorgfältig geprüften Artikeln die Möglichkeit, nahezu den gesamten täglichen Bedarf aus einer Hand zu beziehen. Unsere Kunden nutzen dies intensiv, indem sie im Durchschnitt acht unterschiedliche Artikel pro Auftrag bei uns bestellen.

Außer Frage steht allerdings, dass die gesundheitliche Belastung und die Umweltauswirkungen vor allem in Ballungsgebieten und in Innenstädten durch den Individual- und Lieferverkehr zunehmen. Die letzte Meile – der logistische Fachbegriff für den Transport der bestellten Ware zur Haustür des Kunden – stellt uns als Versandhändler und die Paketdienst-

leister vor ein großes Problem. Neben den entstehenden Schadstoffen ist auch immer weniger Platz zum Parken und Rangieren vorhanden. In Berlin beliefern wir deshalb unsere Kunden bereits seit dem letzten Jahr mit dem Radlogistik-Unternehmen Velogista. In der Nürnberger Südstadt werden Kunden der memo AG mit Lastenfahrrädern von DPD beliefert. Der Vorteil von Lastenfahrrädern ist, dass sie emissions- und lärmfrei unterwegs und meistens auch schneller am Ziel sind. Mit anderen Dienstleistern sprechen wir ebenfalls über Möglichkeiten, die Innenstadtbelieferung auf alternative Art und Weise durchzuführen. Denn wir sind der Meinung, dass der Distanzhandel und auch die Logistik- und Paketdienstleister andere Lösungen für die Innenstadtbeflieferung bieten müssen als das heute in weiten Teilen der Fall ist.

Eine andere Art Umwelt und Klima im Versandhandel zu schonen ist unser Mehrweg-Versandsystem „memo Box“, mit dem sich Kunden alternativ zum Versandkarton ihre Bestellung liefern lassen können. Die vielfache Verwendung der stabilen Behälter, die wir mittlerweile aus Recyclingkunststoff aus Post Consumer-Abfällen fertigen lassen, spart Kartonagenabfall ein und schont wertvolle Ressourcen.

Dies sind nur zwei unserer Maßnahmen, für die wir im April diesen Jahres den Nachhaltigkeitspreis Logistik 2017 der Bundesvereinigungen Logistik Österreich und Deutschland erhalten haben. Als Vorstand Logistik der memo AG freue ich mich über diesen Preis ganz besonders. Er zeigt uns, dass wir mit unserer Logistik auf einem zukunftsfähigen Weg sind und auch als vergleichsweise kleines Unternehmen ein Vorbild sein können.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre und freuen uns auf den Dialog mit Ihnen!



Frank Schmäling

Frank Schmäling
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.



25 Jahre
memo

Jubiläum

Mit einer großen Party feierten wir am 4. Juni 2016 unser 25-jähriges Bestehen.



Der Vorstand der memo AG (v.l.n.re.):
Thomas Wolf, Richard Wolf, Ulrike Wolf,
Frank Schmähling, Helmut Kraiß



Verleihung des Nachhaltigkeitspreises Logistik 2017
(v.l.n.re.): Prof. Dr. Thomas Wimmer, Frank Schmähling,
Roman Stiffner, Dr. Christian Plas



Inhaltsverzeichnis

Seite 2 - 3
Editorial und Inhalt

Seite 4 - 5
Geschichte

Seite 6 - 13
Managementsystem

Seite 14 - 25
Menschen bei memo

Seite 26 - 31
Ökonomie

Seite 32 - 39
Produkte

Seite 40 - 51
Prozesse

Seite 52 - 61
Ressourcen

Seite 62 - 69
Stakeholder

Seite 70 - 71
Wissenswertes und Impressum

Geschichte der memo AG



Start ins
Versandhandels-
geschäft

1990/91



Online kaufen auf
www.memo.de

1998



Erster Privatkunden-
katalog

2004



Mehrwegversand mit der
„memo Box“

2009

1992
Rücknahme-
system memo
„Wertstoff-Box“



2001
Start des Bezugs
von 100 % Ökostrom



2007
Bau der Holz-Hack-
schnittel-Heizanlage



2009
Deutscher
Nachhaltigkeits-
preis



Verantwortung übernehmen

In den 26 Jahren unserer Geschichte hat sich bei uns Vieles verändert und weiterentwickelt. Aber nach wie vor ist Nachhaltigkeit der Kern unseres Unternehmens. Seit Beginn an stellen wir Mensch, Umwelt und Klima in den Mittelpunkt unseres Tuns.



Reorganisation
memo Logistik

2010



Die neue
„memo Box“ kommt

2012



memolife mit
speziellem Sortiment
für Privatkunden

2015



„memo Box“ aus
Recycling-
kunststoff

2016

2011

Deutscher
Umweltpreis für
Jürgen Schmidt



2014

Blauer Engel für die
„memo Box“



2015

Nachhaltigkeitspreis
Mainfranken



2017

Nachhaltigkeits-
preis Logistik



Ausführliche Informationen finden Sie unter
[www.memoworld.de/
geschichte](http://www.memoworld.de/geschichte)

Managementsystem

Ökologie



Soziales



Ökonomie



Qualität



Nachhaltigkeit in allen Bereichen

Wir stellen uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung: Ökologie, Soziales, Ökonomie und Qualität sind die Basis unseres unternehmerischen Handelns. Sie stehen gleichberechtigt nebeneinander und werden bei allem, was wir tun, berücksichtigt.

memo

Verantwortung



Dialog



Fairness



Zukunft



Nachhaltigkeit als Geschäftsmodell

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, da die Entwicklung eines nachhaltigen Konsums eine zentrale Rolle für eine lebenswerte Zukunft nachfolgender Generationen spielt.

Die Geschäftsführung der memo AG hat Nachhaltigkeit zum Kerngeschäft des Unternehmens bestimmt. Dabei fokussieren wir uns nicht auf einzelne Aspekte, sondern setzen das Thema ganzheitlich im Unternehmen um. Gerade deshalb ist eine sorgfältige Planung und Abwägung von Investitionen und Maßnahmen essentiell. Nachhaltige Zieldefinitionen erfordern meist einen höheren Einsatz personeller und finanzieller Ressourcen, die wir sorgfältig planen. So stehen wir immer wieder vor der großen Herausforderung, geeignete und machbare Lösungen für die praktische Umsetzung unserer Unternehmensstrategie zu finden.

Um unser Geschäftsmodell weiter zu fördern, investieren wir systematisch in die Entwicklung unserer Mitarbeiter und unseres nachhaltigen Produktsortiments. Ein weiterer Fokus liegt in der gezielten Kommunikation mit unseren unterschiedlichen Kundengruppen über verschiedene Vertriebswege.

Die memo AG 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.

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.

Wir erreichen unsere Ziele 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.

Die praktische Umsetzung unserer Unternehmensphilosophie gewährleisten wir durch ein integriertes Nachhaltigkeitsmanagementsystem.

Unsere Vision

„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 mit einem Angebot geprüfter zukunftsfähiger Produkte und Dienstleistungen.“

Helmut Kraiß
Mitglied des Vorstands
der memo AG



Produkte

Unser Anspruch ist es, Produkte ins Sortiment aufzunehmen, die sich durch ihre nachhaltigen Eigenschaften und einen fairen Preis auszeichnen.

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.

Das integrierte Managementsystem

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 einzelnen 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 wollen wir die einzelnen Schritte überschaubar 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 im Unternehmen ist 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 ge-

eignete 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.

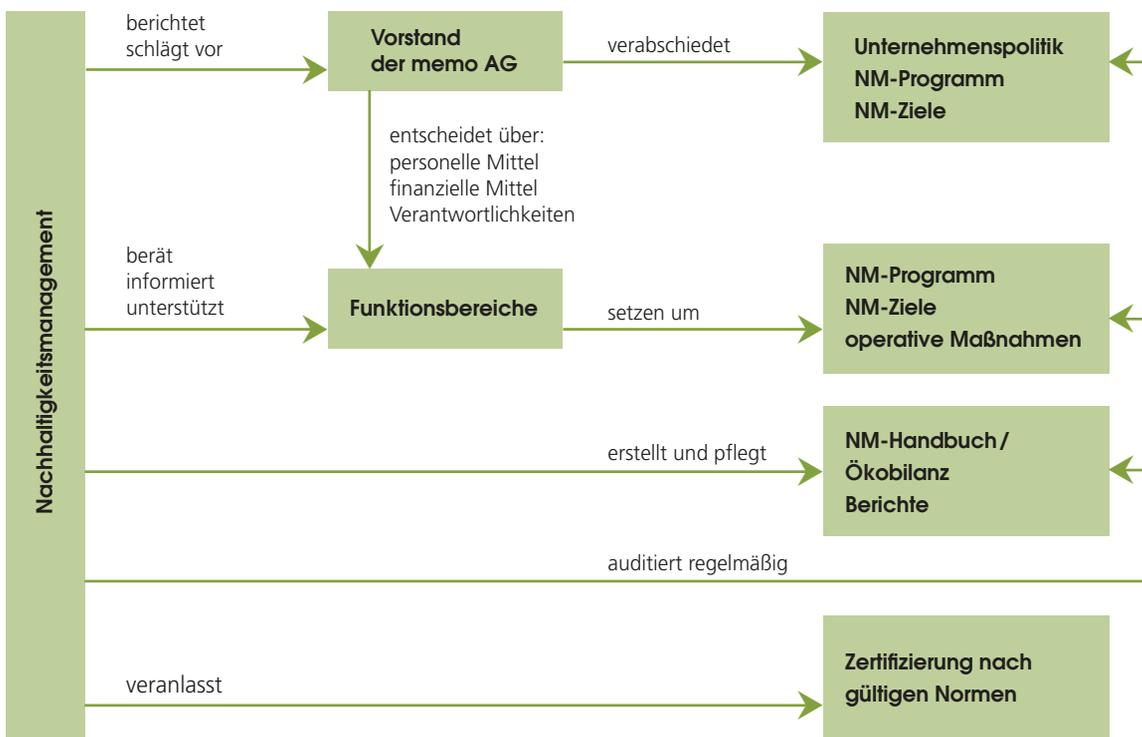
Jährlich erstellen wir eine Umweltbilanz, in der alle relevanten eingehenden Energie- und Stoffströme (Input) den ausgehenden (Output) gegenübergestellt werden, und bewerten diese über geeignete Kennzahlen.

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 dem **Managementsystem, Stakeholderdialogen und Mitarbeiterbefragungen** beurteilt der Vorstand Zielerreichung und Funktionsfähigkeit des Managementsystems, identifiziert die **wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte** unseres Unternehmens 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.



Wesentliche Unternehmensaktivitäten

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir nachhaltigen, bewussten Konsum fördern und gleichzeitig gesellschaftlich verantwortlich handeln. Auf Basis von Prozessanalysen, Mitarbeiterbefragungen und Stakeholderdialogen haben wir sechs Handlungsfelder identifiziert, die für die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens besonders bedeutend sind.

Produktsortiment

Durch bewusste Einkaufsentscheidungen haben es Konsumenten jeden Tag in der Hand, ob Umwelt und Klima geschont und ob andere Menschen unter unseren Konsumgewohnheiten leiden müssen. Die Förderung eines nachhaltigen Konsums ist deshalb auch Teil der Sustainable Development Goals (SDGs) der 2030-Agenda der Vereinten Nationen. Mit ihrem konsequent nachhaltigen Produktsortiment unterstützt die memo AG nachhaltigen Konsum. Unser Unternehmen besitzt über 25 Jahre Erfahrung in der Bewertung und Entwicklung nachhaltiger Produkte. Unser Anspruch ist es, ausschließlich Produkte ins Sortiment aufzunehmen, die sich durch ihre nachhaltigen Eigenschaften auszeichnen. 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.

Unsere Listungskriterien sind gleichzeitig wichtige Anhaltspunkte und Informationen für den Verbraucher, um nachhaltige Kaufentscheidungen zu treffen. Damit unterstützen wir unsere Kunden, einen bewussten Lebensstil zu entwickeln oder zu verfolgen und ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft zu leisten.

Um möglichst viele Menschen erreichen zu können, war es von Anfang an unser Ziel, ein möglichst umfangreiches Sortiment für den täglichen Bedarf im Büro bieten zu können. Logische Folge war, dass der Sortimentsumfang kontinuierlich gestiegen ist. Durch die Entscheidung, auch Privatkunden gezielt mit einem umfassenden nachhaltigen Sortiment für Haushalt, Schule, Freizeit, Textilien und Wohnen anzusprechen, hat sich diese Entwicklung nochmals verstärkt. Alleine in den letzten drei Jahren hat sich die Anzahl der Artikel in unserem Sortiment dadurch nahezu verdoppelt.

Diese Entwicklung stellt auch eine große Herausforderung für uns dar. Trotz der langjährigen Erfahrung unserer Produktmanager sind wir immer wieder aufs Neue gefordert, uns mit neuen Materialien, Herstellungs- und Recyclingverfahren oder Standards und Labels zu beschäftigen. Aus diesem Grund tauschen wir uns intensiv und partnerschaftlich mit unseren Lieferanten aus und stehen in regelmäßigem Dialog mit Verbänden, NGOs und der Wissenschaft. Aktuelles Beispiel ist die Teilnahme am Forschungsprojekt „BiNa - Biokunststoffe Nachhaltig“.

Lesen Sie mehr zu unserem Produktsortiment ab Seite 32.

Herstellung und Versand der Werbemedien

Trotz nach wie vor steigender Nutzung des Internets sind Produktkataloge und -mailings für uns als Versandhändler unverzichtbar und entscheidend für den Erfolg im Wettbewerb. Herstellung, Verpackung und Versand der Werbemedien sind bedeutende Nachhaltigkeitsaspekte für die memo AG. Durch Auswahl der Dienstleister, Materialauswahl sowie Optimierung von Auflage und Umfang der Werbemedien minimieren wir negative Umweltauswirkungen.

Ähnlich wie bei der Beurteilung unserer Produkte müssen wir auch bei der Auswahl der Materialien und Dienstleister für die Herstellung unserer Kataloge immer auf dem aktuellen Stand sein und unser Know-How stetig weiter entwickeln. Aus diesem Grund haben wir uns entschlossen, an der Initiative „Healthy Printing“ der EPEA teilzunehmen (siehe aktuelles Managementprogramm auf Seite 13).

Auch die Einführung des Blauen Engels für Druckerzeugnisse RAL-UZ 195 hat uns geholfen. Das Umweltzeichen schreibt sehr hohe Standards für Druckereien und eingesetzte Materialien vor. Deshalb tragen in Zukunft alle unsere Werbemedien – Kataloge und Mailings – dieses Umweltzeichen. Der letzte memo Nachhaltigkeitsbericht 2015/16 wurde als erstes Druckerzeugnis überhaupt mit diesem wertvollen Label ausgezeichnet.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 44.

Versandlogistik

Der Warenversand an unsere Kunden erzeugt etwa 56 % der Treibhausgasemissionen unserer gesamten Klimabilanz.

Um die Umweltauswirkungen durch den Warenversand so gering wie möglich zu halten, sind wir in verschiedenen Handlungsfeldern aktiv: Auswahl der Paketdienstleister und Spediteure, Entwicklung und Förderung innovativer Zustellsysteme, wie z.B. Fahrradlogistik in Innenstädten, sowie Auswahl und Gestaltung von Versandsystemen und Verpackungsmaterialien.

So bieten wir unseren Kunden als einziges Versandhandelsunternehmen in Deutschland ein Mehrweg-Versandsystem – die „memo Box“ – an. Mit der „memo Box“ setzen wir im Branchenvergleich ökologische Maßstäbe. Aufgrund der konsequenten Vermeidung von Abfällen sowie der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung ist das Versandsystem seit dem Jahr 2014 mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Um die Umweltauswirkungen des Mehrweg-Versandsystems weiter zu minimieren, lassen wir die „memo Box“ seit dem Jahr 2016 aus Recycling-Polypropylen fertigen. Die aufwendige Suche nach einem geeigneten Recyclingmaterial, das höchste Anforderungen hinsichtlich Qualität und Ökologie erfüllt, hat uns insgesamt mehr als zwei Jahre beschäftigt.

Wie für alle anderen wichtigen Handlungsfelder der memo AG, ist der hohe Aufwand für die Recherche und Umsetzung ganzheitlich nachhaltiger Lösungen auch an dieser Stelle eine große Herausforderung für unser Unternehmen.

Lesen Sie mehr zu unserer Versandlogistik ab Seite 48.

Ressourcenmanagement

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

Investitionen in ressourcenschonende und energieeffiziente Anlagen und Technologien erfordern häufig einen höheren finanziellen Einsatz mit zum Teil überdurchschnittlich langen Amortisationszeiten. Ein Beispiel ist unser Elektrofahrzeug, dass wir 2011 für Kurzstrecken in der Region zu einem Preis von 34.000 Euro angeschafft haben. Diese Investition haben wir getätigt, um ein Zeichen für emissionsfreie Elektromobilität zu setzen – unabhängig von einer möglichen Amortisation des Anschaffungspreises durch niedrigere Betriebskosten. Lesen Sie dazu mehr ab Seite 52.

Personalmanagement

Bei einem mittelständischen Handelsunternehmen wie der memo AG, wird der Unternehmenserfolg im Wesentlichen durch die agierenden Menschen und nicht durch vollautomatisch arbeitende Maschinen definiert. Deshalb sind die Mitarbeiter der „Motor“ unseres Unternehmens. Unsere Firmenkultur ist geprägt von gegenseitigem Vertrauen, Respekt und der 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.

Einen großen Teil unserer Lebenszeit verbringen wir am Arbeitsplatz. Deshalb sorgen wir für ergonomische, gesundheitsverträgliche und individuell gestaltbare Arbeitsplätze für unsere Mitarbeiter.

Trotz dieser vielfältigen Maßnahmen zur Mitarbeiterorientierung stehen wir als mittelständisches Unternehmen an einem ländlichen Standort und mit begrenzten finanziellen Mitteln – gerade unter den Bedingungen der aktuellen Arbeitsmarktkonjunktur – auch immer wieder vor der Herausforderung, geeignetes Personal zu finden und Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden.

Lesen Sie mehr zu unserer Personalpolitik ab Seite 14.

Ökonomie

Aus unserer Sicht ist Nachhaltiges Wirtschaften die beste Voraussetzung für dauerhaften, stabilen Erfolg. Wir sind überzeugt ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell für unser Unternehmen gewählt zu haben.

Gerade als Unternehmen mit einer ganzheitlich nachhaltig angelegten Strategie erachten wir eine sorgfältige Planung und Abwägung von Investitionen als 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. Um unser Geschäftsmodell zu fördern, investieren wir umfassend in Nachhaltigkeitsprojekte, auch wenn diese nicht immer eine wirtschaftliche Rendite erzielen. Unsere Aufgabe sehen wir darin, nachhaltigen Produkten den Weg in den Massenmarkt zu ebnet und diese für alle Verbraucher zugänglich und erschwinglich zu machen.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 26.

Leitindikatoren der wesentlichen Unternehmensaktivitäten

<p>Produktsortiment</p>	<p>Herstellung und Versand der Produktkataloge</p>	<p>Warenversand</p>
<p>Wichtige Leitindikatoren:</p>	<p>Wichtige Leitindikatoren:</p>	<p>Wichtige Leitindikatoren:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Anteil Produkte mit Umweltzeichen/Labels im Sortiment Ziel: > 45 %, Ist: 55 % • Anteil Neuheiten im Sortiment Ziel: > 5 %, Ist: 24 % • Umsatzanteil memo Markenprodukte Ziel: > 25 %, Ist: 24,6 % 	<ul style="list-style-type: none"> • Art der verwendeten Materialien Ziel: Blauer Engel, Ist: Blauer Engel • Treibhausgasemissionen durch die Herstellung der Werbemedien Ziel: < 120 t, Ist: 84 t • Treibhausgasemissionen durch den Versand der Werbemedien Ziel: < 50 t, Ist: 24 t 	<ul style="list-style-type: none"> • Versandanteil im Mehrweg-Versandssystem „memo Box“ Ziel: > 20 %, Ist: 20,2 % • Anzahl versendete Pakete je Kundenauftrag Ziel: < 1,6, Ist: 1,62
<p>Personalmanagement</p>	<p>Ressourcenmanagement</p>	<p>Ökonomie</p>
<p>Wichtige Leitindikatoren:</p>	<p>Wichtige Leitindikatoren:</p>	<p>Wichtige Leitindikatoren:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiterzufriedenheit Ziel: > 70 %, Ist: 76,7 % • Angebot freiwilliger, betrieblicher Sozialleistungen Ziel > 80 %, Ist: 85,9 % 	<ul style="list-style-type: none"> • Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtenergiebedarf Ziel: > 95 %, Ist: 92,5 % • Treibhausgasemissionen durch Strombedarf je Mitarbeiter Ziel: < 20 kg, Ist: 16 kg • Treibhausgasemissionen durch Wärmeversorgung je m² Gebäudefläche Ziel: < 6 kg, Ist: 7 kg 	<ul style="list-style-type: none"> • Gewinn vor Zinsen und Steuern(EBIT) Ziel: > 1,2 %, Ist: 1,6 % • Eigenkapitalquote Ziel: > 45 %, Ist: 46,3 %

Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick...

Hier finden Sie den Status und die wichtigsten Ergebnisse der Maßnahmen, die wir Ihnen im letzten memo Nachhaltigkeitsbericht aus dem Jahr 2015 vorgestellt haben. Detaillierte Informationen zu den einzelnen Maßnahmen finden Sie im Verlauf dieses Berichtes.



Ziel	Maßnahme	Termin	Stand
Kundenorientierung			Erreicht
Steigerung der Servicequalität bei der Abwicklung des Zahlungsverkehrs mit unseren Kunden	<ul style="list-style-type: none"> • Versand von Rechnungen und Gutschriften per E-Mail 	2015	Seit 2016 versenden wir Rechnungen und Gutschriften an unsere Kunden in elektronischer Form. Details auf Seite 58.
Ressourcenverbrauch und Klimaschutz			Zurückgestellt
Reduzierung Kartonagenverbrauch beim Warenaustausch mit strategischen Partnerunternehmen	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung der „memo Box“ bei Partnerunternehmen mit regelmäßigem Warenaustausch 	2016	Im Rahmen der detaillierten Konzeptanalyse hat sich gezeigt, dass der Aufwand für Systemintegration und Programmierung in keinem Verhältnis zu den ökologischen Vorteilen steht. Details auf Seite 47.
Prozesssteuerung			in Arbeit
Weitere Optimierung der Ablauforganisation bei der memo AG	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung eines Dokumenten- und Wissensmanagementsystems 	2016	Kombination mit Einführung eines CRM-Systems. Umsetzung verzögert sich deshalb und ist für 2018 geplant. Details auf Seite 42.
Mitarbeiterorientierung			Erreicht
Gesundheitsförderung der Mitarbeiter im Versand	<ul style="list-style-type: none"> • Weitere Optimierung der Arbeitsplatzergonomie im Versand 	2016	Installation einer neuen LED-Beleuchtungsanlage und energieeffiziente Ventilatoren für heiße Sommertage in 2017. Details auf Seite 19.
Ressourcenverbrauch und Klimaschutz			Zurückgestellt
Reduzierung des Papierbedarfs in der internen Logistik um 40 %	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung eines digitalen Kommissioniersystems 	2017	Im Rahmen der detaillierten Konzepterstellung hat sich gezeigt, dass wir mit unserem aktuellen Auftragsvolumen die geplanten positiven Effekte eines digitalen Kommissioniersystems nicht vollständig erreichen können. Details auf Seite 47.

Die wichtigsten Projekte auf einen Blick...

Nach dem Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung haben wir uns auch für die Zukunft viel vorgenommen. Hier stellen wir Ihnen die wichtigsten Projekte, die wir uns im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagementsystems gesetzt haben, im Überblick vor.



Ziel	Maßnahme	Termin	Verantwortlich
Ressourcenverbrauch und Klimaschutz			
Weitere Reduzierung der Umweltauswirkungen bei der Herstellung unserer Mailings	<ul style="list-style-type: none"> • Druck aller Mailings mit dem Umweltzeichen Blauer Engel 	2017	Leitung Marketing
Ressourcenverbrauch und Klimaschutz			
Weitere Optimierung der Umweltauswirkungen durch die Herstellung unserer Kataloge	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme am Projekt „Healthy Printing“ von EPEA • Analyse der am Markt verfügbaren Drucktechnologien und Materialien 	2018	Nachhaltigkeitsmanagement
Versandlogistik			
Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Warenlieferungen „auf der letzten Meile“	<ul style="list-style-type: none"> • Ausweitung der Zustellung durch Fahrradlogistik • Marktanalyse innovativer Zustellsysteme 	2018	Leitung Logistik
Klimaschutz			
Unterstützung der Nutzung von Elektromobilität	<ul style="list-style-type: none"> • Installation einer Ladestation für Elektrofahrzeuge am Standort Greußenheim 	2018	Leitung Logistik
Sortimentsentwicklung			
Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Produktverpackungen	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Optimierungsmöglichkeiten von Produktverpackungen und Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen zusammen mit Lieferanten 	2018	Produktmanagement
Sortimentsentwicklung			
Auszeichnung von Produkten mit anerkannten Umweltzeichen	<ul style="list-style-type: none"> • Beantragung des Blauen Engels für Schreibgeräte für ausgewählte Produkte aus dem memo Markensortiment 	2018	Produktmanagement
Kundenorientierung			
Sicherstellung und Erhöhung der Kundenzufriedenheit. Intensivierung des Dialogs mit unseren Kunden	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung eines integrierten Customer-Relationship-Managementsystems (CRM-System) und Dokumentmanagementsystems (DMS) 	2018	Leitung Vertrieb und Qualitätsmanagement

Menschen bei memo



Vorstand



Produktmanagement



Datenschutz und -sicherheit



Aufsichtsrat



Arbeitssicherheit



IT



Lagerlogistik

Der Motor des Unternehmens

Motivierte und engagierte Mitarbeiter, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Sie setzen das Thema Nachhaltigkeit tagtäglich in die Praxis um.



Print-Marketing, E-Commerce und Unternehmenskommunikation



Buchhaltung und Personalwesen



Artikeldatenmanagement



Vertrieb Bürobedarf, Werbeartikel, Key-Account, Einrichtung



Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement



Service



Einkaufsmanagement

Unsere Mitarbeiter und ihr Arbeitsplatz

Die memo AG zeichnet sich durch klar definierte Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten, aber auch durch hohe Eigenverantwortung, Selbständigkeit und kreative Freiräume für jeden Mitarbeiter aus. Besonders wichtig ist dabei eine flache Organisationsstruktur, die Teamarbeit abteilungsintern und -übergreifend fördert. Durch die intensive Zusammenarbeit aller Mitarbeiter wird eine andauernde Verbesserung aller Unternehmensaktivitäten erreicht. Der Aufsichtsrat der memo AG hat die Aufgabe, den memo Vorstand zu beraten, zu überwachen und zu kontrollieren.

Im Jahr 2016 waren insgesamt 127 Mitarbeiter bei der memo AG beschäftigt. Das moderate, aber kontinuierliche Wachstum des Unternehmens bedingt auch eine steigende Anzahl der Mitarbeiter – seit 2008 um gut 20 %. Circa 64 % unserer Mitarbeiter arbeiteten 2016 in Vollzeit. Trotz der geringeren Anzahl an Arbeitsstunden verantworten die aktuell 39 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 Work-Life-Balance ermöglichen. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 21.

Die Gleichberechtigung von Frau und Mann ist bei memo eine täglich gelebte Selbstverständlichkeit. Der Frauenanteil ist im Laufe der Jahre kontinuierlich gestiegen und liegt nun seit einigen Jahren bei rund 60 %. Die Frauenquote innerhalb der mittleren Führungsebene (Teamleiter) liegt bei der memo AG bei 41,6 %. 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 4,72 %. Trotz des geringen Anteils sind unsere ausländischen Kollegen eine kulturelle Bereicherung unseres täglichen Arbeitsalltags.

Ebenso selbstverständlich ist es für uns, Niemanden aufgrund seiner Religion, seiner Weltanschauung, seines Alters, seiner sexuellen Orientierung oder aufgrund einer Behinderung zu diskriminieren.

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 bei memo im Durchschnitt 3,40 %. 2016 haben 3,15 % der Mitarbeiter das Unternehmen verlassen.

Personalstruktur der memo AG 2016

Frauen



Männer



inländische Mitarbeiter



ausländische Mitarbeiter



seit mehr als 10 Jahren dabei



Vollzeit



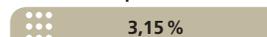
Teilzeit



Schwerbehinderte



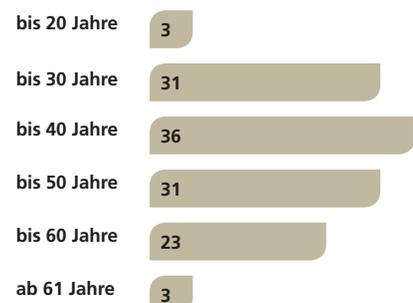
Fluktuationsquote



127

Mitarbeiter im Jahr 2016

Altersstruktur der memo AG 2016



Über 39% unserer Mitarbeiter sind bereits seit mehr als zehn Jahren bei memo beschäftigt. 18 Mitarbeiter sind seit mindestens 20 Jahren bei uns. Diese Zahlen belegen eine 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 Leistungskriterien 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.

1995 verlegten wir unseren Firmenstandort vom Würzburger Stadtzentrum in das Gewerbegebiet der kleinen Gemeinde Greußenheim. Die Errichtung des Firmengebäudes und die Gestaltung der Außenanlage erfolgte nach gesundheits- und umweltverträglichen Kriterien (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 54).

Beim Blick aus dem Fenster sehen wir eine idyllische Landschaft mit Feldern, Wiesen und Wäldern. Zum „natürlichen“

Wohlbefinden bei memo trägt der Naturgarten rund um das Firmengebäude bei, der mit einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt ist. 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.

Großzügige Fensterflächen in den Büroräumen und zusätzliche Oberlichter im Lagerbereich schaffen im ganzen Haus eine angenehme Tageslichtatmosphäre, die wir in der dunklen Jahreszeit mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum- und einer lichtabhängigen LED-Beleuchtung erzielen. 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.



Arbeitsplatzgestaltung in der Verwaltung

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 81 Arbeitsplätze in der Verwaltung sind 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 tastysympathische, blendfreie Oberflächen und sorgen aufgrund ihrer Offenporigkeit für ein angenehmes Raumklima. Bei memo eingesetzte Bürostühle unterstützen eine dynamische Sitzhaltung und haben atmungsaktive, austauschbare Bezüge.

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 Blauen Engel. Zudem verwenden wir bei memo ausschließlich ergonomische und energieeffiziente TFT-Bildschirme. Da die Mehrzahl unserer Mitarbeiter gleichzeitig mit mehreren Softwareprogrammen arbeitet, ist der überwiegende Teil der Arbeitsplätze bei memo mit zwei TFT-Bildschirmen ausgestattet.

Die Mitarbeiter in der Verwaltung verbringen einen bedeutenden Teil ihrer Lebenszeit am Bildschirmarbeitsplatz. Unser Anspruch ist es, jedem Mitarbeiter einen für seine Tätigkeit und seine individuellen Bedürfnisse optimal gestalteten, ergonomischen Arbeitsplatz zu bieten. Auch die innovativsten

und hochwertigsten Materialien können nur wenig beitragen, wenn die einzelnen Komponenten am Arbeitsplatz nicht korrekt aufeinander abgestimmt sind. Mensch, Schreibtisch und Bürostuhl sollten bei der Gestaltung eines Bildschirmarbeitsplatzes ganzheitlich betrachtet werden, damit Haltungsschäden, Verspannungen und Rückenschäden vorgebeugt wird und gleichzeitig ein angenehmes persönliches Ambiente entsteht. Unsere Einrichtungsexperten stehen deshalb allen Mitarbeitern bei der Einrichtung und Gestaltung ihres Arbeitsplatzes beratend und unterstützend zur Verfügung. Jeder neue Mitarbeiter erhält eine Einweisung zum richtigen und gesunden Sitzen.

Unserer Philosophie des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses folgend werden die Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter fortwährend optimiert. Die memo Einrichtungsspezialisten analysieren deshalb zusätzlich regelmäßig alle Arbeitsplätze hinsichtlich ergonomischer Gegebenheiten.

Aufgrund der stetig steigenden Anzahl der Mitarbeiter in den letzten Jahren kommt es bei memo trotz großzügiger Flächenplanung immer wieder zu räumlichen Engpässen. Wo notwendig und sinnvoll werden deshalb die Büroeinteilungen verändert und hinsichtlich der bestehenden Lichtverhältnisse optimiert sowie ältere Möbel gegen neue, moderne Einrichtung ausgetauscht. Alle relevanten Arbeitsplätze wurden sukzessive mit Sitz-/Steh-Tischkombinationen ausgestattet und an die aktuellen Arbeitsanforderungen angepasst.

Unsere Mitarbeiter bestätigen uns durch schriftliche Umfragen und mündliches Feedback regelmäßig den Erfolg unserer Maßnahmen zur Arbeitsplatzgestaltung. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 24.



Arbeitsbedingungen in der Lagerlogistik

2010 haben wir die Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter in der Wareneingangs- und Versandlogistik wesentlich optimiert. Details dazu finden Sie im memo Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 auf Seite 33. Insgesamt gibt es in der Logistik aktuell 31 Arbeitsplätze, 12 davon sind an Packtischen. 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.

Im Wareneingangsbereich reduziert ein großer Lamellenvorhang einerseits die Zugluft und verbessert andererseits die Wärmedämmung in diesem Gebäudeteil.

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. Trotzdem legt ein Kommissionierer bei memo am Tag zwischen sechs und acht Kilometer zurück. Um eine gute Lenkbarkeit der Kommissionierwagen zu gewährleisten, ist sowohl für das Gesamtgewicht als auch für das Gewicht der oberen Wagenebenen ein maximaler Grenzwert definiert. Zusätzlich sind die Wagen mit einem fünften Rad ausgestattet.

Alle Packtische sind mit kontrastreichen TFT-Touchscreens und Scannern ausgestattet. 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 – insgesamt über 1.500 kg pro Packer und Tag – auf das Band zu vereinfachen.

In der Verladezone werden die Pakete über einen höhen- und längsverstellbaren Teleskopförderer exakt bis zum Verladeort in den Container transportiert. Bei täglich zwischen ca. 15 und 25 Tonnen Warengewicht, die als Pakete oder in der „memo Box“ an unsere Kunden verschickt werden, bedeutet dies eine erhebliche ergonomische Erleichterung.

Obwohl die aktuellen Arbeitsbedingungen in der Lagerlogistik bereits weitestmöglich optimiert sind, ergeben sich immer wieder Verbesserungsmöglichkeiten – nicht zuletzt durch wertvolle Hinweise der Mitarbeiter selbst. Im August 2017 werden wir in der Logistik eine neue LED-Beleuchtungsanlage installieren. Geplant wurde die Anlage von

einem auf Beleuchtungskonzepte spezialisierten Unternehmen aus der Region. Ziel war es, gleichzeitig energetische als auch ergonomische Vorteile zu erreichen. Auf Basis umfassender Messungen wurden die Lichtquellen den aktuellen Anforderungen der Lagerorganisation angepasst und dabei so verteilt, dass es an jedem Ort im Lager jederzeit ausreichend hell für die Tätigkeiten der Lagermitarbeiter ist. Die Lichtfarbe der Leuchtmittel ist so gewählt, dass alle Mitarbeiter diese als angenehm empfinden. Selbstverständlich hat die neue Beleuchtungsanlage auch einen ökologischen Mehrwert: Sie misst das vorhandene Tageslicht und steuert bedarfsgerecht nur die Menge an Kunstlicht zu, die tatsächlich für eine optimale Lichtqualität benötigt wird. Sobald ein Lagerbereich nicht genutzt wird, reduziert sich die Leistung automatisch auf ein Minimum von 10 %, solange bis der Lagerbereich erneut betreten wird. Durch die Umstellung auf energieeffiziente LED-Leuchtmittel und die intelligente Systemsteuerung im Lager planen wir mit einer jährlichen Stromeinsparung zwischen 15 % bis 20 % unseres gesamten Strombedarfs.

Darüber hinaus wurden in diesem Jahr auch energieeffiziente Ventilatoren unter den Oberlichtern der Lagerhalle installiert. Sie transportieren die nach oben steigende warme Luft nach draußen. Das bedeutet vor allem in den heißen Sommermonaten eine Erleichterung bei der körperlichen Tätigkeit der Logistik-Mitarbeiter.

Lesen Sie mehr zur unserer Lagerlogistik auf Seite 46/47.

Arbeitssicherheit

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

Als reiner Handelsbetrieb verfügen wir weder über Maschinen noch über Anlagen mit großem Gefahrenpotenzial und setzen nur sehr geringe Mengen an Gefahrstoffen ein. Der Staplerverkehr in der Logistik ist auf ein Minimum reduziert. Dennoch analysieren wir mögliche Notfallsituationen systematisch, um möglichen Arbeitsunfällen vorzubeugen. In den letzten sechs Jahren ereigneten sich bei der memo AG zwei bis drei meldepflichtige Arbeitsunfälle pro Jahr – einerseits bei Tätigkeiten während der Arbeitszeit, andererseits auf dem Weg zur Arbeit. 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



Betriebliches Gesundheitsmanagement

Wir fördern die Gesundheit unserer Mitarbeiter systematisch. Neben der ständigen Optimierung der gesamten Arbeitsumgebung und Arbeitsplatzqualität ermittelt eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe bei memo laufend Möglichkeiten zur Förderung der Gesundheit und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Dabei arbeiten wir eng mit Krankenkassen, unserem Betriebsarzt und Experten zusammen. Aus den Ergebnissen dieser Analyse definieren wir jedes Jahr geeignete Förderungsmaßnahmen.

Fester Bestandteil sind dabei seit Jahren kostenloses Obst und Gemüse aus regionalem, saisonalem und biologischem Anbau für alle Mitarbeiter.

Unsere Cafeteria und unser Entspannungs- und Freizeitraum sind die idealen Orte für kleine Pausen, eine Partie Tischtennis oder eine Runde am Tischkicker. Und selbstverständlich ist das gesamte Firmengebäude rauchfrei.

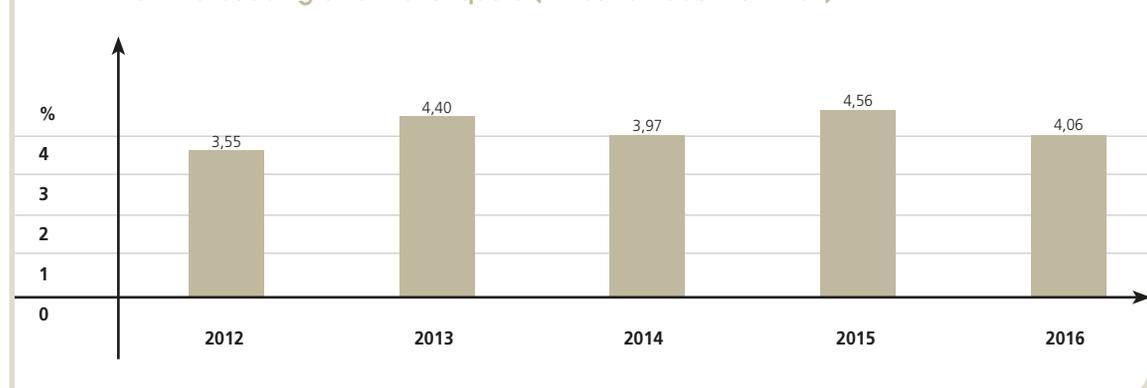
Seit 2011 veranstalten wir in Zusammenarbeit mit einer gesetzlichen Krankenkasse jährlich einen Gesundheitstag: Alle Mitarbeiter können während ihrer Arbeitszeit einen umfassenden Gesundheitscheck vornehmen lassen und sich zu

verschiedenen Themen informieren. Besonders gut kommen die frisch gepressten Fruchtsäfte an, die an diesem Tag angeboten werden. Beim Gesundheitstag im Juni 2017 standen Möglichkeiten und Methoden, die eine Balance von Körper und Geist – wie beispielsweise Autogenes Training oder Business Yoga – herstellen, im Mittelpunkt.

Gut angenommen wird auch das wechselnde Angebot an Sport- und Gesundheitskursen. Zudem nimmt die memo AG seit 2011 mit einer Laufgruppe an verschiedenen Firmenläufen im Landkreis Würzburg teil. Die gemischte memo Fußballmannschaft trainiert regelmäßig für die Teilnahme an Turnieren, die Partner von uns veranstalten. Anlässlich unserer Feier zum 25-jährigen Bestehen im Jahr 2016 haben wir selbst ein Fußballturnier mit Lieferanten und Freunden der memo AG veranstaltet.

Dass wir mit unserem Betrieblichen Gesundheitsmanagement und den Maßnahmen für eine gesunde Arbeitsplatzgestaltung auf dem richtigen Weg sind, zeigt sich vor allem durch die krankheitsbedingte Fehlzeitenquote, die 2016 bei 4,06 % und damit leicht unter dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre von 4,11 % lag.

Krankheitsbedingte Fehlzeitenquote (inklusive Dauerkrankheit)



Vereinbarkeit von Beruf und Familie



Arbeitszeitgestaltung

Von Beginn an pflegen wir eine offene und transparente Unternehmenskultur, die auf Vertrauen und Eigenverantwortlichkeit basiert. Infolgedessen 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 bei uns 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 den persönlichen Kontakt zu den Kollegen zu verlieren. Seit Inkrafttreten des Bundeselterngeldgesetzes am 01.01.2007 haben alle männlichen memo Mitarbeiter, die seitdem Vater geworden sind, die Möglichkeit der Elternzeit genutzt. Im Anschluss daran wird gemeinsam mit jedem zurückkehrenden Mitarbeiter eine individuelle Arbeitszeitleistung erarbeitet.

Immer mehr Arbeitnehmer legen bei ihrer Arbeitssuche 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.

Ferienbetreuung

Seit dem Jahr 2007 bieten wir unseren Mitarbeitern während der Ferienzeiten eine kostenfreie Kinderbetreuung in unserem Haus an. Das Angebot wird seitdem gerne angenommen: In den letzten fünf Jahren wurden im Durchschnitt 19 Kinder in den Ferien betreut, 2016 waren es insgesamt 20 Kinder. In dieser Zeit steht unser Entspannungs- und Freizeitraum ausschließlich den Kindern zur Verfügung.

Der Nachwuchs genießt die gemeinsamen Aktivitäten in vollen Zügen. Auf der großen Außenfläche rund um das memo Gebäude können die Kinder Fußball und Verstecken spielen oder im Winter Schneemänner bauen. Wer noch mehr Bewegung möchte, tobt sich auf dem großen Trampolin aus. An heißen Tagen sorgt ein kleines Schwimmbassin für Abkühlung. Ist es draußen unangenehm kalt oder regnerisch, werden Muffins oder andere süße Köstlichkeiten gebacken.

Absicherung der Berufsunfähigkeit

Über den Abschluss eines Gruppenvertrages ermöglichen wir unseren Mitarbeitern seit 2012 eine bezahlbare Berufsunfähigkeitsversicherung. Durch die günstigen Sonderkonditionen des Vertrages und die Ausnutzung der staatlichen Förderung kann jeder Mitarbeiter bei geringem Eigenaufwand in eine persönliche Vorsorge investieren. Alle Mitarbeiter werden ausnahmslos ohne Gesundheitsprüfung und Wartezeiten aufgenommen. Tritt keine Berufsunfähigkeit ein, erhalten die versicherten Mitarbeiter eine Kapitalleistung aus den Überschüssen.

Arbeitgeberbroschüre

Unsere 12-seitige Broschüre „memo – der Arbeitgeber fürs Leben“ liefert einen Überblick über alle beruflichen, sozialen und finanziellen Leistungen und Maßnahmen der memo AG für ihre Mitarbeiter.



Ausbildung bei der memo AG

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 sechs kaufmännischen und zwei gewerblichen Ausbildungsberufen wählen: Kaufmann/-frau für Büromanagement, für Marketingkommunikation und im Groß- und Außenhandel, Informatikkaufmann/-frau, Fachkraft für Lagerlogistik, Fachlagerist und Mediengestalter/-in für Digital und Print sowie Fachinformatiker. Außerdem bieten wir ein Duales Studium an, bei dem sich theoretische Teile der Ausbildung an der Hochschule mit dem praktischen Lernen im Unternehmen abwechseln. Neben der Vermittlung fachlicher Qualifikationen unterstützen wir den eigenverantwortlichen Umgang mit ökologischen und sozialen Problemstellungen.

Das 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 der 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 Berufs- und Hochschulen sowie zu den Fachbereichen.

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

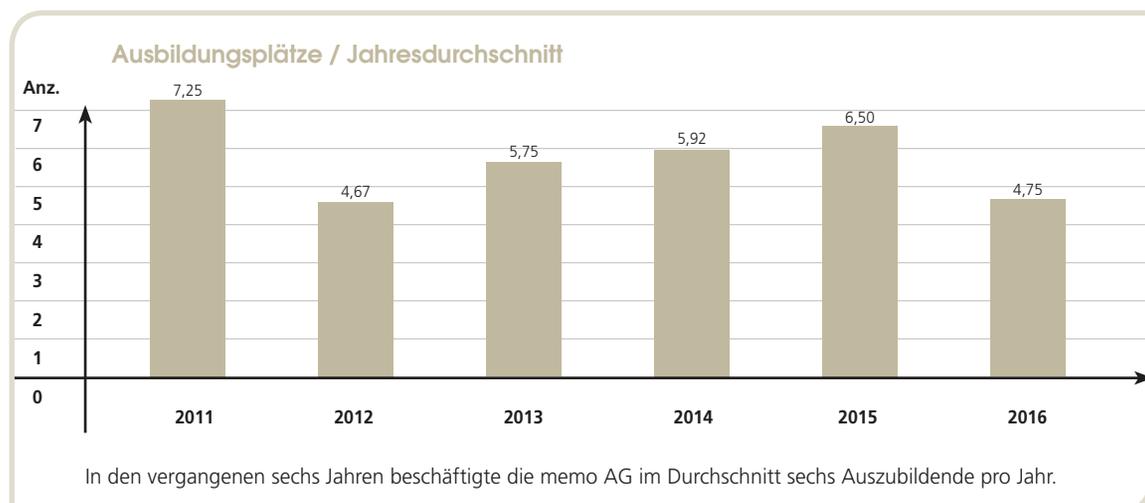
Ausbildung zum „EnergieScout“

Im Rahmen der Mittelstandsinitiative „Energiewende und Klimaschutz“, einem Gemeinschaftsprojekt von DIHK, Zentralverband des Deutschen Handwerks, Bundeswirtschaftsministerium und Bundesumweltministerium, qualifiziert die IHK-Organisation Auszubildende zum „EnergieScout“. Die Jugendlichen tragen anschließend in ihren Ausbildungsbetrieben dazu bei, Energieeinsparpotenziale zu erkennen, zu dokumentieren und Verbesserungen anzugehen.

Für diese Qualifizierung haben wir 2016 vier Auszubildende bei der IHK Würzburg-Schweinfurt angemeldet. In vier Workshopmodulen wurden sie für das grundlegende Verständnis für Energie von der Erzeugung bis zum Verbrauch und für Energieeffizienz sensibilisiert. Die nachfolgenden Module behandelten Kommunikation, Projektarbeit sowie den Umgang mit Messgeräten. Im Anschluss an die Workshopmodule wurden die „EnergieScouts“ bei der memo AG aktiv. U.a. machten sie alle Mitarbeiter über große Plakate auf die Möglichkeiten, Energie am Arbeitsplatz zu sparen, aufmerksam. Abschließend präsentierten unsere Azubis ihre Ergebnisse in der IHK-Geschäftsstelle in Schweinfurt.



Abschlusspräsentation der memo „EnergieScouts“ in der IHK-Geschäftsstelle Schweinfurt (v.l.n.re.):
Oliver Freitag (IHK-Bereichsleiter Innovation und Umwelt),
Corinna Röber (Ausbildungsbeauftragte der memo AG),
Sophia Lick und Julia Hösselbarth (memo Auszubildende)
und Jacqueline Escher (IHK-Referentin Energie und Umwelt).



Personalentwicklung

Motivierte, zufriedene und damit auch leistungsfähige 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 zu werden, unterstützen wir sie durch das Angebot systematischer Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Darüber hinaus wollen wir auch bei ihnen eine nachhaltige Lebensweise im Alltag fördern. Und letztlich ist ein gutes Angebot an Fort- und Weiterbildung auch eine geeignete Maßnahme, um Fachkräfte zu gewinnen.

Maßgeschneiderte Schulungen

Die Personalentwicklung bei memo ist systematisch auf die Fähigkeiten und Kenntnisse der Mitarbeiter sowie auf die Anforderungen des Marktes ausgerichtet. Einige Schulungsmaßnahmen finden regelmäßig und fortlaufend statt. Die meisten Maßnahmen ergeben sich jedoch aus den regelmäßigen Personalgesprächen zwischen Führungskraft und Mitarbeiter sowie deren konkreten Wünschen. Um Weiterbildungen möglichst effizient zu gestalten, finden sie in der Regel direkt bei uns vor Ort statt.

In den letzten beiden Jahren wurden insgesamt 30 externe Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen durchgeführt. 65 % 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 zugrunde.

Betriebliche Fortbildung „on the job“

Dauerhafte betriebliche Fortbildung hat nicht nur persönliche und berufliche Vorteile für den Mitarbeiter, sondern bringt dem Unternehmen durch qualifizierte Mitarbeiter auch einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Zum Beispiel hat unsere Mitarbeiterin Angela Keller im Jahr 2014 ihre Ausbildung bei der memo AG als Kauffrau im Groß- und Außenhandel, die sie hauptsächlich in der Buchhaltung absolviert hat, als eine der Besten in Unterfranken abgeschlossen. Seit 2015 macht sie eine zweijährige Weiterbildung zur Geprüften Bilanzbuchhalterin (IHK).

„Während meiner Ausbildung bei memo hatte ich die Möglichkeit, Einblick in die verschiedenen Abteilungen der Firma zu erhalten. Am besten hat es mir dann in der Buchhaltung gefallen, wo die strukturierte Arbeitsweise und die abwechslungsreichen Aufgaben meine Begeisterung geweckt haben. Als ich mich dann dort gut eingearbeitet hatte, wollte ich mein Buchhaltungswissen auf jeden Fall noch weiter vertiefen.“



geschlossen, eine Weiterbildung zur geprüften Bilanzbuchhalterin bei der IHK Würzburg-Schweinfurt zu absolvieren.“

Angela Keller

Produktschulungen

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

Zu Beginn jedes Jahres bieten unsere Produktmanager 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. Bei Bedarf finden zusätzliche Intensivschulungen zu bestimmten Produkten oder Produktbereichen, wie z.B. Technik, statt, um Inhalte weiter zu vertiefen. Unterstützend nutzen wir Angebote unserer Lieferanten, um uns von ihnen zu ihren Produkten schulen und auf den neuesten Stand bringen zu lassen. Anfang 2017 besuchte unser gesamtes Einrichtungs-Team unseren Lieferanten für Naturbettwaren Prolana in Waldburg-Hannover, um sich über deren Philosophie und Produkte zu informieren und sich die Produktion vor Ort anzusehen.

Themenschulungen

Neben Produktschulungen bieten wir auch immer wieder Informationsveranstaltungen zu aktuellen Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit an. Häufig handelt es sich dabei um Themen, die gerade auch in der Öffentlichkeit kontrovers diskutiert werden. So präsentierte uns Rebecca Bäurle, die Nachhaltiges Produktmanagement studiert und 2016 im memo Nachhaltigkeitsmanagement ein halbjähriges Praktikum absolvierte, Fakten und Informationen zum Thema Palmöl. Neben einem Überblick zur Kritik an Palmöl lag der Schwerpunkt der Schulung auf den Anwendungsbereichen und den Zertifizierungen.

Circa alle zwei Jahre organisieren wir für unsere Mitarbeiter ein Eco-Fahrtraining, das in Theorie und Praxis zeigt, wie täglich beim Fahren Sprit gespart werden kann. Beim letzten Training im November 2016, an dem 18 memo Mitarbeiter teilgenommen haben, ging es zusätzlich um sicherheitsrelevante Themen beim Autofahren.

Die Ergebnisse zeigen, dass jeder Teilnehmer im Durchschnitt knapp 20 % Kraftstoff einsparen kann, ohne wesentlich langsamer unterwegs zu sein. Weniger Kraftstoffverbrauch bedeutet auch, dass weniger CO₂-Emissionen entstehen und dadurch Umwelt und Klima geschont werden.



Mitarbeiterzufriedenheit

Wir sehen unsere Mitarbeiter als gleichwertige Partner. Sämtliche kurz- und langfristigen Planungen und Ziele des Unternehmens sowie Maßnahmen und Kennzahlen der Geschäftsentwicklung werden im Rahmen regelmäßiger Personalversammlungen kommuniziert. Hier besteht außerdem 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 durch strukturierte, anonyme Befragungen. Teilnehmen können alle fest angestellten Mitarbeiter. Die Rücklaufquote der letzten Befragungen lag jeweils über 50 % (2012: 57 % / 2014: 67 % / 2016: 67 %).

Ständige Verbesserung der Umfragestruktur

Die Umfrage ist in acht Hauptkategorien gegliedert und besteht aus 43 Einzelaspekten.

Die Zufriedenheit der Mitarbeiter mit einzelnen Aspekten wird auf einer 4-stufigen Skala von „absolut“ bis „gar nicht zufrieden“ abgefragt und in Prozentwerte umgerechnet.

Die Geschäftsführung der memo AG hat die Mitarbeiterzufriedenheit als wesentlichen Leistungsindikator definiert. Zielwert ist eine durchschnittliche Zufriedenheit von > 70 %. Im Jahr 2016 lag der Durchschnittswert bei 76,70 % und konnte gegenüber 2014 (75,19 %) leicht gesteigert werden.

Wichtige Ergebnisse im Vergleich

Zur Beurteilung der Entwicklung des Unternehmens und der Maßnahmen aus Ergebnissen früherer Befragungen dienen

Vergleichsanalysen der untersuchten Hauptkategorien.

Die Grafik unten links zeigt, dass sich nahezu alle Bereiche positiv entwickelt haben und zum Teil bedeutend besser bewertet wurden als noch vor vier Jahren.

Auch wenn die „Arbeitsplatzbedingungen“ geringfügig schlechter beurteilt wurden, werden unsere Maßnahmen für einen gesunden und lebenswerten Arbeitsplatz überdurchschnittlich gut beurteilt. Dies betrifft sowohl den Bereich „Gesundheit – Leben und Arbeiten“ (85,89 %), die Zufriedenheit mit dem „Unternehmen allgemein“ (81,41 %), als auch die „Arbeitsplatzbedingungen“ (80,80 %) selbst. Eine gute Beurteilung (78,12 %) erhalten auch die Führungskräfte der memo AG. Gegenüber der Umfrage 2012 ist die Zufriedenheit um 16 % gestiegen.

Bewertung wichtiger Einzelaspekte

Sehr erfreulich ist, dass die Mitarbeiter die Unternehmensphilosophie der memo AG kennen und diese gut finden und unterstützen (89 %). Eine deutlich positive Entwicklung beschreibt die „Mitgestaltung von Arbeitsprozessen“ durch die Mitarbeiter. Gegenüber der letzten Befragung ist die Zufriedenheit um 10 % gestiegen, seit 2012 sogar um 25 %.

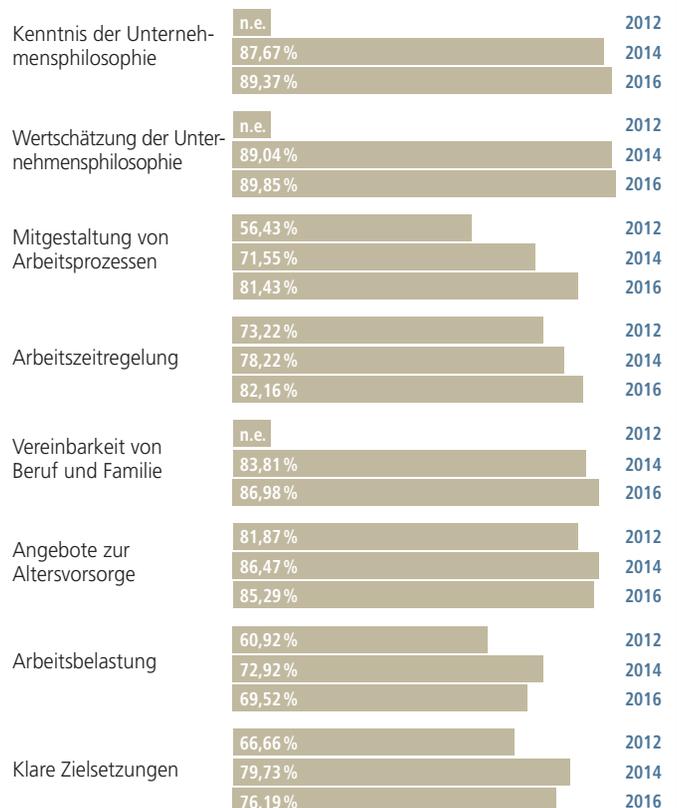
Gut beurteilt werden auch die flexible „Arbeitszeitregelung“ (82,16 %), die „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ (86,98 %), sowie die „Angebote zur Altersvorsorge“ (85,29 %).

Handlungsbedarf ergab die Beurteilung vor allem in den Bereichen „Arbeitsbelastung“ und „Klare Formulierungen der Zielsetzungen“. Nachdem beide Aspekte im Jahr 2014 gegenüber der Umfrage 2012 noch deutlich besser beurteilt wurden (+12 %, bzw. +18 %), sind diese nun wieder um etwa 4 % gefallen. Die Geschäftsleitung der memo AG wird nun geeignete Verbesserungsmaßnahmen erarbeiten.

Bewertung der Hauptkategorien 2012 – 2016



Bewertung wichtiger Einzelaspekte



Entgelt und Zusatzleistungen

Jeder einzelne Mitarbeiter 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 auch darauf keinen Einfluss.

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 dreifache 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 erfolgsabhängige, leistungsabhängige 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 zuletzt eine arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge. Zudem besitzen alle Mitarbeiter flexible Arbeitszeitkonten, wodurch Überstunden oder Resturlaub nicht verfallen.

Zielvereinbarungen

Im Rahmen der Jahresgespräche zwischen Teamleitung und Mitarbeitern werden die persönlichen und Teamziele definiert und deren Erreichung 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 dazu mehr ab Seite 10.

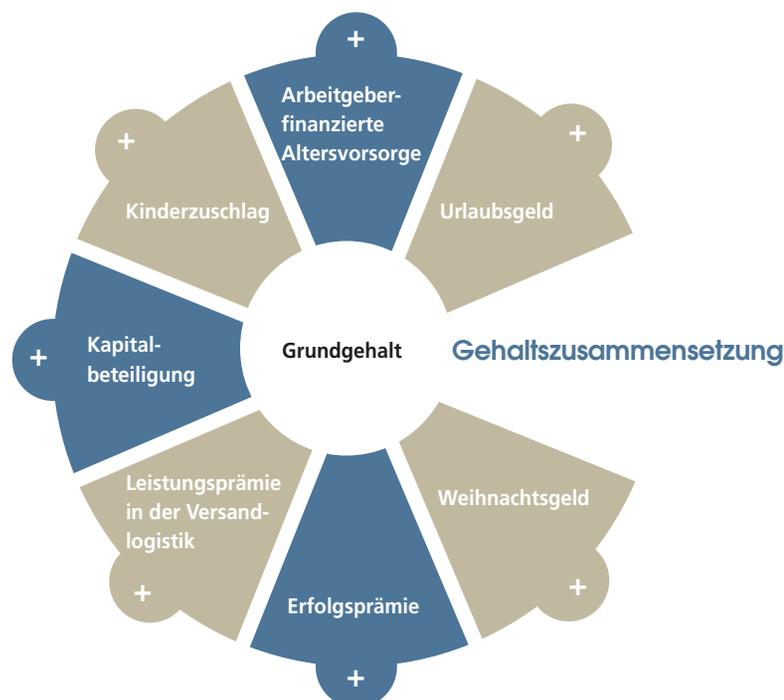
Bei der memo AG hat die Zielerreichung keinen Einfluss auf die Vergütung. In Absprache mit allen Mitarbeitern wurde das Zielvereinbarungssystem ab dem Jahr 2013 von monetären Aspekten entkoppelt. Bisher bezahlte Prämien wurden in den Monatslohn eingearbeitet, so dass die Mitarbeiter keine finanziellen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



Gesamtumsatz

20.64

Kunden

76.000

Bestellungen im Monat

10.800

Das richtige Maß zählt

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir wirtschaftliches Wachstum – allerdings nicht um jeden Preis. Wir setzen auf langfristigen Erfolg durch eine nachhaltige Wirtschaftsweise statt auf kurzfristige Gewinnmaximierung.

47.000

Produkte

20.000

Eigenkapitalquote

46%

Nachhaltig wirtschaften

Die memo AG ist ein Handelsunternehmen mit Sitz in 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.

Seit ihrer Gründung schreibt die memo AG kontinuierlich schwarze Zahlen: der beste Beweis, dass eine konsequent nachhaltige Wirtschaftsweise hohe Stabilität, ökonomische Vorteile und damit langfristigen Erfolg mit sich bringt. Wir sind überzeugt, mit unserem Angebot geprüfter, nachhaltiger Produkte ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell gewählt zu haben. Wir möchten möglichst viele Unternehmen und Menschen von den Vorteilen nachhaltiger Alltagsprodukte überzeugen und als Kunden gewinnen. Damit fördern wir nachhaltigen Konsum in der Gesellschaft.

Unseren Kunden bieten wir etwa 20.000 sorgfältig geprüfte, umwelt- und sozialverträgliche sowie qualitativ hochwertige Produkte zu fairen Preisen aus den Bereichen Büro-, Haushalts- und Schulbedarf, Möbel und Werbeartikel.

Wir vertreiben diese Produkte online und über Katalog direkt an gewerbliche und private Endverbraucher sowie an Einzel- und Großhändler in Deutschland und im europäischen Ausland.

Im Jahr 2016 konnten wir erstmals einen Umsatz von über 20 Mio. Euro verzeichnen. Nachdem die Umsatzentwicklung in den letzten Jahren stagnierte, erzielten wir im letzten Jahr ein Wachstum von mehr als 7 %. Wesentlich begründet ist die wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2016 durch unseren Erfolg im Geschäft mit Key-Account-Kunden und dem Handel. In beiden Vertriebsbereichen konnten wir deutliche zweistellige Wachstumsraten erzielen. Sehr erfolgreich gestaltete sich auch der Verkauf von individualisierten Werbeartikeln mit einem Wachstum von 12,5 %.

Positiv entwickelte sich auch das Geschäft mit Privatkunden. Hier erreichten wir eine Umsatzsteigerung von knapp 10 %. Im Jahr 2015 ist unser Onlineshop memolife.de an den Start gegangen. Mit dieser Plattform wenden wir uns seitdem mit entsprechenden Sortimenten gezielt an private Endverbraucher, die bisher zusammen mit unseren Gewerbekunden über einen Onlineshop – www.memo.de – eingekauft haben.

Unser Betriebsergebnis fällt mit T€ 321 positiv aus. Gegenüber dem Vorjahreswert stellt dies eine Steigerung von T€ 75 dar. Eine gute Ertragslage ist für die memo AG bedeutend, um die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens auch in Zukunft sicherzustellen. Gerade Nachhaltigkeitsprojekte erfordern meist höhere finanzielle Investitionen, die sorgfältig geplant werden müssen. Ökonomische Unabhängigkeit verleiht uns auch die vergleichsweise hohe Eigenkapitalquote von 46 %.

Durch systematische Sortiments- und Zielgruppenanalysen ermitteln wir fortlaufend die jeweiligen Bedürfnisse unserer Kunden. Auf Basis dieser Analysen investieren wir gezielt in die langfristige Weiterentwicklung unseres Produktsortiments, unserer Serviceleistungen und der personellen Ressourcen.



Die memo AG in Zahlen

	2012	2013	2014	2015	2016
Umsatz gesamt	19.263	19.925	19.050	19.276	20.647
davon in Deutschland	17.677	18.431	17.264	17.458	18.716
davon im Ausland	1.586	1.494	1.786	1.818	1.931
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	337	585	354	246	321
Steuern vom Einkommen und Ertrag	18	119	49	36	61
Jahresüberschuss	49	329	140	108	170
Eigenkapital	2.686	3.012	3.150	3.255	3.422
Bilanzsumme	8.205	8.274	7.644	7.406	7.392
Umsätze nach Produktgruppen					
Büro-, Haushalts- und Schulbedarf	12.367	12.864	12.250	13.144	14.037
Möbel	3.076	2.994	2.530	2.612	2.650
Werbeartikel	3.820	4.067	4.270	3.520	3.960
Umsätze nach Kundengruppen					
Gewerbliche Endverbraucher	14.087	14.688	14.091	13.902	14.546
Wiederverkäufer	1.860	1.851	2.148	2.221	2.649
Privatkunden	3.316	3.386	2.811	3.153	3.452

Alle Angaben in Tausend €.

Kundenstruktur und Bestellverhalten

Die memo AG vertreibt ihre Produkte online und über Katalog direkt an gewerbliche und private Endverbraucher sowie an Einzel- und Großhändler in Deutschland und im europäischen Ausland. In den Jahren 2015 und 2016 haben ca. 76.000 Kunden bei uns eingekauft – knapp die Hälfte davon sind Privatkunden.

Gewerbliche Endverbraucher besitzen mit rund 70 % den größten Anteil am Gesamtumsatz der memo AG. Sie sind auch zukünftig unsere Kernzielgruppe. Nach mittlerweile 26 Jahren Erfahrung im B2B-Versandhandel haben wir unser Sortiment und unsere Dienstleistungen optimal auf die Bedürfnisse dieser Kundengruppe abgestimmt.

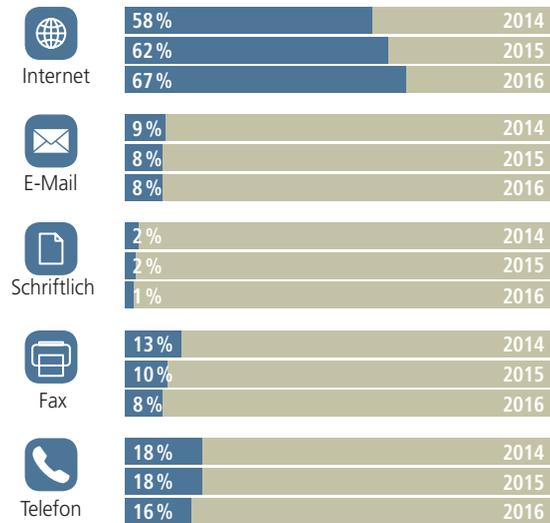
Die Zusammenarbeit mit nachhaltig orientierten und qualifizierten Handelsunternehmen hilft uns bei unserer Vision, eine möglichst hohe Marktdurchdringung für nachhaltige Non-Food-Produkte zu erreichen. Aktuell tätigen wir 13 % unseres Umsatzes mit Groß- und Einzelhändlern im In- und Ausland.

Mit privaten Endverbrauchern erzielen wir aktuell einen Umsatzanteil von 17 %. Durch den neuen Vertriebsweg memo-life konnten wir von 2015 auf 2016 rund 10 % Privatkunden dazu gewinnen.

Die Bedeutung unserer Onlineshops als Vertriebsweg nahm in den letzten Jahren immer weiter zu. Wir erhalten 75 % unserer Kundenbestellungen online oder per E-Mail – Tendenz weiter steigend. Die ständige Weiterentwicklung unserer Onlineplattformen nach den aktuell verfügbaren technischen Möglichkeiten und den Anforderungen der Kunden ist deshalb eine zentrale Aufgabe für uns.

Aus ökologischer Sicht positiv ist, dass uns immer weniger Fax-Bestellungen erreichen. Der Anteil daran liegt nur noch

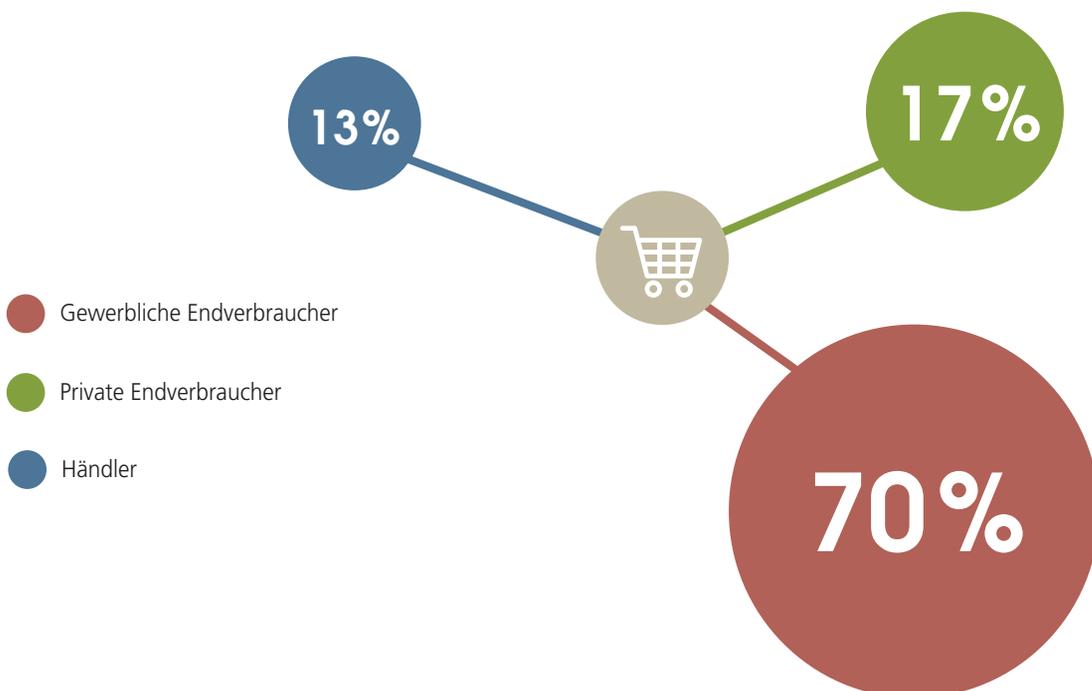
Auftragsanteil nach Bestellweg



bei 8 % mit weiter sinkender Tendenz. Selbstverständlich bearbeiten wir die eintreffenden Faxe bei uns im Haus ausschließlich in digitaler Form.

Auch bei den telefonischen Bestellungen verzeichnen wir seit einigen Jahren einen leichten Rückgang. Trotzdem werden immer noch 16 % der Kundenbestellungen telefonisch in Verbindung mit einer persönlichen Beratung zu unseren nachhaltigen Produkten getätigt.

Umsatzverteilung nach Kundengruppe 2016



Kundengruppen und Vertriebsbereiche

Gewerbekunden

Im Jahr 1991 startete die memo AG als „Firmenausstatter für Umweltbewusste“ als reines B2B-Versandhandelsgeschäft. Die Idee: Ein Versandhandel für gewerbliche Kunden mit einem Komplettsortiment an umweltverträglichen Büroartikeln und Schreibwaren, die nicht teurer sind als konventionelle Produkte.

Gewerbliche Endverbraucher sind nach wie vor die Kernzielgruppe unseres Unternehmens. Zu unseren Kunden zählen Unternehmen und Institutionen aus verschiedensten Branchen. Mit dieser Kundengruppe haben wir seit über 25 Jahren Erfahrung und konnten so unsere Kernkompetenzen hinsichtlich Sortiment, Beratungs- und Serviceleistungen entwickeln. Da immer mehr Unternehmen und Organisationen im Rahmen ihrer CSR-Strategie Wert auf eine nachhaltige Beschaffung ihrer Büroprodukte, Büromöbel sowie ihrer Werbeartikel legen, sehen wir in diesem Vertriebsbereich auch zukünftig ein großes Potenzial.

Key Account-Kunden

Key Account-Kunden, insbesondere Großunternehmen, sind bei der memo AG Kunden mit einem vergleichsweise hohen Nachfragevolumen und fest vereinbarten Rahmenverträgen. Diese Unternehmen erwarten jedoch eine intensive persönliche Beratung und individuelle Serviceleistungen. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden und diese Kunden persönlich und – bei Bedarf – auch vor Ort hochwertig zu betreuen, haben wir im Jahr 2010 eine eigene Abteilung Vertrieb Key Account eingerichtet. Heute besteht das Team aus insgesamt fünf Mitarbeitern im Innen- und Außendienst. Ergänzend bieten wir dieser Kundengruppe spezifische Logistik- und Serviceleistungen, wie die optimierte Belieferung von Kostenstellen und verschiedenen Standorten, ein umfangreiches Reporting sowie Konfektionierungen an.

Mit dem Relaunch unseres Onlineshops memo.de im Jahr 2016 haben wir den Onlinekauf für Gewerbekunden erheblich verbessert. Unsere Kunden haben beispielsweise die Möglichkeit in den einzelnen Produktbereichen nach relevanten Umweltzeichen und Labels zu filtern. Außerdem haben wir die technischen Voraussetzungen für individuelle Shop-Lösungen für Key Account-Kunden innerhalb des

Onlineshops memo.de geschaffen, was bereits einige unserer Kunden in Anspruch nehmen.

Mit Key Account-Kunden konnten wir im Jahr 2016 ein bedeutendes Umsatzwachstum von über 30 % erzielen.

Handel

Bereits seit Gründung unseres Unternehmens zählen wir Handelsunternehmen im In- und Ausland zu unseren Kunden.

Insbesondere unsere memo Markenprodukte sind eine beliebte Ergänzung des Non-Food-Bereichs von Bio-Groß- und Einzelhändlern. 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 der Produkte trägt anerkannte Umweltzeichen und Labels. In unserem Sortiment führen wir mehr als 1.000 memo Markenprodukte für den täglichen Bedarf – darunter Papiere und Etiketten, Recycling-Tintenpatronen und -Tonerkartuschen, Kindergarten- und Schulbedarf, Hygiene- und Reinigungsartikel sowie Naturtextilien.

Weitere Informationen zum memo Markensortiment erhalten Sie auf Seite 39.

Ähnlich wie Key Account-Kunden stellen auch Handelsunternehmen besondere Anforderungen an uns – von individuellen Service- und Logistikleistungen bis hin zu einzelhandelsfähigen Verpackungen. Deshalb haben wir auch für diese Kundengruppe eine spezielle Abteilung als Ansprechpartner zur persönlichen Betreuung eingerichtet.

Heute finden Sie Produkte aus unserem Sortiment in nahezu jeder größeren Stadt in Deutschland, vornehmlich bei Bio-Handelsunternehmen – vom kleinen Einzelhandelsgeschäft bis hin zum Bio-Großhandel. Ein Umsatzwachstum von knapp 14 % im Jahr 2016 belegt den Erfolg unserer Vertriebsstrategie mit dem Handel.

Seit kurzem beliefern wir auch die stetig steigende Anzahl von Unverpackt-Läden in Deutschland. In unserem Sortiment bieten wir aktuell über 3.000 geeignete Produkte an.

Unser langfristiges Ziel ist es, flächendeckend in Europa mit memo Markenprodukten im Einzelhandel vertreten zu sein.



Auslandsaktivitäten der memo AG

Mit einem Umsatzanteil von etwas mehr als 90 % 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 ausgewählten (Groß) Händlern 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 nur in sehr eingeschränktem Maße über die notwendigen Ressourcen, um die spezifischen Bedürfnisse und Wünsche ausländischer Konsumenten zu identifizieren und sie in ihrer Muttersprache zu betreuen. memo Markenprodukte und weitere Artikel aus unserem Sortiment sind inzwischen bei Handelspartnern in einigen europäischen Staaten erhältlich. Unser Partner in Frankreich erstellt zum Beispiel einen eigenen Gewerbekunden-Katalog, der fast ausschließlich mit Produkten aus dem memo Sortiment bestückt 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 nachhaltigen Konsum auch durch aktive Verbandsarbeit. Gute Partner haben wir mittlerweile ebenfalls in Irland, in den Niederlanden, in Österreich und in Italien gefunden.

Privatkunden

Immer mehr Menschen hinterfragen ihre Konsumgewohnheiten und leben verantwortungsbewusst und ressourcenschonend. Nachhaltigkeit und bewusster Konsum sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Als ganzheitlich nachhaltiges Unternehmen freuen wir uns über diese Tendenz. Als Wirtschaftsunternehmen sehen wir vor allem enorme Absatzpotenziale für nachhaltige Produkte bei privaten Endverbrauchern. Gerade der private Konsument hat jedoch ganz andere Wünsche und Bedürfnisse hinsichtlich Produktsortiment und -kommunikation als der Gewerbekunde. Diese beiden Kundengruppen haben wir bis

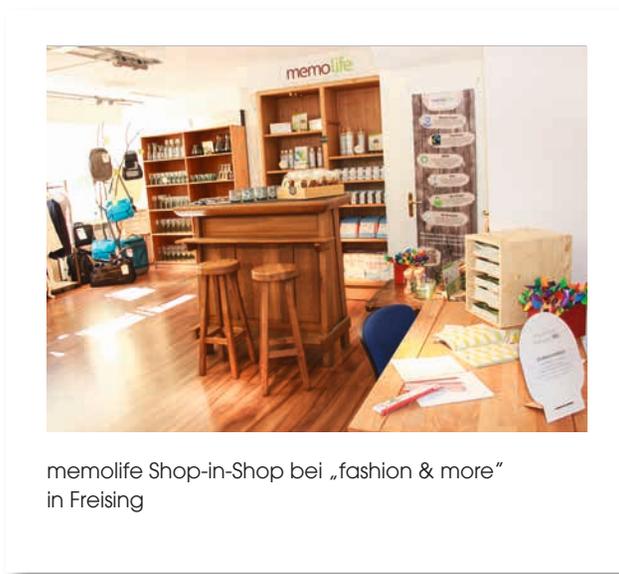
2015 mit nahezu identischem Produktsortiment und Werbemedien angesprochen. Mit memolife ist dann der eher nüchterne Auftritt einem emotionalen und auf Privatkunden zugeschnittenen Vertriebsweg gewichen. Auch das Sortiment richtet sich gezielt an Privatkunden und stellt Produkte und Produktbereiche speziell für den privaten Bedarf – Bekleidung, Wohnaccessoires oder Naturkosmetik – in den Mittelpunkt. Ergänzt wird memolife durch einen entsprechenden Katalog, der seit 2017 zweimal im Jahr erscheint. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 44.

Dass wir mit memolife ein attraktives Konzept geschaffen haben, belegt die Umsatzentwicklung mit Privatkunden. Seit 2014 konnten wir den Umsatz im hart umkämpften E-Commerce-Markt um 23 % auf knapp 3,5 Mio. € steigern.

Mit memolife sind wir nun in der Lage, komplett neue Vertriebswege – wie Shop-in-Shop-Lösungen – zu erschließen. Seit Oktober 2016 präsentiert unser Kunde Günther Sesselmann in seinem Fashion-Store „fashion & more“ in Freising auf einer kompletten Etage ausschließlich memo Markenprodukte und Produkte aus dem memolife Sortiment.

Ausblick

Wir wollen möglichst viele Menschen – ob beruflich oder privat – von nachhaltigen Produkten überzeugen und damit unseren Beitrag zur Entwicklung einer zukunftsfähigen Gesellschaft leisten. Um dies zu erreichen setzen wir auf die unterschiedlichsten Vertriebswege – vom klassischen Print-Katalog bis hin zu Online-Marktplätzen – und sprechen vom Fachhandel bis zum privaten Endverbraucher nahezu alle Kundensegmente an. 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 technischen und organisatorischen Rahmenbedingungen sowie die erforderlichen personellen Ressourcen. Nachhaltigkeit hat für uns einen ebenso hohen Stellenwert wie wirtschaftlicher Erfolg. Mit einer nachhaltigen Wirtschaftsweise in Verbindung mit einem gesunden Wachstum wollen wir uns auch weiterhin, unabhängig von wechselnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, positiv am Markt entwickeln.



Produkte

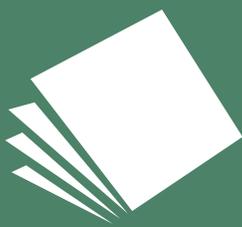
Technik und
Beleuchtung



Tinte und Toner



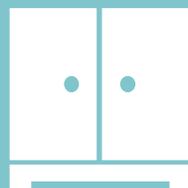
Papierprodukte



Produkte aus
Kunststoff



Möbel und
Holzprodukte



Sorgfältig geprüft

Unsere Produktauswahl orientiert sich an den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Sozialverträglichkeit und Ökonomie –, ergänzt um den Faktor Qualität. Der Listungsprozess umfasst eine ganzheitliche Analyse der ökologischen und sozialen Auswirkungen der Produkte.

memo

Reinigungsmittel



Bekleidung
und Textilien



Lebensmittel



Naturkosmetik
und Körperpflege



Sortimentsgestaltung

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 sozialverträgliche Alternative: Bei memo findet er für jeden Bedarf einen nach unseren strengen Beschaffungskriterien intensiv geprüften Artikel. Aktuell führen wir in unserem Sortiment etwa 20.000 Artikel, vom klassischen Bürobbedarf über technische Produkte bis hin zu Wohnaccessoires und Bekleidung.

Wie wählen wir Produkte aus?

Unser Listungsprozess orientiert sich an den drei Dimensionen 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.

Die Beurteilung eines Produktes erfolgt dabei in zwei Schritten. Zunächst dient ein 16-seitiger Kriterienkatalog (die memo Beschaffungskriterien) mit Fragestellungen zu den wichtigsten Aspekten wie verwendete Materialien, Produktzertifizierungen oder Verpackungen als Basisanalyse. Bei der Vielzahl unterschiedlichster Produkte liegt es jedoch auf der Hand, dass im zweiten Schritt eine sehr individuelle Analyse erforderlich ist. An dieser Stelle ist nun die langjährige Erfahrung unserer Produktmanager entscheidend. Sie werden im Bedarfsfall vom Nachhaltigkeitsmanagement unterstützt, beispielsweise bei der Recherche neuer Umweltzeichen, Materialarten oder technischer Verfahren.

Sozialverträgliche Arbeitsbedingungen in der Produktion und fairer Handel sind weitere, bedeutende Aspekte unserer Sortimentsgestaltung. Neben dem Erhalt der Umwelt gehört für memo auch die kontinuierliche Verbesserung von sozialen Strukturen zu den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung. So bestätigt uns jeder Lieferant seine unternehmerische Verantwortung zu Beginn einer Geschäftsbeziehung 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 ebenfalls.

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. Im Jahr 2016 waren es insgesamt 18 Lieferanten, bei denen wir vor Ort waren. Bei Herstellern in Übersee konzentrieren wir uns bei der persönlichen Überprüfung auf besonders kritische oder wichtige Produktgruppen.

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.

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.

Generell ist es unser Anspruch, in jedem Bereich Produkte ins Sortiment aufzunehmen, die sich durch ihre nachhaltigen Eigenschaften besonders auszeichnen. Gute Chancen zur Aufnahme ins Sortiment haben auch „Leuchtturm-Produkte“, die in ihrer Sparte eine Vorreiterrolle einnehmen.

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.

Produkt-Lebenszyklusanalysen

Optimal wäre es, wenn für jedes Produkt eine umfassende Lebenszyklusanalyse zur Bewertung vorläge. Leider ist dies in der Praxis meist nicht der Fall. Im Jahr 2012 haben wir zusammen mit unseren Lieferanten für zwei ausgewählte Produkte aus unserem Markensortiment umfassende Lebenszyklusanalysen erstellt. Für jedes Produkt hat dabei alleine eine Person bei der memo AG sechs Monate Zeit investiert. Detaillierte Informationen zu diesem Projekt finden Sie im memo Nachhaltigkeitsbericht 2013/14 (www.memoworld.de/nachhaltigkeitsbericht).

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.



Für unser Vollwaschmittel „Eco Saponine“ und die flüssige memo Bio-Pflanzenölseife „Citrus“ haben wir umfassende Lebenszyklusanalysen erstellt.

Sorgfältige Abwägung bei der Auswahl

Wie beschrieben, unterliegt die Entscheidung zur Aufnahme eines Produktes in unser Sortiment einer möglichst ganzheitlichen und meist sehr individuellen Analyse. Bei jeder Entscheidung für oder gegen ein Produkt wägen wir dessen Vor- und Nachteile genau ab. Ein zu 100 % nachhaltiges Produkt gibt es in der Praxis nicht. Jeder Artikel benötigt Rohstoffe in der Produktion und verursacht Umweltauswirkungen durch Herstellung, Gebrauch und Recycling. Und bei einigen Sortimentsbereichen gilt es, sich die sozialen Bedingungen in der gesamten Lieferkette genau anzusehen. Die Bewertung für jedes einzelne Produkt aus unserem umfangreichen Sortiment an dieser Stelle zu beschreiben, würde den Rahmen bei weitem sprengen. Dennoch stellen wir im Folgenden die zentralen Aspekte und Herausforderungen für zehn wichtige Produktbereiche dar.

Papierprodukte



Bei Produkten, die hauptsächlich aus Papier hergestellt werden, wie z.B. Kopierpapier, Aktenordner oder Briefumschläge, setzen wir bevorzugt auf 100 % Recyclingpapier. Nahezu alle Recyclingpapiere in unserem Sortiment sind mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Dieses Umweltzeichen garantiert höchste ökologische Einspareffekte in der Produktion sowie beste Qualität von Büro- und Magazinpapieren. 2016 haben wir etwa 75 % unseres Umsatzes im Bereich „Büropapiere“ mit Recyclingpapieren mit Blauem Engel erzielt.

Bei Papierprodukten, die aus Frischfasern hergestellt werden, achten wir auf eine verantwortungsvolle Bewirtschaftung der Wälder und listen nahezu ausschließlich Produkte, die nach den strengen Kriterien des FSC® (Forest Stewardship Council®) zertifiziert sind.

Die Herstellung von Papier – vor allem Frischfaserpapier – benötigt große Mengen Energie und weitere wertvolle Ressourcen. Aus diesem Grund arbeiten wir ausschließlich mit deutschen und europäischen Herstellern zusammen, die auf modernste Herstellungsverfahren setzen, geschlossene Materialkreisläufe führen und ihre Abwärme zur Energieversorgung nutzen. Die wichtigsten Papierhersteller kennen wir persönlich und haben uns deren Produktion bereits vor Ort angesehen, beispielsweise Steinbeis Papier, mondi oder Clairefontaine.

Möbel und Holzprodukte



In unserem Möbelsortiment führen wir vorwiegend Produkte, die aus Holz gefertigt sind. Alle unsere Holzprodukte bestehen aus Rohstoffen aus verantwortungsvoll bewirt-

schaffeten Wäldern. Dabei bevorzugen wir Produkte, die nach den strengen Regeln des FSC® (Forest Stewardship Council®) zertifiziert sind oder zumindest aus FSC®-zertifiziertem Holz produziert werden. Endprodukte dürfen nur dann das Umweltzeichen FSC® tragen, wenn die gesamte Lieferkette zertifiziert ist. Gerade kleinere Werkstätten verarbeiten zwar FSC®-Holz, lassen sich aber nicht zertifizieren, da die notwendigen finanziellen oder personellen Ressourcen fehlen. Zusätzlich muss uns jeder Lieferant die geographische Herkunft des eingesetzten Holzes schriftlich benennen. Produkte aus Tropenholz nehmen wir nur dann ins Sortiment auf, wenn sich diese in besonderer Weise nachhaltig auszeichnen, z.B. durch eine Kombination zertifizierter Umweltverträglichkeit und Fairem Handel. Beim Einsatz von Holzwerkstoffen wie Hartfaser- oder Spanplatten orientieren wir uns mindestens an den Anforderungen des Blauen Engel. Zum Teil gehen wir über die geforderten Kriterien hinaus. Bei allen Möbeln achten wir auf Langlebigkeit, Reparaturfähigkeit, recyclinggerechte Konstruktion und Ergonomie im Gebrauch. Unsere Möbellieferanten sitzen aktuell ausschließlich in Deutschland und Europa. Auch in diesem Produktbereich kennen wir unsere wichtigsten Lieferanten persönlich und waren bereits bei ihnen vor Ort.

Produkte aus Kunststoff



Produkte, bzw. Bauteile von Produkten aus Kunststoff findet man in nahezu jedem Anwendungsbereich. Kunststoffe sind aus unserem täglichen Leben kaum noch wegzudenken. Ein Vorteil der meisten Kunststoffe

ist die hervorragende Recyclingfähigkeit. Ein großer Nachteil ist, dass Kunststoffe nahezu nicht abbaubar sind und ihr Abfall mittlerweile alle Ökosysteme belastet. Deshalb listen wir in unserem Sortiment bevorzugt Produkte aus Recyclingkunststoff, deren Material bereits einen oder mehrere Lebenszyklen hinter sich hat.

Besonders für langlebige Produkte greifen wir auch auf sogenannte Biokunststoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe, wie z.B. Stärke, Zucker oder Zellulose, zurück. Sie stellen inzwischen in vielen Bereichen eine echte Alternative zu Produkten aus fossilen Kunststoffen dar. Um die Vor- und Nachteile von Biokunststoffen noch besser beurteilen zu können, beteiligen wir uns aktuell am Forschungsprojekt BiNa (Details siehe Seite 66). Produkte aus herkömmlichem fossilen Kunststoff akzeptieren wir nur dann, wenn das Material sortenrein recycelt werden kann und das Produkt zusätzliche nachhaltige Vorteile aufweist. Auf den Einsatz von PVC verzichten wir nahezu vollständig. Eine Ausnahme bilden Bauteile, die am Markt in keiner anderen Materialart erhältlich sind, beispielsweise Kabel für Elektrogeräte.



Das Multifunktionale Kopierpapier memo „Recycling White“ wird in Deutschland hergestellt.



Der langlebige Kugelschreiber „Cone Line“ hat einen Schaft aus FSC®-zertifiziertem Buchenholz.



Der in Deutschland hergestellte Einkaufskorb von Gies ist aus Recyclingkunststoff und trägt den Blauen Engel.

Technik und Beleuchtung



Die Sortimente Technik, Elektronik und Beleuchtung sind für uns aktuell am schwersten zu beurteilen und werden intern auch am intensivsten diskutiert. Technische Geräte sind mittlerweile fester Bestandteil unseres Lebens. Insbesondere die Entwicklung der Informations- und Telekommunikations-Sortimente ist enorm dynamisch. Als Handelsunternehmen mit einem Komplettsortiment für gewerbliche und private Endverbraucher können und wollen wir uns diesen Produkten nicht verschließen und müssen unseren Kunden eine breite Produktpalette bieten, die sowohl auf dem neuesten Stand der Technik als auch möglichst nachhaltig ist.

Wesentliche Herausforderungen dieser Produkte sind eine hohe Materialvielfalt und eine komplexe Wertschöpfungskette. Leider gibt es für diese Produktbereiche im Vergleich zu z.B. Textilien, Lebensmitteln oder Holzprodukten bisher keine allgemein anerkannten Standards hinsichtlich Ökologie und Sozialverträglichkeit über die komplette Lieferkette hinweg. Die persönliche Überprüfung aller beteiligten Hersteller – vom einzelnen Rohstoff, über Bauteile bis hin zum Endprodukt – ist schon für Großunternehmen eine immense Herausforderung, für uns als mittelständisches Unternehmen unmöglich.

Dennoch stellen wir selbstverständlich auch bei technischen Geräten hohe Anforderungen hinsichtlich ihrer Umwelt- und Sozialverträglichkeit. Wesentliche Aspekte für die Beurteilung sind z.B. Energieeffizienz, Strahlungsarmut und die verwendeten Basismaterialien. So setzen Hersteller, wie z.B. Canon für einige Produktserien, vermehrt Recyclingmaterial ein. Soweit am Markt verfügbar listen wir Produkte, die mit dem Blauen Engel ausgezeichnet sind: Kopiergeräte, Drucker, Haushaltsgeräte oder Taschenrechner. Das Umweltzeichen garantiert die Energieeffizienz, Schadstoffarmut und recyclinggerechte Konstruktion dieser Geräte.

Produkte, die in Deutschland oder Europa gefertigt werden, nehmen wir bevorzugt in unser Sortiment auf. Dazu zählen zum Beispiel renommierte Qualitätsmarken wie Fujitsu und HSM sowie junge, innovative Unternehmen wie carus, die LED-Lampen ausschließlich in Deutschland entwickeln und produzieren. Ihre Produktionsstätten haben wir persönlich besichtigt. Bei Herstellern außerhalb Europas achten wir besonders darauf, dass sie nach Umwelt-, Arbeitssicherheits- und Sozialstandards zertifiziert oder der BSCI-Initiative angeschlossen sind.

Innovative Leuchtturmprodukte wie das Fairphone, „Die Faire Maus“ von Nager IT oder die Sonnenglas Solar-LED-Deleuchte nehmen wir bevorzugt in unser Sortiment auf: Obwohl sie eventuell ökonomisch für uns nicht rentabel sind, sind sie für uns Vorreiter für mehr ökologische und soziale Aspekte in der Lieferkette in ansonsten noch sehr konventionell orientierten Produktbereichen. Auch wenn gerade

diese Produkte in der Anfangsphase noch Startschwierigkeiten, wie z.B. Liefer- oder Qualitätsprobleme haben, sind sie doch der erste Schritt zu einer nachhaltigen Entwicklung auch in diesen schwierigen Märkten.

Gerade im Bereich Technik, Elektronik und Beleuchtung können wir als mittelständisches Unternehmen nur einen sehr geringen Teil zur nachhaltigen Verbesserung und Weiterentwicklung beitragen. Aus unserer Sicht sind hier Politik, NGOs, Verbände und bedeutende Wirtschaftsunternehmen gefordert, weltweite, allgemein gültige, hochwertige Standards für Umweltschutz und Sozialverträglichkeit zu entwickeln, umzusetzen und mit gutem Beispiel voranzugehen.

Tinte und Toner



In diesem Produktbereich bieten wir unseren Kunden vorrangig wieder aufbereitete Produkte an, die nach hohen Qualitätsstandards gefertigt werden. Wir arbeiten ausschließlich mit Qualitätsherstellern zusammen, die eine langjährige Branchenerfahrung besitzen. Selbstverständlich überzeugen wir uns davon vor Ort. Alle Produkte werden von unabhängigen Institutionen wie der LGA geprüft und erfüllen gängige Qualitätsnormen wie die DIN 33870 oder die DIN 33871. Zudem sind die meisten Produktserien mit anerkannten Umweltzeichen und Labels, wie dem Blauen Engel oder dem Nordic Swan, ausgezeichnet. Bei den verwendeten Tinten werden ausschließlich hochwertige Materialien eingesetzt, die vor dem Aufbereitungsprozess auf ihre Qualität und Funktionalität unabhängig geprüft werden: Alle Toner haben den sogenannten AMES-Test für Gesundheitsverträglichkeit durchlaufen.

Aufgrund der aktuellen Marktgegebenheiten und als Vollsoriment-Anbieter für Gewerbekunden müssen wir jedoch auch original Verbrauchsmaterialien der Gerätehersteller anbieten. Zum einen ist nicht für jedes Gerät ein Recyclingprodukt verfügbar, zum anderen fordern unsere Kunden Originalprodukte als Alternative. In diesem Fall greifen wir auf die Standardprodukte der bekannten Gerätehersteller wie Brother, Canon oder HP zurück.

Naturkosmetik und Körperpflege



Die allgemein anerkannten Standards NATRUE, NCCO und BDIH definieren unsere Listungsentscheidungen in diesem Produktbereich. Aktuell erfüllen nahezu alle von uns gelisteten Produkte mindestens einen dieser Standards. Einige Produkte sind mit dem Fairtrade-Label ausgezeichnet. Darüber hinaus konzentrieren wir uns bei der Lieferantenauswahl auf wenige renommierte oder innovative Unternehmen, die hohe Ansprüche an die Umwelt- und Sozialverträglichkeit ihrer Unternehmensaktivitäten stellen.



Die carus LED-Lampe „Classic Dim 600“ mit Blauem Engel ist energieeffizient und emissionsarm.



Alle memo Tonermodule sind wiederaufbereitete Originalkartuschen und schonen Umwelt und Ressourcen.



Fair Squared bietet fair gehandelte, zertifizierte Naturkosmetik und Hygieneprodukte mit natürlichen Inhaltsstoffen.

Lebensmittel



Bio-Lebensmittel boomen, denn wie bei Textilien achten auch bei Lebensmitteln immer mehr Menschen darauf, dass diese umwelt-, klima- und gesundheitsverträglich hergestellt und Tiere artgerecht gehalten wurden.

Alle Lebensmittel in unserem Sortiment erfüllen mindestens die Richtlinien der EG-Öko-Verordnung oder gehen darüber hinaus, z.B. durch eine Zertifizierung nach den Richtlinien von demeter oder Naturland. Wir arbeiten mit renommierten Unternehmen aus Deutschland zusammen, die sich einer nachhaltigen Produktion und einem fairen Handel verschrieben haben – Beispiele sind Gepa, Lebensbaum oder die Teekampagne. Darüber hinaus verzichten wir bei unseren Lebensmitteln komplett auf den Einsatz von Gentechnik. Viele Produkte sind für Veganer geeignet.

Bekleidung und Textilien



Immer mehr Menschen achten gerade beim Kauf von Textilien darauf, von wem und unter welchen Bedingungen diese hergestellt wurden und ob diese beim Tragen eventuelle Gesundheitsrisiken verursachen.

Die Textilien in unserem Sortiment sind fast ausschließlich aus natürlichen Materialien wie Baumwolle oder Leinen gefertigt. Nahezu alle Produkte sind nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert und fair gehandelt. Im Rahmen der GOTS-Zertifizierung werden alle am Herstellungs- und Handelsprozess eines Produktes beteiligten Unternehmen von unabhängigen Stellen geprüft. Auch die memo AG ist nach den Regularien des GOTS zertifiziert. Viele Produkte besitzen zusätzlich entsprechende Labels von Organisationen wie Fairtrade oder der Fair Wear Foundation. Bei Outdoor- und Funktionstextilien setzen wir auf wenige zertifizierte Hersteller. Sie erbringen hervorragende Leistungen hinsichtlich Ökologie und Sozialverträglichkeit bei den Produkten selbst als auch im Herstellungsprozess. Aktuell führen wir in diesem Bereich Produkte der Marken Vaude und Engel Sports.

Reinigungsmittel



Viele konventionelle Reinigungsprodukte enthalten bedenkliche Inhaltsstoffe. Deshalb arbeiten wir auch bei Reinigungsmitteln mit wenigen renommierten Herstellern aus Deutschland zusammen, die biologische Produkte mit Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs entwickeln und energieeffizient produzieren. Basis unserer memo Flüssigseife sind zum Beispiel Sonnenblumen und Oliven. Für unsere memo Reinigungsserie „Eco Saponine“ wird Seifenkraut eingesetzt. Der Verzicht auf Gentechnik und Tierversuche ist für uns selbstverständlich. Die meisten Reinigungsmittel in unserem Sortiment erfüllen die Kriterien anerkannter Bio-Standards wie Ecogarantie oder Ecocert. Desweiteren achten wir auf eine hohe Ergiebigkeit der Reinigungsmittel. Mit den wichtigsten Lieferanten aus unserem Produktbereich pflegen wir seit vielen Jahren den persönlichen Kontakt und waren bereits bei ihnen vor Ort.

Die meisten Reinigungsmittel in unserem Sortiment erfüllen die Kriterien anerkannter Bio-Standards wie Ecogarantie oder Ecocert. Desweiteren achten wir auf eine hohe Ergiebigkeit der Reinigungsmittel. Mit den wichtigsten Lieferanten aus unserem Produktbereich pflegen wir seit vielen Jahren den persönlichen Kontakt und waren bereits bei ihnen vor Ort.

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 55 % der Artikel in unserem Sortiment ist das der Fall.

Artikel mit Umweltzeichen und Labels

	2014	2015	2016	2017
Blauer Engel	1292	1345	1286	1170
FSC®	2421	2427	2711	3869
GOTS	1303	1498	1935	3070
GEPA fair+	31	29	39	43
Fairtrade	348	486	626	2145
Fair Wear Foundation	–	–	364	932
EG-Öko-Label (Bio-Logo)	240	276	312	328
NATRUE	69	76	95	184
NCCO	–	14	14	16



Der memo/Teekampagne Bio-Tee ist nach den strengen Kriterien des Naturland-Verbands zertifiziert.



Die FSC®-zertifizierten Sneaker von Ethletic sind fair zu Mensch, Tier sowie Umwelt und für Veganer geeignet.



Die memo Spül- und Reinigungsschwämme aus Recyclingmaterial bestehen unter anderem aus alten Sofas und Möbeln.

Für den Verbraucher bieten unabhängige Umweltzeichen und Labels beim Einkauf einen verlässlichen Anhaltspunkt und fördern damit bewussten und nachhaltigen Konsum. Umfassende Informationen zu Labels und Management-Standards liefert der Bundesverband Verbraucher Initiative e. V. auf www.label-online.de.

Fairtrade und Fairtrade Certified Cotton

Der gemeinnützige Verein TransFair ist eine unabhängige Initiative, die das „Fairtrade“-Siegel für fair gehandelte Produkte auf der Grundlage von Lizenzverträgen vergibt. Ihr Ziel ist es, die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika mit fairem Handel zu verbessern.

Seit 2007 werden nicht nur Lebensmittel, sondern auch Textilien ausgezeichnet: Das „Fairtrade Certified Cotton“-Label garantiert faire und soziale Handels- und Produktionsbedingungen. Über 2.100 Produkte im memo Sortiment tragen ein Fairtrade-Label.

www.transfair.org



Fair Wear Foundation

Die internationale Kontrollorganisation Fair Wear Foundation setzt sich weltweit für eine stetige Verbesserung der Arbeitsbedingungen, der Menschenrechte und der Arbeitssicherheit in der Textilindustrie ein. Sie wird geleitet von Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und Wirtschaftsverbänden und ist derzeit in 15 Produktionsländern in Asien, Europa und Afrika aktiv.

Der Kodex der Organisation für Arbeitspraktiken und die Rechte von Arbeitnehmern enthält acht Punkte, die auf den UN-Menschenrechtskonventionen und den ILO-Kernarbeitsnormen beruhen. Fast 1.000 Produkte bei memo tragen dieses Label.

www.fairwear.org



BIO nach EG-Öko-Verordnung / EU-Bio-Siegel

Gerade beim Einkauf von Lebensmitteln erschweren es dem Verbraucher eine Vielzahl von „Öko“- und „Natur“-Kennzeichnungen den Überblick zu behalten. Das staatliche Bio-Siegel ist das Dachzeichen für Produkte aus dem ökologischen Landbau. Es steht für ökologische Produktion und artgerechte Tierhaltung. Das Gemeinschafts-Bio-Siegel der Europäischen Union kennzeichnet seit 2010 ökologisch erzeugte Produkte und basiert auf den Richtlinien des deutschen Bio-Siegels. Aktuell tragen über 320 Artikel im memo Sortiment das EU-Bio-Siegel.

www.bio-siegel.de



NATRUE

Das NATRUE-Label garantiert, dass das Hautpflege-Erzeugnis so natürlich wie immer möglich ist. Kriterien zur Erfüllung der Zertifizierungsanforderungen sind die Verwendung natürlicher und biologischer Inhaltsstoffe, ein sanfter Herstellungsprozess, umweltfreundliche Praktiken, keine synthetischen Duft- oder Farbstoffe, keine Inhaltsstoffe aus der Erdölchemie, keine Silikonöle und -derivate, keine genetisch modifizierten Inhaltsstoffe (auf Grundlage der EU-Regelungen), keine Bestrahlung von Endprodukten oder pflanzlichen Inhaltsstoffen und keine Tierversuche.

184 Produkte im memo Sortiment tragen das NATRUE-Label.

www.natrue.org



NCCO

Das Label NCCO der Natural Cosmetics Certification Organisation e.V. wird nur an Hersteller vergeben, deren gesamtes Sortiment zu 100 % den NCCO-Richtlinien entspricht. Diese Produkte bestehen aus pflanzlichen Rohstoffen, die aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA), zertifizierter Wildsammlung (kbA) oder in Bioland-, Naturland- oder Demeter-Qualität gewonnen werden.

Nur wenn der Pflanzenrohstoff nicht in kbA-Qualität erhältlich ist, sind auch Qualitäten aus anderem Anbau zugelassen. Tierische Rohstoffe wie Milch, Honig und Bienenwachs dürfen ebenfalls nur in kbA-Qualität eingesetzt werden. Grundsätzlich nicht zugelassen sind z.B. Konservierungsmittel, genmanipulierte Rohstoffe, Nanotechnologie oder Rohstoffe aus Tierversuchen.

www.ncco-ev.de



Blauer Engel

Das weltweit älteste und bekannteste Umweltzeichen garantiert für aktuell über 12.000 Produkte und Dienstleistungen die Erfüllung höchster Standards unter ganzheitlicher Berücksichtigung sämtlicher ökologischer, qualitativer und gesundheitsverträglicher Einflussfaktoren. memo führt knapp 1.200 Artikel mit dem Blauen Engel im Sortiment. Relevante Produktbereiche sind hierbei vor allem Recyclingpapier, -karton und -pappe, Hygienepapiere, Recycling-Tonermodule, Bürogeräte mit Druckerfunktion, solarbetriebene Produkte sowie Produkte aus Recyclingkunststoff.

www.blauer-engel.de



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft

FSC®

Die unabhängige, gemeinnützige Nicht-Regierungsorganisation Forest Stewardship Council® (FSC®) fördert eine umweltfreundliche, sozialförderliche und ökonomisch tragfähige Bewirtschaftung von Wäldern.

Nur Holzprodukte, die aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette strenge Kriterien erfüllen, erhalten das Umweltzeichen FSC®. Über 3.800 Artikel im memo Sortiment werden aus Hölzern aus FSC®-zertifizierter Forstwirtschaft gefertigt. Dies sind nicht nur Produkte aus dem Möbel-Sortiment, sondern auch Schreibgeräte, Bürobedarf und zahlreiche Haushaltswaren.

www.fsc-deutschland.de



'bio' Zertifiziert durch CERES-0204

„Global Organic Textile Standard“ (GOTS)

Der Standard umfasst die gesamte Wertschöpfungskette eines Textilprodukts: vom kontrolliert biologischen Anbau der Rohstoffe über Sozialstandards bis hin zur Textilausrüstung. Akkreditierte Zertifizierer überwachen die Einhaltung der strengen Kriterien. Der GOTS stellt hohe Anforderungen und verspricht, dass ein Produkt aus mindestens 95 % Naturfasern besteht und mindestens 70 % der Fasern aus kontrolliert Bioanbau stammen (bzw. sich in Umstellung auf Bioanbau befinden).

Für die über 3.000 GOTS-zertifizierten Artikel im memo Naturtextilsortiment kommt ausschließlich Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau zum Einsatz. Anbau und Weiterverarbeitung der Fasern sind genau geregelt, um zu gewährleisten, dass die Produkte ökologisch einwandfrei sind.

www.global-standard.org

GEPA fair+

Der Name GEPA steht für fairen Handel vielfältiger Spezialitäten wie Kaffee, Tee oder Schokolade rund um den Globus. Faire Preise, langfristige Handelsbeziehungen, Respekt vor Mensch und Natur sowie Transparenz und Glaubwürdigkeit gehören zu ihren Zielen.

Mit dem GEPA fair+-Button will die GEPA auf ihre Mehrleistungen über die allgemeinen Fair-Handelskriterien hinaus aufmerksam machen, beispielsweise auf kontrolliert ökologischen Anbau (75 %), die Abfüllung und Verpackung von Produkten im Ursprungsland, zusätzliche Prämienzahlung und Qualitätszuschläge oder Unterstützung neuer, oft kleiner Organisationen als Türöffner zum Weltmarkt.

www.fair-plus.de



memo – ein starke Marke

Über 1.000 Produkte und damit fast mehr als zehnmals so viele wie im Jahr 2002 tragen heute den Namen memo. Während die ersten memo Markenartikel wie Papiere, Etiketten sowie EDV-Zubehör vorrangig zum klassischen Bürobedarf zählten, führen wir inzwischen auch immer mehr memo Markenprodukte, die es einfacher machen, nachhaltig und bewusst zu leben, darunter Hygiene- und Reinigungsartikel, Kindergarten- und Schulbedarf sowie Möbel 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 fairen Preis.

Für unsere memo Markenprodukte arbeiten wir ausschließlich mit ausgewählten Herstellern zusammen. Viele Produkte entwickeln wir gemeinsam mit diesen weiter, beispielsweise hinsichtlich der verwendeten Materialien, der Produktverpackung oder der Umsetzung von Zertifizierungen, bzw. Labels.

Hohe ökologische Standards

Gerade bei unseren eigenen Produkten liegt uns die Verträglichkeit für Mensch, Umwelt und Klima ganz besonders am Herzen. Daher haben wir im Jahr 2012 in Kooperation mit unseren Herstellern Lebenszyklus-Analysen für drei memo Markenprodukte erstellt: für das memo Multifunktionspapier „Recycling Plus“, die memo Pflanzenölseife „Natural Liquid“ Citrus und das memo Vollwaschmittel „Eco Saponine“. Ausführliche Informationen dazu finden Sie im memo Nachhaltigkeitsbericht 2013/14 auf den Seiten 31 bis 35.

memo Markenstrategie

Die Anzahl der memo Markenprodukte hat sich seit einigen Jahren auf einem hohen Niveau konsolidiert, da das Sortiment mittlerweile mit den für uns relevanten Produkten und Produktbereichen durchdrungen ist. Die Nachfrage und die Beliebtheit von memo Markenprodukten seitens unserer Kunden ist durchweg hoch.

Obwohl die Anzahl der memo Markenartikel in Relation zur Gesamtzahl der gelisteten Produkte gesunken ist, konnten wir den Umsatzanteil in den letzten Jahren stabil bei knapp 25 % halten. Diese Zahlen belegen die hohe Akzeptanz und das Vertrauen unserer Kunden in unsere Marke.

Unser Ziel ist es, regelmäßig neue Markenprodukte zu listen, die insbesondere für den Handel geeignet sind. Der jüngste Zuwachs in unserem Sortiment ist eine Kinderkochschürze, die sowohl GOTS-zertifiziert ist als auch den Fairtrade-Kriterien entspricht. Ebenfalls GOTS-zertifiziert sind unsere Geschirrtücher aus 100 % Bio-Baumwolle. Die Auszeichnung mit dem Fairtrade-Label steht für Ende 2017 auf der Agenda.

Für besonders erfolgreiche memo Markenserien investieren wir gezielt und kontinuierlich in die Ausweitung der Sortimentstiefe.

Die Entwicklung und Führung eines Markenartikels ist mit einem überdurchschnittlich hohen personellen, zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden. Deshalb gilt es hier in besonderem Maße eine optimale Balance zwischen Ertrag, Nutzen und Aufwand für unser Unternehmen zu gewährleisten.

Darüber hinaus haben wir in den letzten Jahren intensiv am Markenbild gearbeitet, um dieses für unsere Kunden klarer darzustellen. Unser Ziel ist es, durch diese Strategie die Marke memo zu erhalten und zu stärken, was auch markenrechtlich Vorteile bringt. Inzwischen präsentieren sich nahezu alle unsere memo Markenprodukte in einem modernen und sympathischen Design in frischen Farben und mit dem memo Logo, das wir im Jahr 2013 modernisiert haben.

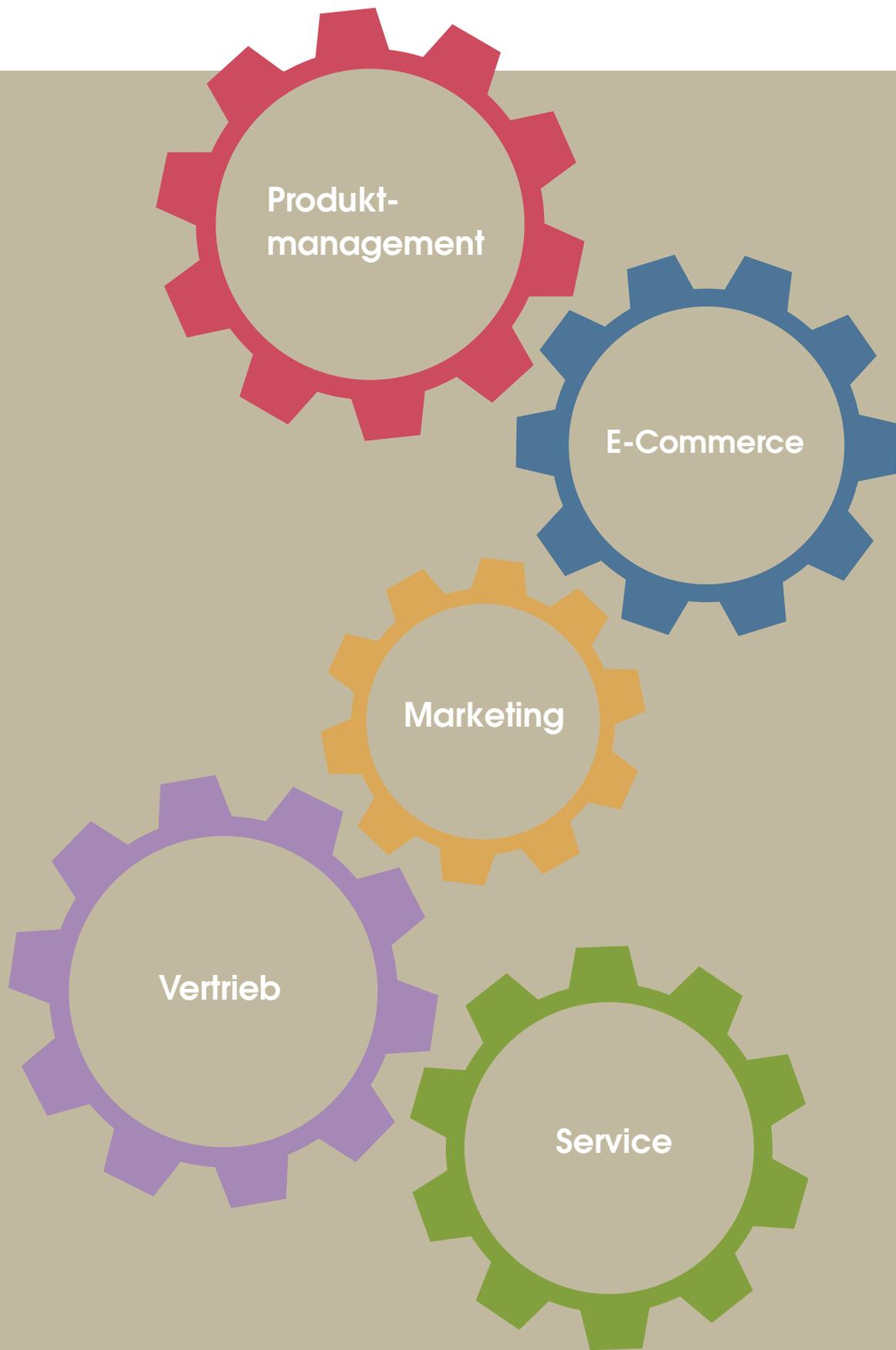


Prozesse



Konsequent bis ins Detail

Bei allen Unternehmensprozessen – von der Produktion unserer Werbemedien über den Warenversand bis hin zur Rücknahme verbrauchter Produkte – orientieren wir uns an den Aspekten der Nachhaltigkeit.



Kommunikation mit dem Konsumenten

Produktkommunikation

Eines unserer wichtigsten Unternehmensziele ist die Förderung nachhaltigen Konsums. Der Verbraucher muss dafür die Möglichkeit haben, sich beim Kauf bewusst für nachhaltige anstatt für konventionelle Produkte entscheiden zu können. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es für uns nicht nur wichtig entsprechende Produkte anzubieten. Eine elementare Herausforderung ist es, diese in unseren Print- und Online-Werbemedien so zu beschreiben, dass die für eine nachhaltige Kaufentscheidung relevanten Informationen vorhanden und verständlich sind. Andererseits gilt es, ein ausgewogenes Maß zwischen Informationsdichte und Textumfang zu finden. Bei jedem Verbraucher treffen pro Tag mehrere tausend Werbebotschaften ein, die meist unbewusst wahrgenommen werden. Kaufentscheidungen werden in der Regel immer schneller getroffen. Zu viele Informationen können also durchaus auch abschreckend wirken, obwohl sie essenziell für nachhaltige Kaufentscheidungen wären. Bei Printmedien kommt erschwerend hinzu, dass der verfügbare Platz für die Produktkommunikation begrenzt ist.

Die memo AG setzt deshalb auf eine dreistufige Produktkommunikation. Eine erste Übersicht über die Vorteile eines Produktes bieten gut sichtbare, unabhängige Umweltzeichen und Labels sowie weitere Kennzeichen, die z.B. als Icon die nachhaltigen Vorteile eines Produkts auf einen Blick hervorheben. Häufig werden Kaufentscheidungen bereits auf Basis dieser Informationen getroffen. Die zweite Stufe ist die eigentliche Produktbeschreibung und die Darstellung von Produktmerkmalen wie Material, Maße oder Gewicht. In unseren Onlineshops sind wir durch einen eigenen Reiter „Nachhaltigkeit“, der bei nahezu allen Produkten in unserem Sortiment zu finden ist, in der Lage, für die besonders interessierten Leser weiterführende Informationen zur Nachhaltigkeit der Produkte zu liefern. Zukünftig soll dieser Bereich durch Videos und umfassende Downloads ergänzt werden. Bei einem Sortiment mit aktuell rund 20.000 Artikeln, das sich laufend verändert und ergänzt wird, ist dieses Vorhaben eine schier unlösbare Aufgabe. Bei einigen Produkten haben wir dies jedoch schon sehr gut gelöst, es gibt aber auch noch deutliche Optimierungspotenziale. Wir verfolgen dieses Thema kontinuierlich nach dem Prinzip der kleinen Schritte und konzentrieren uns vor allem auf Leuchtturmprodukte und neue Artikel im Sortiment.

Persönliche und individuelle Beratung

Die beste Produktkommunikation in unseren Katalogen und Onlineshops kann (und soll) eine persönliche und individuelle Beratung nicht ersetzen. Wenn der Kunde weiterführende Detailfragen zu unseren Produkten und unserem Service hat, beantwortet ihnen diese unser Vertrieb oder unser Kundenservice schnell und kompetent. Das erforderliche Wissen erhalten die Mitarbeiter in Produktschulungen und Informationsveranstaltungen zu aktuellen Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit. Häufig handelt es sich dabei um Themen, die gerade auch in der Öffentlichkeit kontrovers diskutiert werden, beispielsweise der Einsatz von Palmöl.

Dennoch können nicht immer alle Fragen mit den verfügbaren Informationen beantwortet werden. Diese Fälle übernimmt dann unser Team im Produktdatenmanagement – meist mit Unterstützung des Nachhaltigkeitsmanagements. Häufig existieren bereits ausreichend Informationen in unseren Unterlagen und Archiven sowie in der im Unternehmen vorhandenen Literatur. Hilfreich sind an dieser Stelle auch immer wieder Rücksprachen mit den jeweiligen Lieferanten und Herstellern. Bei komplizierten Anfragen nehmen wir uns die Zeit für eine umfangreiche Recherche und Bearbeitung.

Wir bleiben keine Antworten schuldig!

Immer wieder werden besondere Fragen an uns herangetragen, die nicht direkt unsere Produkte, sondern weiterführende ökologische und soziale Themen betreffen. Wir sehen diese Fragen nicht als Belastung, sondern als Herausforderung und Beitrag zur Aufklärung. 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 Themen – betrachtet zu werden. Unser Ziel ist es, jedes Anliegen möglichst schnell und umfassend zu beantworten. Letztendlich wollen wir unseren Kunden nicht nur Produkte verkaufen, sondern ihnen alle relevanten Informationen bereitstellen, die für eine bewusste und nachhaltige Kaufentscheidung notwendig sind.

Dauerhaft im Dialog

Ob per E-Mail, Telefon oder Brief – wir freuen uns, wenn unsere Kunden und interessierte Verbraucher mit uns in direkten Kontakt treten. Zusätzlich können unsere Kunden in unseren Onlineshops unabhängige Bewertungen zu unserem Unternehmen und zu einzelnen, von ihnen gekauften Produkten abgeben. Dies ist sowohl für uns und unsere Produktauswahl als auch für andere Kunden hilfreich, da viele Onlinekäufer Kundenbewertungen lesen und diesen vertrauen.

Zu einem immer wichtiger werdenden Kommunikations- und Vertriebsinstrument werden unsere Social Media-Kanäle. Die memo AG ist auf Facebook, Twitter, Google Plus und Pinterest unterwegs.

CRM- und Dokumentenmanagementsystem

Um die Beziehung – insbesondere zu unseren Key-Account-Kunden (siehe auch Seite 30) – zu stärken, planen wir die Einführung eines CRM (Customer-Relationship-Management)-Systems. Durch eine strukturierte, datenbankgestützte Verwaltung wichtiger Informationen, wie gekaufte Produkte, Kontakthistorie oder auch Reklamationen, wollen wir unseren Kunden aktiv maßgeschneiderte Produkt- und Servicelösungen anbieten und den Dialog mit ihnen noch weiter intensivieren.

Da es auch bei einem Dokumentenmanagementsystem (DMS) im Wesentlichen um die strukturierte Verwaltung von Informationen geht, ist es unser Ziel, beide Systeme über eine Softwarelösung zu steuern. Die entsprechende Maßnahme aus unserem Managementprogramm 2015 wurde deshalb zurückgestellt und mit dieser Maßnahme kombiniert.



Kundenberatung wird bei uns groß geschrieben.

Qualität – auch beim Kundenservice

Die memo AG hat das Prinzip der Nachhaltigkeit um eine vierte Dimension – die Qualität – erweitert. Qualitative Ziele stehen bei uns gleichberechtigt neben ökonomischen, ökologischen 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 Umwelt und Klima. Und letztlich schonen Qualitätsprodukte auch den Geldbeutel.

Qualität bedeutet für uns aber auch, bei all unseren Unternehmensprozessen die jeweils höchstmöglichen Standards anzulegen. 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 regelmäßigem Kontakt mit unseren Lieferanten, um Erfahrungen auszutauschen und Produktverbesserungen, die den Wünschen unserer Kunden entsprechen, zu fördern.

Aus den Ergebnissen regelmäßiger Reklamationsanalysen sowie Anregungen wie auch Kritik unserer Kunden können wir Verbesserungsmöglichkeiten unserer Produkte gezielt erkennen und geeignete Optimierungsmaßnahmen einleiten. Die Reklamationsquote zur Produktqualität lag deshalb im Jahr 2016 mit nur 0,12 % auf einem sehr niedrigen Niveau. Unser Ziel ist es, diese Reklamationsquote unter 0,5 % zu halten, was uns in den letzten Jahren durchgängig gelungen ist.

Retouren unserer Kunden

Im Jahr 2016 haben unsere Kunden bei knapp 5 % aller Kundenaufträge aus verschiedensten Gründen von ihrem Rückgaberecht Gebrauch gemacht. Textilien, die nicht exakt den Vorstellungen der Kunden entsprechen, machen dabei etwa die Hälfte dieser Fälle aus. Retourenquoten von weit über 50 % sind im Textilhandel keine Seltenheit. Trotz aller Bemühungen, die Produkte gut zu beschreiben und zu bebildern, können wir diese Retouren nur bedingt vermeiden, da es dabei auch oft um persönliche Vorlieben geht. Aus diesem Grund sprechen wir hier nicht von echten Reklamationen. Die zurückgesendeten Produkte werden von unserem Serviceteam auf ihre Unversehrtheit überprüft und erneut für den Versand eingelagert.

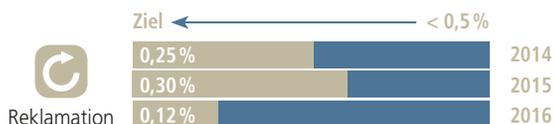
Fehler sind menschlich

Die Reklamationsquote über alle Kundenaufträge im Jahr 2016 betrug 4,72 %. Unseren Zielwert von 5 % haben wir, wie schon in den letzten Jahren, erreicht. Betrachtet werden alle Kundenaufträge, die wenigstens eine Kundenbeschwerde enthielten – unabhängig von der Schwere der Reklamation. Es kann sich also sowohl um fehlende Schrauben bei einer Möbellieferung als auch um einen Transportschaden der kompletten Lieferung oder um ein technisches Problem beim Produkt handeln.

Da wir inzwischen 67 % unserer Kundenaufträge online erhalten und diese weitestgehend vollautomatisch über unser Warenwirtschaftssystem abgewickelt werden, gehören Fehler bei der Auftragserfassung im Prinzip der Vergangenheit an.

Dennoch wollen unsere Mitarbeiter im Vertrieb auch hier eine möglichst hohe Qualität gewährleisten, indem sie die Fehlerquote manuell erfasster Aufträge regelmäßig ermitteln und gemeinsam geeignete Verbesserungsmaßnahmen definieren. Auf diese Weise konnten wir die Reklamationsquote in diesem Prozess in den letzten Jahren kontinuierlich und zum Teil deutlich unter dem Zielwert von 0,5 % halten.

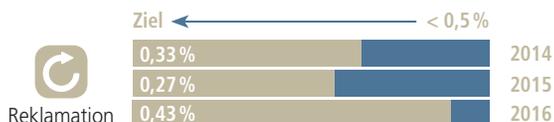
Reklamationsquote Produkt – Qualität



Reklamationsquote Kundenaufträge



Reklamationsquote Auftragserfassung



Unkomplizierte Problemlösungen

Wenn 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. Die jeweilige Maßnahme ist abhängig von der Art und dem Verursacher der Reklamation sowie Art und Wert des Produktes. Um strukturelle Fehlerursachen systematisch zu erkennen und zu beseitigen, werden alle Reklamationen im Warenwirtschaftssystem erfasst und regelmäßig analysiert.

Datenschutz bei der memo AG

Unsere Datenschutzbeauftragte wacht mit strengem Auge darüber, dass unser Unternehmen alle relevanten gesetzlichen Bestimmungen einhält. Hierfür nimmt sie regelmäßig an Weiterbildungen teil und steht in ständigem Austausch mit anderen Experten. Der Schutz der Privatsphäre unserer Kunden ist uns sehr wichtig. So geben wir deren Daten weder zu Werbe- noch zu Marktforschungszwecken an Dritte weiter. Umfassende Informationen finden Interessierte in unseren Datenschutzbestimmungen in unseren Onlineshops und in den Produktkatalogen.

memo Printmedien – ökologisch produziert

memo Printmedien

Trotz überwiegender Nutzung des Internets sind vor allem unsere Printmedien – Kataloge und Mailings – unverzichtbar für den Erfolg im Wettbewerb. Sie ergänzen den persönlichen Kontakt durch das Verkaufspersonal. Neben exakten Farbwiedergaben und ausführlichen Produktinformationen spielen Umweltaspekte bei der Herstellung, der Verpackung und beim Transport unserer Werbemittel und Unternehmensbroschüren eine wichtige Rolle.

Materialauswahl

Alle Druckerzeugnisse der memo AG werden seit jeher ausschließlich auf 100 % Recyclingpapier gedruckt. Neben den ökologischen Vorteilen, wie beispielsweise weniger Wasser- und Energieverbrauch in der Herstellung, ist Recyclingpapier auch weniger durchscheinend als Frischfaserpapier. Dadurch können bei gleichbleibender Qualität niedrigere Papiergewichte eingesetzt werden. Die Folge ist ein sinkender Papierbedarf, wodurch Ressourcen und Kosten beim Papiereinkauf sowie beim Porto eingespart werden können.

Soweit am Markt verfügbar und ohne Qualitätsverlust technisch realisierbar, drucken wir mit mineralölfreien Farben. Vor allem im Rollenoffsetdruck, in dem unsere Kataloge hergestellt werden, ist dies leider nicht immer möglich. Deshalb mussten wir unsere Jahreskataloge 2016 erstmals mit mineralöhlhaltigen Farben drucken lassen, die jedoch den Kriterien des Blauen Engel entsprechen. Wir beobachten die Entwicklung der am Markt verfügbaren Drucktechnologien und Materialien sehr genau und beteiligen uns an wissenschaftlichen Untersuchungen, wie dem Projekt „Healthy Printing“ der EPEA (siehe Managementprogramm Seite 13).

Umweltauswirkungen, Produktschutz und technische Anforderungen definieren auch die Wahl der Verpackung unserer Kataloge und Mailings. Beim Versand unserer Werbemittel kommt nur dort eine Umhüllung zum Einsatz, wo dies aus postalischen oder technischen Gründen erforderlich und vorgeschrieben ist. Für den gemeinsamen Versand unserer Büro- und Werbeartikelkataloge wird eine Versandhülle aus 60 % Recyclingfolie eingesetzt. Diese Folie ist aus chlorfreiem, umweltverträglichem Polyethylen, das bei Deponierung und Verbrennung keine Schadstoffe bildet und erneut einem sortenreinen Recycling zugeführt werden kann. Eine Folie aus 100 % Recyclingmaterial ist an dieser Stelle leider noch nicht praktikabel, da durch deren milchige Beschaffenheit das Einlesen der Adressdaten für den Postversand nicht gewährleistet werden kann. Auch hier beobachten wir die technische Entwicklung sehr genau.

Der memolife Katalog für Privatkunden, alle Mailings und der memo Nachhaltigkeitsbericht werden unverpackt oder in Kuverts aus 100 % Recyclingpapier versendet. Für den Einzelversand unter dem Jahr aus unserem Haus verwenden wir ebenfalls Versandtaschen aus 100 % Recyclingpapier.

Auswahl der Druckereien

Wir arbeiten ausschließlich mit Druckereien in Deutschland zusammen, die in der Lage sind, die von uns vorgeschriebenen Materialien zu einem marktgerechten Preis qualitativ hochwertig und umweltgerecht zu verarbeiten. Mit einigen ökologisch orientierten Druckereien arbeiten wir seit vielen Jahren partnerschaftlich zusammen. Wie bei allen anderen Dienstleistern fördern wir auch bei unseren Druckereien umweltverträgliches Handeln. So konnten wir zum Beispiel 2016 unsere Druckerei für die Jahreskataloge davon überzeugen, diese mit Ökostrom zu produzieren, wodurch die anfallenden Emissionen beim Druck erheblich reduziert werden.

Blauer Engel

Mit dem Blauen Engel für Druckerzeugnisse (RAL-UZ 195) wurde Anfang 2015 ein Standard etabliert, der als Benchmark dazu beitragen soll, um auch im Verlagswesen einen hohen ökologischen Standard durchzusetzen. Der memo Nachhaltigkeitsbericht 2015/16 war das erste Druckerzeugnis und damit auch der erste Bericht dieser Art, der mit dem neuen hochwertigen Umweltzeichen ausgezeichnet wurde. Mehr Informationen finden Sie in besagtem Nachhaltigkeitsbericht auf Seite 38. Auch alle unsere Kataloge tragen seit 2015 den Blauen Engel für Druckerzeugnisse.

Seit diesem Jahr werden zusätzlich alle unsere Mailings mit dem Umweltzeichen Blauer Engel ausgezeichnet.

Auflagenhöhe und Umfang

Durch systematische Kundensegmentierung und entsprechende Auflagenplanung können wir die Umweltauswirkungen durch die Herstellung und den Versand unserer Kataloge kontinuierlich analysieren und reduzieren.

Im Jahr 2016 produzierte die memo AG einen Jahres- und einen Werbeartikelkatalog für Gewerbekunden mit einer Gesamtauflage von 155.000 Exemplaren und damit 13 % weniger als im Jahr 2015. Bei beiden Katalogen wurde auch der Umfang gegenüber dem Vorjahr deutlich reduziert: beim Jahreskatalog um 118 Seiten, beim Werbeartikelkatalog um 42 Seiten. Außerdem wurde ein kleineres Format gewählt.

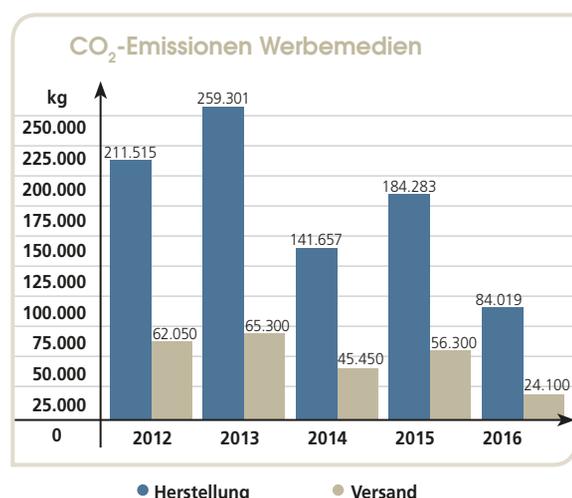
Auch die Auflage des memolife Katalogs für Privatkunden wurde deutlich reduziert und lag 2016 bei 43.000 Exemplaren und damit 26 % weniger als 2015. Der Umfang wurde ebenfalls um 100 Seiten reduziert.

Außerdem durch diese Maßnahme konnten wir im Jahr 2016 die Treibhausgasemissionen durch Herstellung und Versand unserer Kataloge um 100 Tonnen reduzieren und haben etwa 50 Tonnen weniger Papier verbraucht.

Klimaneutraler Katalogdruck und -versand

Seit 2007 berechnen und kompensieren wir die nicht vermeidbaren CO₂e-Emissionen, die bei der Papierherstellung, beim Druck und beim Versand unserer Printmedien anfallen, durch Investitionen in anerkannte Klimaschutzprojekte, die wir sorgfältig auswählen.

Die absoluten Treibhausgasemissionen durch die Herstellung und den Versand unserer Werbemedien sind im Jahr 2016 gegenüber dem Vorjahr um 55 % gesunken.



Online: Energiesparend und klimaneutral

Generell nutzen memo Kunden mit weiter steigender Tendenz das „papierlose“ Internet als Informationsquelle und für Bestellungen. Mit einem Auftragsanteil von mittlerweile 67% ist dieses Medium nicht mehr aus unserem Dienstleistungsangebot wegzudenken und wird deshalb auch immer weiter entwickelt und ausgebaut. Doch nicht nur die Technik muss auf dem neuesten Stand sein, auch inhaltlich gibt es bestimmte Voraussetzungen, die einen Onlinekauf attraktiv und einfach machen.

Klimaneutrales Hosting

Wer konsequent nachhaltig lebt sollte auch beim Onlinekauf darauf achten, bei einem klimaneutralen Onlineshop zu kaufen. Unsere Onlineshops memolife.de und memo.de sowie die Unternehmens-Homepage memoworld.de sind bereits klimaneutral – der Werbeartikel-Onlineshop memo-werbeartikel.de wird im kommenden Jahr nachgezogen. Dabei arbeiten wir auch an dieser Stelle mit einem unabhängigen, zuverlässigen und professionellen Partner, der myclimate Deutschland gGmbH zusammen, über den wir die entstehenden Emissionen ausgleichen. Selbstverständlich wählen wir für das Hosting unserer Onlineshops Partner, die ihr Rechenzentrum mit zertifiziertem Ökostrom betreiben und durch bauliche und technische Maßnahmen einen energieeffizienten Betrieb gewährleisten.

Das Auge kauft mit

Bei der Auswahl eines Produkts in einem Onlineshop zählt nicht allein der Preis. Neben dem geschriebenen Wort sind wir Menschen auch stark visuell orientiert. Anhand von Bildern ziehen wir unterbewusst Rückschlüsse auf die Qualität eines Produkts und auf die Glaubwürdigkeit des betreffenden Onlineshops. Bilder zeigen uns auch, dass ein bestimmtes Produkt die Kriterien erfüllt, nach denen wir suchen. Produktbilder sollen Vertrauen vermitteln und die Qualität des Produkts sowie des Shops bestätigen. Gute Produktbilder führen beim Kunden letztlich zum Kauf. Nachdem die memo AG in der Vergangenheit fast ausschließlich die Dienste externer Fotografen in Anspruch genommen hat, haben wir im letzten Jahr ein eigenes Fotostudio mit entsprechender Hard- und Software eingerichtet. Zuständig für die Erstellung der (Produkt)Bilder sind unsere Grafiker, die zu diesem Zweck ihre Kenntnisse zur Produktpräsentation und -fotografie durch eine externe Schulung aufgefrischt haben. Die Kosten für das eigene Fotostudio amortisieren sich schnell, da externe Fotografen meist einen bestimmten Betrag pro Bild verlangen und dieser in Zukunft eingespart werden kann.

Eine zusätzliche Qualitätssicherung stellt die Software SMARTt dar, mit der wir im Rahmen des „softproof“-Verfahrens Farbabweichungen zwischen Produktmustern und digitalen Bildern vornehmen können (Mehr Informationen dazu finden Sie im memo Nachhaltigkeitsbericht 2015/16 auf Seite 39.). Eine möglichst detailgetreue Abbildung der Produkte führt letztlich auch zu mehr Zufriedenheit beim Kunden und zu (noch) weniger Reklamationen.



Beschaffungs- und Lagerlogistik

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 Beschaffungslogistik 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. Aufgrund des deutlich gestiegenen Produktsortiments konnten wir eine steigende Anzahl der Warenanlieferungen dennoch nicht vermeiden. 2016 erhielten wir insgesamt 22.800 Warenanlieferungen und damit knapp 15% mehr als im Vorjahr.

Anzahl der Warenanlieferungen



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.

Produktverpackungen

Bei der Auswahl der Produkte für unser Sortiment achten wir unter anderem auf eine umweltverträgliche Produktverpackung. Bei vielen Gebrauchsartikeln verursacht diese einen großen Teil der Umweltauswirkungen der gesamten Ökobilanz des Produktes. Bei etwa 30% der Produkte können wir vollkommen auf eine Einzelverpackung verzichten. Wir erhalten die Ware von unserem Lieferanten in Großpackungen und versenden diese dann unverpackt weiter. 40% der Produkte sind in Papier, bzw. Karton, verpackt. Lediglich 25% der Produkte besitzen eine Kunststoffverpackung. Produktverpackungen aus PVC oder nicht trennbare Verpackungsverbunde akzeptieren wir lediglich in sehr wenigen unvermeidbaren Ausnahmefällen. Die restlichen 5% Verpackungsanteil betreffen verschiedene Materialien wie z.B. Glas.

Darüber hinaus ordern wir von unseren Lieferanten bevorzugt komplette Verpackungseinheiten eines Artikels. So reduziert sich nicht nur der Prüf- und Handlingsaufwand in unserem Wareneingang, sondern auch die Menge an Füllstoffen.

Von unseren Kunden erhalten wir immer wieder Anfragen und auch Kritik zu bestimmten Produktverpackungen, beispielsweise Kunststoff-Verpackungen von Leuchtmitteln, EDV-Zubehör oder Textilien. Bei der Mehrzahl der betref-

fenden Produkte dienen die Verpackungen der Transportsicherheit oder haben hygienische Gründe. Einige unserer Produkte im Sortiment werden auch im Einzelhandel vertrieben, der wiederum spezielle Ansprüche an deren Verpackung stellt. Auch wenn unser Einfluss als kleines Unternehmen in manchen Produktbereichen gering ist, arbeiten wir zusammen mit Lieferanten und Partnerunternehmen an der kontinuierlichen Optimierung der verwendeten Materialien. So haben wir uns im aktuellen Managementprogramm das Ziel gesetzt, die Umweltauswirkungen durch Produktverpackungen weiter zu reduzieren. Schon jetzt konnten wir erreichen, dass die Flasche unseres memo Waschmittels „Eco Saponine“ ab 2018 aus Recyclingkunststoff aus Haushaltsabfällen hergestellt wird.

Nachhaltige Lagerlogistik

Wesentlicher Aspekt unserer nachhaltigen Lagerlogistik ist der ökologische Ge- und Verbrauch von Produktverpackungen, Lagerhilfsmitteln, Hilfsstoffen für Verpackung und Transport sowie begleitenden Dokumenten für Kommissionierung und Warenversand.

Täglich versenden wir zwischen 800 und 2.000 Pakete an unsere Kunden. Davon gehen 70% an gewerbliche und 30% an private Endverbraucher. Für bestimmte Produkte und Produkte mit großem Volumen bestehen mit einigen Lieferanten Vereinbarungen, diese direkt an unsere Kunden zu schicken. Die sogenannten Streckenlieferungen bieten sowohl ökonomische als auch ökologische Vorteile, vor allem den Wegfall des „Umwegs“ über unser Lager und der damit verbundenen Vermeidung schädlicher Treibhausgasemissionen.

Standortgestaltung

Die Logistik der memo AG besteht aus einem Kleinteilelager, einem Lager für Großteile sowie einem vorgeschalteten Nachschublager bei einem Logistikdienstleister in Würzburg, von dem aus „just in time“ die beiden Lager in Greußenheim versorgt werden. Großmengen werden von dort aus auch direkt an 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.

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. 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.

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 für die Mitarbeiter zu erleichtern. Selbst die beste vollautomatische Paketgrößenberechnung kann jedoch die unterschiedlichsten Verschachtelungen der Artikel miteinander nicht immer 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 oder gebündelt.

Hilfsstoffe für den Paketversand

Als Füllmaterial für den Paketversand setzen wir ausschließlich Recyclingpapier ein. Wir verwenden weder Blisterfolie noch Styropor. Durch geschultes Personal und eine vollautomatische Paketgrößenberechnung können wir den Verbrauch an Füllstoffen zur Transportsicherung trotz steigendem Sendungsvolumen stabil halten. Unsere erfahrenen Mitarbeiter an den Packtischen schneiden Kartonagen beispielsweise zurück, um den leeren Raum im Paket zu minimieren.

Für unser Mehrwegversandsystem „memo Box“ (siehe Seite 50) können wir zudem bei 20 % unserer Warensendungen auf Klebeband verzichten. Bei den Paketen mit Kartonverpackung verwenden wir Klebebänder aus Papier anstatt aus Kunststoff.

„Der sparsame Umgang mit Verpackungsmaterial im Warenversand ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Gleichzeitig gilt es aber auch die Transportsicherheit der Produkte zu gewährleisten. Für jedes Paket, das wir an unsere Kunden versenden, ist es unser Ziel, eine optimale Balance zwischen Qualität und Umweltschutz zu finden.“

Dorota Rack
Teamleitung Lagerlogistik



Beladen des Containers

Beim Verladevorgang werden die Pakete über einen höhen- und längsverstellbaren 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 2015 hatten wir einige Projekte im Bereich Logistik eingeplant.

Zum Einen hatten wir uns das Ziel gesetzt, den Papierbedarf in der internen Logistik um 40 % zu reduzieren. Zu diesem Zweck haben wir ein Konzept für die Einführung eines digitalen, sprachgesteuerten Kommissioniersystems (Pick-by-Voice) erstellt. Neben der Papiereinsparung erwarteten wir durch das System ergonomische und qualitative Vorteile: Der Kommissionierer hat Hände und Augen frei. Kommissionierfehler durch falsches Ablesen der Papierlisten werden vermieden und die Effizienz des gesamten Prozesses wird deutlich erhöht. Für die Umsetzung wurde eine Nutzwertanalyse erstellt. Untersucht wurden die organisatorischen und technischen Anforderungen sowie eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung. Die Analyse hat gezeigt, dass die Implementierung organisatorisch und ökonomisch erst bei einem dauerhaften Versandvolumen von mindestens 2.000 Paketen pro Tag sinnvoll ist. Aktuell erreichen wir einen durchschnittlichen Wert von 1.100 Paketen. Die Maßnahme wird weiter verfolgt, sobald wir die entsprechenden Versandmengen dauerhaft erreichen.

Ein weiteres Ziel war die Reduzierung des Kartonagenverbrauchs beim regelmäßigen Warenaustausch mit strategischen Partnerunternehmen durch Einsatz unseres Mehrweg-Versandsystems „memo Box“. Als Pilotpartner für diese Maßnahme haben wir unsere Hausdruckerei für Werbeartikel gewonnen. Mit diesem Unternehmen, das bei uns in der Region sitzt, findet ein täglicher Warenaustausch statt. Die wesentliche Herausforderung bei diesem Projekt waren die technischen Anforderungen zur Implementierung notwendiger Schnittstellen zwischen den jeweiligen ERP-Systemen und der dazugehörige Programmieraufwand. Da gerade die personellen Kapazitäten für die Entwicklung von Projekten im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie sehr begrenzt sind und die ökologischen Vorteile zudem geringer waren als erwartet, haben wir auch dieses Projekt bis auf Weiteres zurückgestellt.

Einige Projekte konnten jedoch auch erfolgreich umgesetzt werden. Wie geplant wird im Sommer 2017 eine neue LED-Beleuchtungsanlage installiert (siehe Seite 19) und seit 2016 versenden wir Rechnungen an unsere Kunden in elektronischer Form (siehe Seite 58).



Versandlogistik

Partnerunternehmen für den Versand

Für unseren Warenversand gehen wir mit den jeweiligen Dienstleistern partnerschaftliche, dauerhafte Geschäftsbeziehungen ein. Alle Partner wählen wir sorgfältig nach ökologischen und sozialen Kriterien aus. Im Bereich Paketversand, der den größten Anteil an unseren Warensendungen hat, kooperieren wir aktuell mit drei Partnern.

Deutsche Post DHL Group

Mit der Deutsche Post DHL Group arbeiten wir bereits seit 20 Jahren zusammen. Wir waren eines der ersten Unternehmen, das das konzerneigene Umweltschutzprogramm GoGreen der DHL genutzt hat und seitdem die Pakete klimaneutral versendet. Das GoGreen-Programm ist integraler Bestandteil der Konzernstrategie der DHL, die 2008 als erster Logistikanbieter ein messbares Klimaschutzziel eingeführt hat. DHL will nach eigenen Angaben die CO₂-Effizienz ihrer eigenen Transportdienstleistungen bis zum Jahr 2020 um 50 % gegenüber dem Wert von 2007 steigern. Die langfristige Vision ist, eine Null-Emissionen-Logistik zu verwirklichen.

Die memo AG war Pilotpartner des Mehrweg-Versandsystems „Postbox“, das die DHL im Jahr 1998 eingeführt hat. Nach der Einstellung dieses Systems im Jahr 2008 haben wir die Restbestände der Transportboxen übernommen und das unternehmenseigene Mehrweg-Versandsystem „memo Box“ implementiert (siehe Seite 50).

Die Deutsche Post DHL Group ist ein Vorreiter in der Nutzung alternativer Antriebe und fördert seit vielen Jahren aktiv die Forschung und den Einsatz neuer Technologien. Dabei kooperiert der Konzern mit Forschungsinstituten, wissenschaftlichen Einrichtungen und namhaften Fahrzeugherstellern in Pilotprojekten weltweit.

Um die Effizienz der eigenen Fahrzeugflotte zu verbessern und die Zielvorgaben des Umweltprogramms GoGreen umzusetzen, engagiert sich die Deutsche Post DHL Group insbesondere im Bereich Elektromobilität. Das Unternehmen betreibt heute mit seinen selbst entwickelten und in Eigenregie produzierten StreetScooter-Fahrzeugen sowie rund 10.500 E-Bikes und E-Trikes die größte Elektroflotte in Deutschland. Mittelfristig möchte das Unternehmen im Interesse der Umwelt und der Kunden seine gesamte Brief- und Paketzustellflotte durch Elektrofahrzeuge ersetzen, die mit Strom aus regenerativen Energien betrieben werden.



StreetScooter der Deutschen Post DHL Group

DPD Deutschland GmbH

Seit Anfang 2016 arbeiten wir parallel mit der DPD Deutschland GmbH zusammen, um den Service für unsere Kunden auszuweiten. Wir haben uns bewusst für DPD als zweiten Partner entschieden, da auch dieses Unternehmen gezielt in die Entwicklung ökologischer Warenzustellung investiert. DPD Deutschland transportiert täglich etwa 1,5 Millionen Pakete. Wie auch bei allen anderen Paketdienstleistern fällt dabei eine große Menge CO₂ an: 90 % der Emissionen entstehen durch den Pakettransport, die restlichen 10 % durch den Betrieb der Depots, durch Verpackungsmaterialien oder den Papierverbrauch. Im Juli 2012 hat DPD den CO₂-neutralen Paketversand eingeführt und garantiert damit, dass sämtliche Pakete, die aus den wichtigsten europäischen Kernmärkten versendet werden, klimaneutral transportiert werden.

Mit einer Vielzahl an nationalen und internationalen Projekten und Maßnahmen arbeitet DPD daran, den CO₂-Ausstoß pro Paket kontinuierlich zu reduzieren und so seine CO₂-Bilanz zu verbessern. Die internen Maßnahmen reichen von der Reduzierung des Stromverbrauchs in den Depots über den Einsatz von Elektro- oder Erdgasfahrzeugen bis hin zu Fahrrädern für die Paketzustellung in Großstädten. So liefert DPD beispielsweise bereits seit Mitte 2000 Sendungen in der Fußgängerzone der Nürnberger Innenstadt mit Elektrofahrzeugen aus, die Teil des ISOLDE (Innerstädtischer Service mit Optimierte Logistischen Dienstleistungen für den Einzelhandel)-Projekts waren.

Zustellung per Fahrradlogistik in Nürnberg

Seit Sommer 2017 werden Privat- und Gewerbekunden der memo AG in der Nürnberger Südstadt mit Elektro-Lastenrädern der DPD Deutschland GmbH beliefert. Das zentral gelegene Mikrodepot, das für eine Zwischenlagerung der Pakete und die Beladung der Lastenräder notwendig ist, und die aktuell drei elektrisch unterstützten Lastenräder sind Teil eines laufenden Pilotprojekts zur nachhaltigen Stadtlogistik unter wissenschaftlicher Leitung der Technischen Hochschule Nürnberg, das vom Bayerischen Staatsministerium des Inneren, für Bau und Verkehr sowie von der Stadt Nürnberg und der IHK Nürnberg für Mittelfranken unterstützt wird. Noch vor Ablauf der Projektzeit im Oktober 2017 stellt der international tätige Paket- und Expressdienstleister DPD nun dauerhaft Pakete auf diese Weise in Nürnberg zu und plant den Ausbau auf weitere Großstädte.



Zustellung per Elektro-Lastenrad von DPD Deutschland

Innovative Zustellkonzepte

Ein wesentlicher Teil der Umweltauswirkungen im Warenversand entsteht auf der sogenannten „Letzten Meile“, dem letzten Wegstück der Supply Chain bis zum Kunden, die im Zuge der aktuellen Nachhaltigkeitsdiskussion fraglos als teuer, ineffizient und umweltschädlich bezeichnet werden kann. Neben den bekannten negativen Auswirkungen (Abgasemissionen, Erhöhung der Verkehrsdichte und Mobilitätsbeschränkungen, z. B. durch „Parken in der zweiten Reihe“), stellen aus Sicht der Paketdienstleister vor allem die geringe Erstzustellungsquote und die damit verbundenen zusätzlichen Zustellversuche ein großes Problem dar. Studien verzeichnen Fehlzustellungsraten von über 50 %. Die größten Verkehrsprobleme unserer heutigen Gesellschaft bestehen darin, dass unsere Innenstädte durch das enorme Verkehrsaufkommen verstopft sind. Dadurch entstehen Smog durch CO₂ und Rußpartikel sowie Lärm.

Rad-Logistik mit Velogista GmbH

Da ein bedeutender Teil unserer Kunden in Großstädten angesiedelt ist und wir uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung auch an dieser Stelle durch innovative Lösungen stellen wollen, setzen wir hier auf „Radlogistiker“. Gestartet sind wir damit im September 2016 in Berlin – einer Stadt, deren größtes Sorgenkind laut dem „Konzept für nachhaltige Mobilität in Berlin“ von Greenpeace inzwischen der Verkehr ist. In der Hauptstadt arbeiten wir mit der Velogista GmbH zusammen. Das Rad-Logistik-Unternehmen beliefert dort aktuell rund 1.000 memo Kunden mit Elektro-Lastenrädern, die mit einer Nutzlast von 250 Kilogramm beladen werden können. Das Verhältnis Nutzlast zu Gesamtgewicht ist beim Lastenfahrrad deutlich besser als bei jedem anderen Zustellfahrzeug. Der große Vorteil vor allem aber ist: Durch das Laden der Elektro-Lastenräder mit 100 % Ökostrom fahren diese komplett emissionsfrei. Im Vergleich zu Elektro-Zustellfahrzeugen verbrauchen die Fahrräder weniger Ökostrom. Zusätzlich werden Abgase und Lärmbelastung vermieden. Da die Fahrer der Lastenräder in Berlin Busspur und Fahrradwege benutzen, durch Parks fahren und Einbahnstraßen entgegen der Fahrtrichtung befahren dürfen, ist die Zustellung schneller als mit dem Paketzustellfahrzeug. Letztlich ist auch der Platzverbrauch der Lastenfahräder deutlich geringer als der von konventionellen Zustellfahrzeugen. Die Mitarbeiter bei Velogista werden außerdem fair bezahlt. Insgesamt haben wir mit dem Dienstleister Velogista GmbH bereits über 10.000 Pakete zugestellt.

Umweltaspekt Erstzustellungsquote

Sowohl ökonomisch als auch ökologisch muss das Ziel auf der letzten Meile in der Steigerung der Erstzustellungsquote liegen – bei gleichzeitiger Minimierung unnötiger Fahrten. Hierzu verfolgen Logistikdienstleister unterschiedliche Konzepte. In der Zusammenarbeit zwischen der memo AG und der Velogista GmbH sieht das wie folgt aus: Die Bestellungen, die mit einer Lieferadresse innerhalb des S-Bahn-Rings in Berlin bis 16.00 Uhr bei uns eintreffen, werden anschließend von einer Spedition, mit der wir bereits einige Jahre für den Versand von Paletten zusammen arbeiten, abgeholt. Zeitgleich übermitteln wir die Anzahl der Sendungen und Lieferadressen an die Velogista GmbH. Noch am selben Tag nimmt der Rad-Logistiker per E-Mail Kontakt zu den betreffenden Kunden auf und klärt mit ihnen die Anlieferung am Folgetag. Der Kunde hat dabei die Möglichkeit, sich sein Paket individuell bis ca. 19.00 Uhr zustellen zu lassen. Die Pakete und Sendungen in der „memo Box“, dem Mehrweg-Versandsystem der memo AG, treffen am nächsten Tag gegen 10.00 Uhr bei Velogista in Berlin ein, wo sie aufgenommen, sortiert und auf die Lastenräder verteilt werden. Wenn mit dem Kunden nichts anderes vereinbart ist, erfolgt die anschließende Zustellung dann meist innerhalb von zwei Stunden. Auch Rücksendungen, z.B. der „memo Box“, sind über Velogista möglich. Dieser Ablauf führt zu einer größeren Zufriedenheit beim Kunden und zu einer signifikanten Verbesserung der Erstzustellungsquote, was wiederum die Kosten beim Dienstleister senkt.

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.

Nachhaltigkeitspreis Logistik 2017

Für unsere nachhaltigen Leistungen im Bereich Logistik haben wir im April diesen Jahres den Nachhaltigkeitspreis Logistik 2017 der Bundesvereinigungen Logistik (BVL) Österreich und Deutschland erhalten. Die memo AG zeige eindrucksvoll wie ein mittelständisches Unternehmen den Nachhaltigkeitsgedanken in sämtlichen Geschäftsbereichen – insbesondere in der Logistik – tagtäglich lebt, so die Begründung.



Kunden der memo AG innerhalb des Berliner S-Bahn-Rings...



... erhalten ihre Lieferung per Elektro-Lastenrad der Velogista GmbH...

Versandlogistik

Die „memo Box“: das ökologische Mehrweg-Versandssystem

Als derzeit einziges Versandhandelsunternehmen bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, bei der Transportverpackung zwischen einem handelsüblichen Karton und unserem Mehrweg-Versandssystem, der „memo Box“, zu wählen. Entschieden sich der Kunde für den Versand seiner Bestellung in der „memo Box“, berechnet unser Warenwirtschaftssystem abhängig vom Bestellvolumen die optimale Anzahl und Größe an Behältern für den Kundenauftrag. Zur Verfügung stehen die drei Größen S, M und L. Die „memo Box“ der Größe L besitzt ein Fassungsvermögen von 78 Litern und wird aktuell mit einem Versandanteil von knapp 72 % am häufigsten verwendet.

Mit der „memo Box“ setzen wir im Branchenvergleich ökologische Maßstäbe. Aufgrund der konsequenten Vermeidung von Abfällen sowie der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung ist das Mehrweg-Versandssystem mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Pro Jahr sparen wir derzeit mehr als 20 Tonnen Kartonage und rund 10 % Paketklebeband ein.

Neben den ökologischen Vorteilen sind die enthaltenen Waren in der stapelfähigen „memo Box“ perfekt vor Nässe und Beschädigung geschützt. Die zwei Systemverschlüsse des Deckels werden bei Versand zum Schutz vor Diebstahl verplombt, lassen sich aber für die schnelle Warenentnahme wieder leicht öffnen. Zudem kostet unsere Kunden der Versand in der ökologisch vorteilhaften „memo Box“ keinen Cent mehr.

Nach dem Erhalt kann der Kunde die Ware in Ruhe auspacken und die „memo Box“ innerhalb von 14 Tagen bei einem Paketshop von DHL oder DPD abgeben oder einem Zusteller mitgeben. Über den beigefügten Retourenschein erfolgt die Rücksendung für den Kunden kostenlos.



„memo Box“ bestätigt Umweltverträglichkeit auch im Praxistest

Jede „memo Box“ ist mit einem individuellen Barcode ausgestattet. Auf diese Weise minimieren wir nicht nur Verluste während des Transports durch eine eindeutige Rückverfolgbarkeit, sondern können auch exakt berechnen, wie viele Umläufe eine Box im Mehrwegsystem bereits erreicht hat. Aktuell haben die ersten „memo Boxen“ über 170 Umläufe zum Kunden und wieder zurück erreicht.

Um den Versandanteil der „memo Box“ kontinuierlich zu erhöhen, bewerben wir diese intensiv. Bei jeder telefonischen Bestellung bietet unser Vertrieb die „memo Box“ aktiv an. Im Jahr 2016 lag der Versandanteil bei 20,2 %.

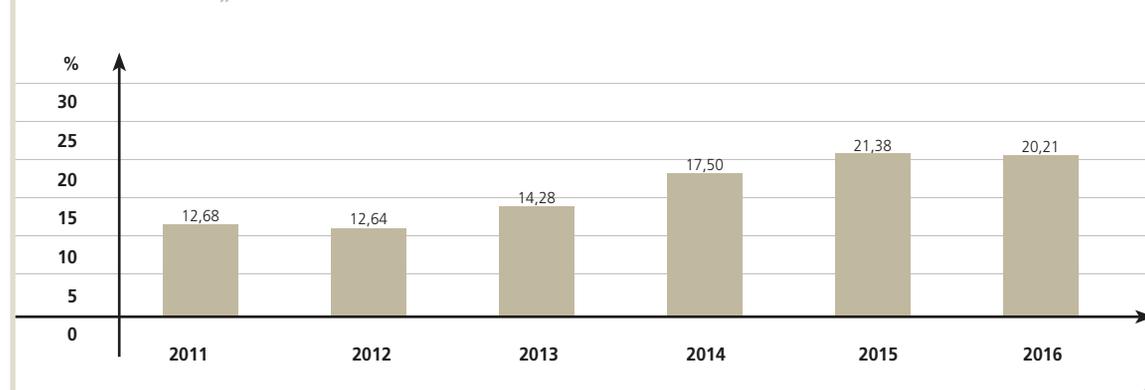
Kontinuierliche Verbesserung:

Die „memo Box“ aus Recycling-Kunststoff

Um die Umweltauswirkungen des Mehrweg-Versandsystems weiter zu minimieren, haben wir diese im Sommer 2016 erstmals aus dem Recycling-Kunststoff „Procylen“, hergestellt. Die Verwendung von „Procylen“ verringert die Treibhausgasemissionen bei der Produktion der Box um etwa 30 %. Die Langlebigkeit, die Stabilität und die Transportsicherheit bleiben auch mit dem neuen Material gewährleistet. Da der Ausgangsrohstoff aus vielen verschiedenen, miteinander verschmolzenen und gebrauchten Kunststoffprodukten besteht, ist die Farbe der recycelten „memo Box“ nun etwas dunkler als bisher.

Der mehrfach ausgezeichnete Werkstoff „Procylen“ wird von Interseroh, einem Tochterunternehmen des Recyclingspezialisten ALBA Group, in einem eigens entwickelten Verfahren produziert. Das Material erfüllt die Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel für Recycling-Kunststoff und ist Neumaterial auf Rohölbasis in jeder Hinsicht ebenbürtig – bei deutlich positiverem Effekt für die Umweltbilanz.

Versandanteil „memo Box“



Wertstoffe sinnvoll nutzen

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

Die memo „Wertstoff-Box“

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

Die zurückgesendeten Produkte geben wir an unsere Lieferanten und ausgewählte zertifizierte Recyclingunternehmen zur sinnvollen Verwertung weiter. Im Rahmen unseres Rücknahmesystems berücksichtigen wir selbstverständlich die aktuellen gesetzlichen Vorschriften.

Seit der Einführung des Mehrweg-Versandsystems „memo Box“ im Jahr 2009 erreichen uns inzwischen jährlich mehr als doppelt so viele Wertstoffrücksendungen durch unsere Kunden – im Jahr 2016 insgesamt 4.298. In 94% der Fälle nutzten unsere Kunden die Kombination mit unserem Mehrweg-Versandsystem „memo Box“.



Im Durchschnitt erreichten uns in den vergangenen sechs Jahren knapp 3.200 Wertstoff-Rücksendungen pro Jahr.

Innovative Recyclingkonzepte

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

Leere Tonermodule und Inkjet-Patronen

Leere Tonerkartuschen und Inkjet-Patronen können hervorragend zu hochwertigen Recyclingkartuschen – wie den memo Recycling Tonermodulen und Inkjet-Tintenpatronen – wiederverwertet werden. Unsere Serviceabteilung leitet die gebrauchten Produkte 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 Engel 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.

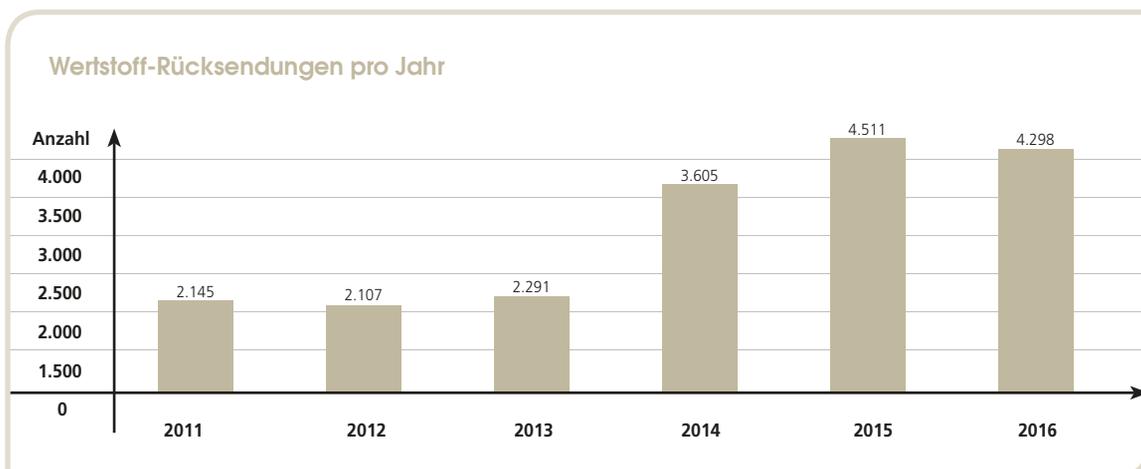
CDs/DVDs

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.

Schreibgeräte

Schreibgeräte enthalten häufig Bestandteile aus Metall oder Kunststoff, die weiter verwertet werden können.

In Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und zertifizierten Recyclingunternehmen suchen wir für zurück gesendete Produkte die jeweils beste Verwertungsmöglichkeit.



Ressourcen



Nachhaltigkeit bis ins Detail

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



Gebäude und Außenanlage



Der Firmenstandort der memo AG befindet sich im Gewerbegebiet der Gemeinde Greußenheim, ca. 15 km westlich von Würzburg. Beim Blick aus dem Fenster sehen unsere Mitarbeiter idyllische Felder, Wiesen und Wald. Hinter dem Firmengelände befindet sich ein Biotop, nach dem die Firmenadresse „Am Biotop“ benannt ist.

Auf dem über 20.000 m² großen Gelände befindet sich das 1995 gebaute Verwaltungsgebäude mit einem direkt angebundenen Lagertrakt und dem Kesselhaus der 2006 erbauten Holz-Hackschnitzel-Heizung. Ein weiteres, im Jahr 2006 gekauftes und nach unseren Anforderungen modernisiertes Gebäude wird für die Lagerung und den Versand von Großteilen und Möbeln genutzt. Dieses Lager grenzt direkt an das Hauptgelände an, ebenso wie ein weiteres Nachbargrundstück mit einem kleinen Verwaltungsgebäude und einer Werkstatt, das wir im Jahr 2013 erworben haben. In dem Verwaltungsgebäude ist mittlerweile der Kundenservice der memo AG untergebracht. Zusätzlich bietet das Grundstück weitere Parkmöglichkeiten für Mitarbeiter und Gäste.

Konsequenter Ressourcen- und Umweltschutz innen...

Auf den ersten Blick sieht das memo Firmengebäude nicht unbedingt anders aus als übliche Gewerbebauten. Es ist jedoch so geplant, dass bei einem eventuellen Rückbau keinerlei schädliche Stoffe für die Menschen in der Umgebung und für die Natur entstehen. Der Unterschied liegt in den Details:

Um eine erstklassige Gebäudedämmung bei gleichzeitig optimalem Raumklima zu erreichen, entschieden wir uns für eine massive Ziegelbauweise mit Kalkzementputz. Auch die Dachbegrünung auf dem Verwaltungs- und einem Großteil des Logistikgebäudes mit ihrem 10 cm starken Substrataufbau 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 Rahmen der Erweiterung des Wareneingangsbereichs fiel die Entscheidung dagegen nicht auf eine Dachbegrünung, sondern auf eine stärkere Dachdämmung mit besserem Dämmwert.

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. So ist eine optimale Wärmedämmung gewährleistet und darüber hinaus wird die Gesundheit der Mitarbeiter geschont.

Im ganzen Haus wurden Guss- statt PVC-Rohre verbaut. Es gibt keine Mineralfaserdämmstoffe – die Bürowände wurden mit recycelten Papierfasern gedämmt. Die Fenster sind aus heimischen Hölzern. Atmende, gewachste Parkettböden, Naturfarben für die Wände, möglichst großzügige Flächen pro Arbeitsplatz, ausgewählte Pflanzen in den Büros und ergonomische Naturholzmöbel schaffen eine optimale und motivierende Arbeitsumgebung für die Mitarbeiter (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 18). Neben der Verwendung von umweltverträglichen Rohstoffen war die effiziente Nutzung von begrenzten Ressourcen ein wesentliches Ziel bei der Planung des Firmengebäudes.

Durch Oberlichter und große Fensterflächen haben wir im ganzen Haus viel natürliches Licht. In der dunklen Jahreszeit erzielen wir den gleichen Effekt mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum-Beleuchtung. Elektronische Vorschaltgeräte senken den Energieverbrauch um mindestens 25% gegenüber konventionellen Vorschaltgeräten und die Lebensdauer der Lampen wird wesentlich verlängert. Mitte 2017 wird im gesamten Logistikbereich eine bedarfs- und benutzerabhängige, energieeffiziente LED-Beleuchtung installiert (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 19).

...und außen

Vom attraktiven Cafeteriabereich und von der Längsseite des Verwaltungsgebäudes aus geht der Blick direkt auf die Terrasse und in den Naturgarten. Der naturnah gestaltete Garten ist mit seltenen einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt und bietet vielen Tierarten wertvollen Lebens- und Nahrungsraum.



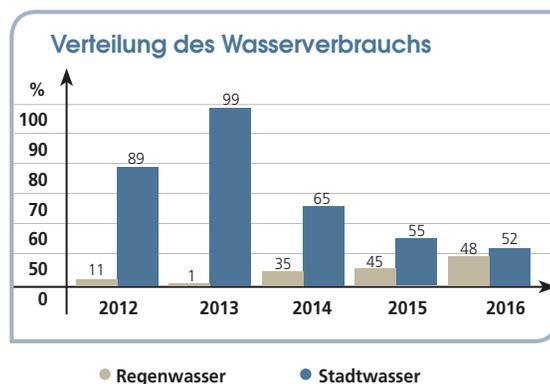
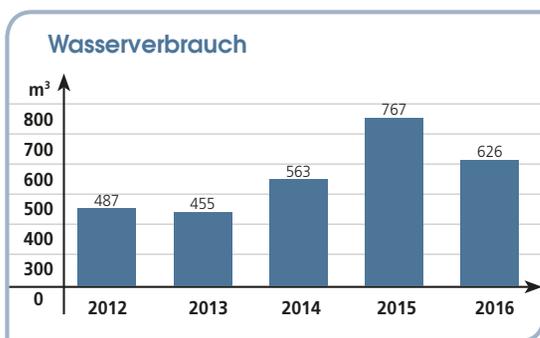
Wasserversorgung



Wasser wird bei der memo AG in erster Linie für die Sanitäranlagen und in der Cafeteria benötigt. Die Brauchwasserversorgung unserer Toiletten 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.

Der Wasserverbrauch bei der memo AG ist generell relativ niedrig. Trotzdem achten wir selbstverständlich auf einen möglichst geringen Verbrauch der wertvollen Ressource, denn auch in unserer Region macht sich die Klimaveränderung u.a. durch eine zunehmende Trockenheit bemerkbar. So halten wir z. B. mit Durchflussbegrenzern in allen Armaturen den Verbrauch so gering wie möglich.

Unser Wasserverbrauch lag in den letzten fünf Jahren durchschnittlich bei 580 m³ und pro Mitarbeiter bei 5,5 m³ Wasser im Jahr. Aufgrund des sehr heißen Sommers erreichte der Wasserverbrauch im Jahr 2015 mit 767 m³ den höchsten Stand der letzten Jahre. Dementsprechend lag auch der Wasserverbrauch pro Mitarbeiter mit 6,9 m³ deutlich über dem Durchschnitt. Im Jahr 2016 konnten wir den Wasserverbrauch wieder um 18 % auf 626 m³ senken. Pro Mitarbeiter wurde mit 5,5 m³ wieder exakt der Durchschnittswert der letzten Jahre erreicht. In den Jahren 2012 und 2013 konnten wir die Regenwasserzisterne aufgrund technischer Probleme und Wartungsarbeiten leider kaum nutzen. Seit 2014 sind diese Probleme behoben. Der Regenwasseranteil am Gesamtverbrauch liegt seitdem zwischen 30 % und 50 %.



Strombedarf



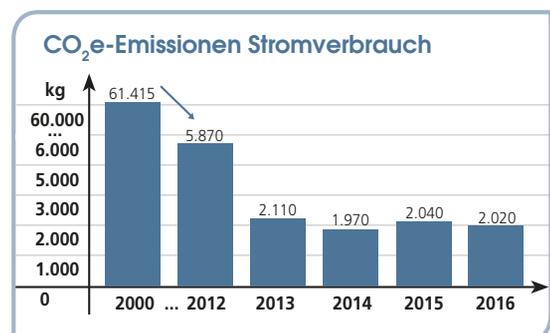
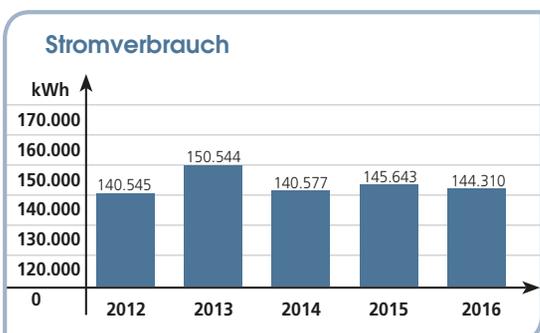
Strom wird bei der memo AG vor allem für EDV- und Bürogeräte sowie für die Raumbelichtung benötigt. Wo großzügige Fensterflächen und zusätzliche Oberlichter nicht ausreichen, setzen wir Tageslichtspektrum-Leuchten mit elektronischen Vorschaltgeräten ein. In den Bürogängen sorgen Bewegungsmelder und Tageslichtsensoren 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.

Seit 2001 bezieht die memo AG ihren Strom aus 100 % regenerativen Energien. Das zusätzliche ok-power-Siegel garantiert, dass mindestens ein Drittel des erzeugten Stroms aus neuen Kraftwerken anfallen würde.

sind, stammen. Der Strom der memo AG stammt weder aus Atom-, Kohle-, Gas- noch Ölkraftwerken.

In den letzten fünf Jahren verbrauchte die memo AG im Durchschnitt 144.324 kWh Strom. Mit einem Verbrauch von 144.310 kWh in 2016 konnten wir einen um 66,7 t geringeren CO₂-Ausstoß vorweisen, als gegenüber einem herkömmlichen Anlagenmix des deutschen Kraftwerksparks anfallen würde.

Im Sommer 2017 installieren wir in der Logistik eine neue LED-Beleuchtungsanlage. Durch die Umstellung auf energieeffiziente LED-Leuchtmittel in Kombination mit einer intelligenten, bedarfsgerechten Systemsteuerung planen wir mit einer jährlichen Stromeinsparung zwischen 15 % bis 20 % unseres gesamten Strombedarfs.



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 möglichst niedrigem Niveau zu halten. Details dazu finden Sie auf Seite 54.

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. Aufgrund der engen Zeitvorgaben entschieden wir uns beim Neubau im Jahr 1995 für eine herkömmliche, technisch ausgereifte Ölheizung. Seit der Inbetriebnahme einer Holz-Hackschnitzel-Heizung im Jahr 2006 wird diese jedoch nur noch zur Ausfallsicherung oder als Zusatzkapazität an extrem kalten Wintertagen oder während langer Kälteperioden eingesetzt. Die Hackschnitzel stammen aus regionalen Quellen und werden im Rahmen von Durchforstungs- und Landschaftspflegemaßnahmen gewonnen. Seit der Installation der Holz-Hackschnitzel-Heizung konnten wir insgesamt etwa 563 Tonnen CO₂e-Emissionen einsparen. Wesentliche Parameter für die Höhe der Einsparungen sind die klimatischen Bedingungen und der reibungslose Betrieb der Heizanlage. Strengere Winter erfordern längere Betriebszeiten

der unterstützenden Ölheizung. Weiterhin hängt der reibungslose Betrieb der Hackschnitzel-Heizung wesentlich von der Qualität der Holz-Hackschnitzel ab. Unter optimalen Bedingungen wie im Winter 2013/14 decken wir etwa 99 % des erforderlichen Energiebedarfs durch erneuerbare Ressourcen.

Im Winter 2015/16 konnte die Hackschnitzel-Heizung während der kalten Winterzeit aufgrund technischer Probleme und notwendiger Reparaturen einige Wochen nur vergleichsweise ineffizient betrieben werden. Deshalb ist der Heizölverbrauch in diesem Zeitraum um fast 50 % gestiegen. Die CO₂e-Emissionen lagen mit 50.235 kg in 2016 über dem Durchschnittswert der letzten fünf Jahre von 43.422 kg.

Seit 2015 nutzen wir das Gebäude auf dem 2013 erworbenen Nachbargrundstück als Bürofläche. Aus technischen Gründen konnte das Gebäude nicht an die Holz-Hackschnitzel-Heizung angebunden werden. Es wird daher mit einer bestehenden Flüssiggasheizung beheizt. Da es sich um ein kleines Gebäude handelt, ist der Verbrauch von Flüssiggas gering (2015: 243 m³ / 2016: 350 m³). 2016 entstanden durch diesen Energieträger 2.650 kg CO₂e-Emissionen.

Neben den Treibhausgasemissionen entstehen durch den Betrieb der Heizanlagen bei memo auch geringe Mengen an Luftschadstoffen wie z.B. Kohlenmonoxid (CO). Alle Anlagen werden regelmäßig durch unabhängige Stellen geprüft und die rechtlichen Anforderungen zu Emissionsgrenzwerten eingehalten.

Energieverbrauch Heizanlagen in 2016 (in kWh)

Holz-Hackschnitzel-Heizung

714.277

Ölheizung

61.110

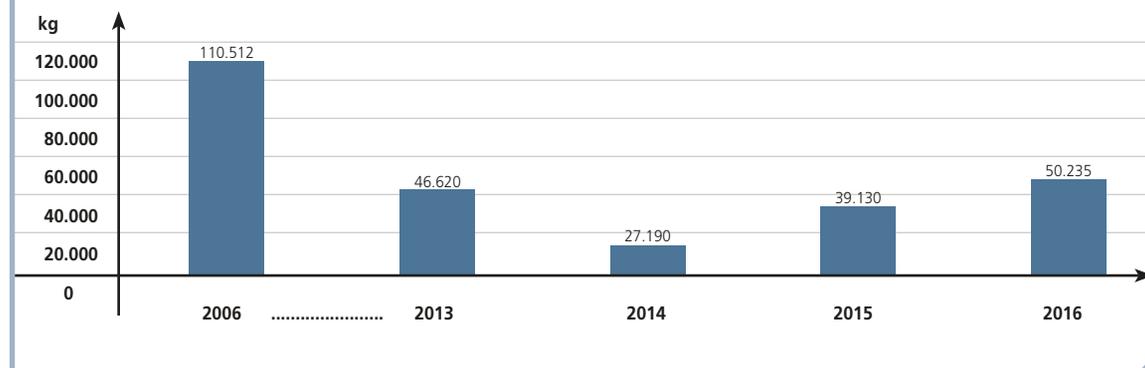
Flüssiggas-Heizung

9.482



Holz-Hackschnitzel-Heizung

CO₂e-Emissionen Heizung



Nachhaltige Mobilität und Geschäftsreisen



Der Verkehrssektor hat in Deutschland einen erheblichen Anteil an den Treibhausgasemissionen. Als verantwortungsvolles Unternehmen ist es daher unser Ziel, die von uns verursachten Emissionen im Bereich Mitarbeitermobilität und Geschäftsreisen möglichst gering zu halten.

Die memo AG sitzt am Unternehmensstandort Greußenheim relativ ländlich und ist vergleichsweise schlecht mit dem öffentlichen Personennahverkehr zu erreichen. Hinzu kommen die flexiblen und unterschiedlichsten Arbeitszeiten vieler Mitarbeiter. Durch verschiedene Maßnahmen wollen wir sie 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 memo Intranet erfassen. Die Mitarbeiter mit den meisten Einträgen pro Verkehrsmittel werden mit einem Einkaufsgutschein von memo belohnt. Weiterhin unterstützen wir unsere Mitarbeiter bei der Bildung von Fahrgemeinschaften und bieten ein steuervergünstigtes Leasing-Modell für (E-)Bikes an. Regelmäßige Sprit-Spartrainings runden das Angebot ab.



Wir pflegen einen intensiven, persönlichen Kontakt zu unseren Stakeholdern und insbesondere zu unseren Kunden und Lieferanten (Lesen Sie dazu mehr ab Seite 62). Zur Sicherstellung der Umwelt- und Qualitätsstandards unserer Produkte und der laufenden Optimierung unseres Kundenservice sind Geschäftsreisen unvermeidbar und werden in Zukunft eher zunehmen.

Soweit möglich und sinnvoll legen wir Langstrecken mit der vergleichsweise umweltverträglichen Bahn zurück. 2015 und 2016 waren das insgesamt 75 Reisen. Als Geschäftskunde der Deutschen Bahn reisen wir durch den Einsatz von 100 % Ökostrom klimaneutral. Alle Mitarbeiter, die regelmäßig unterwegs sind, erhalten vom Unternehmen eine BahnCard. Außerdem haben wir einen Partnervertrag mit einem Autovermieter abgeschlossen, um Langstrecken mit der Bahn zu tätigen und anschließend bei Bedarf für die Weiterfahrt in ländliche Gegenden auf einen Mietwagen zu wechseln.

Innerhalb Deutschlands fliegen wir grundsätzlich nicht und auch bei Reisen in angrenzende Länder wählen wir, wo sinnvoll und abhängig von der Zugverbindung, die Bahn.

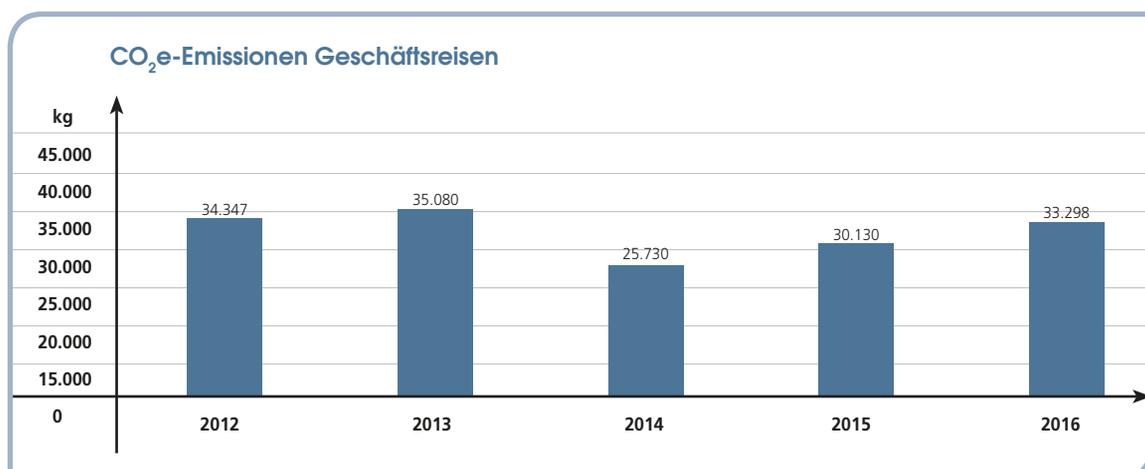
Komplett vermeiden können wir Flugreisen natürlich nicht. Da wir jedoch Lieferanten aus Deutschland und Europa bevorzugen, wurde in den Jahren 2015 und 2016 lediglich eine einzige Flugreise unternommen. Diese verursachte 438 kg CO₂e-Emissionen.



Der Fuhrpark der memo AG besteht aus einem LKW, zwei Diesel-PKW, einem Elektro- und zwei Erdgasfahrzeugen.

Das Elektrofahrzeug haben wir im Mai 2011 für Kurzstrecken in der Region – vor allem zu unserer Druckerei während der Katalogproduktion – angeschafft. Es wird ausschließlich mit Strom aus 100 % regenerativen Energien „betankt“. Seit der Einführung des „softproof-Verfahrens“ für die Herstellung unserer Printmedien im Jahr 2015 (Details dazu finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2015/16 auf Seite 39), hat sich die jährliche Fahrleistung in den letzten beiden Jahren von durchschnittlich knapp 7.000 km auf 3.000 km mehr als halbiert. Mittlerweile haben wir mit dem Fahrzeug insgesamt 33.000 km Wegstrecke nahezu emissionsfrei zurückgelegt.

Seit 2011 betreuen wir unsere Key Account-Kunden auch durch regelmäßige persönliche Kundenbesuche. Im Jahr 2016 wurde dieser Vertriebsbereich von einem auf drei Mitarbeiter erweitert. Zwei dieser Mitarbeiter fahren PKWs mit Erdgasantrieb. Einer der Key Account-Manager nutzt einen Diesel-PKW aus dem bestehenden Fuhrpark, für den kein Ersatz angeschafft wurde. Aufgrund des personellen Ausbaus des Außendienstes hat sich in 2016 auch die jährliche Fahrleistung gegenüber den Vorjahren verdoppelt und liegt bei knapp 64.000 km. Um die aus dem Außendienst resultierende Steigerung der Geschäftsreisen im Rahmen zu halten, werden – soweit möglich – mehrere Kunden innerhalb einer Geschäftsreise besucht. Die durch Geschäftsreisen verursachten Emissionen lagen im Jahr 2015 bei 30.130 kg, in 2016 bei 33.298 kg CO₂e. Trotz der doppelten Fahrleistung im Außendienst bedeutet das einen Anstieg von vergleichsweise moderaten 11 %. Nach wie vor wollen wir unseren Fuhrpark – abhängig von den finanziellen Mitteln und der technischen Entwicklung – weiter optimieren, um Schadstoffemissionen zu reduzieren. Hierfür beobachten wir diesen Markt mit seinen sehr dynamischen Prozessen intensiv und laufend.



Papierbedarf und -verbrauch



Trotz der fortschreitenden Entwicklung im Bereich der Kommunikationstechnologien sind wir auch heute noch weit entfernt vom sogenannten papierlosen Büro. Jeder Arbeitnehmer druckt im Schnitt 25 Seiten pro Tag und damit rund 5.700 Seiten pro Jahr aus. Beim Recycling von Altpapier dagegen nimmt Deutschland mit 74 % (in 2013) eine vordere Position ein (Quelle: Recyclingpapier-Report 2015 der Initiative Pro Recyclingpapier).

Um die wertvollen Ressourcen Holz und Wasser sowie Energie und CO₂-Emissionen einzusparen, verwendet auch die memo AG für den internen Bedarf und für die gesamte externe Korrespondenz seit jeher und ausschließlich 100 % Recyclingpapier mit dem Blauen Engel.

Wir sparen Papier z. B. durch den weitestgehenden Verzicht auf Ausdrucke digitaler Dokumente, durch doppelseitiges Drucken und Kopieren oder durch die Weiterverwendung von Fehldrucken für Notizen. Ein Großteil des Bedarfs an Druck- und Kopierpapier wird bei der memo AG mit Papier gedeckt, das von Kunden zurückgesendet wird, bzw. Mängel oder Defekte aufweist, so dass dieses nicht mehr verkauft werden kann. Alle ausgehenden Rechnungen, Lieferscheine und Gutschriften werden digital archiviert.

Wir benötigen Papier in erster Linie für die Kommissionierung und den Versand unserer Waren sowie für Dokumente für unsere Kunden wie Rechnungen und Lieferscheine.

Im Bereich der Kommissionierung bündeln wir bis zu 32 Kundenaufträge auf einer Kommissionierliste, um Papier einzusparen. Diese Listen und alle weiteren Dokumente innerhalb der Logistik werden außerdem doppelseitig und in Schwarz-Weiß ausgedruckt.

Seit 2016 versenden wir Rechnungen an unsere Kunden – soweit von ihnen nicht anders erwünscht und eine eindeutige E-Mail-Adresse vorliegt – in elektronischer Form. Aktuell versenden wir 55 % aller Rechnungen digital – Tendenz steigend. Rechnungen in Papierform werden ebenfalls ausschließlich doppelseitig und in Schwarz-Weiß gedruckt.

Aufgrund der geringen Retourenquote von unter 5 % verzichten wir bei gewerblichen Kunden auf die Beilage eines Retourenscheins. Für eventuelle Rücksendungen bieten wir eine einfache Abwicklung über unsere Onlineretoure an. Auf vielfache Nachfrage erhalten unsere Privatkunden seit 2014 Papier-Retourenscheine zu ihren Warensendungen. Wir weisen jedoch auch hier bei jeder Lieferung auf unsere Onlineretoure hin und vermerken die gewählte Option auf Wunsch in den Kundendaten unseres Warenwirtschaftssystems.



Der gesamte Papierverbrauch der memo AG lag 2015 bei knapp 541.000 und 2016 bei rund 527.000 Blatt. Das sind durchschnittlich 4.156 Blatt pro Mitarbeiter und Jahr. Damit liegen die memo Mitarbeiter mit 1.544 Blatt und 27 % unter dem Bundesdurchschnitt. In den letzten fünf Jahren konnten wir unseren Papierverbrauch um 10,4 % reduzieren. Aufgrund der Verwendung von Recyclingpapier sparten wir alleine im letzten Jahr knapp 5 t Holz, 83.356 l Wasser, 17.166 kWh Energie und 457,5 kg CO₂e ein.

Durch unseren internen Papierbedarf verursachten wir in den letzten fünf Jahren im Durchschnitt knapp 2,5 t CO₂e-Emissionen. Trotz dieser vergleichsweise niedrigen Zahl werden wir auch in Zukunft unsere Bemühungen und Maßnahmen zur Einsparung von Papier und damit zur Schonung wertvoller Ressourcen fortsetzen.

Nachhaltigkeitsrechner für Büropapier

Papierverbrauch

527000

Blatt DIN A4

GO

	Recyclingpapier	Frischfaserpapier
Altpapier (in kg) / Holz (in kg)	2.945,1	7.878,0
Wasserverbrauch (in l)	53.905,1	137.260,9
Gesamt-Energie-Verbrauch (in kWh)	11.030,3	28.196,6
CO₂-Emission (in kg CO ₂)	2.329,8	2.787,3

Quelle: Nachhaltigkeitsrechner der Initiative Pro Recyclingpapier (IPR), www.papiernetz.de



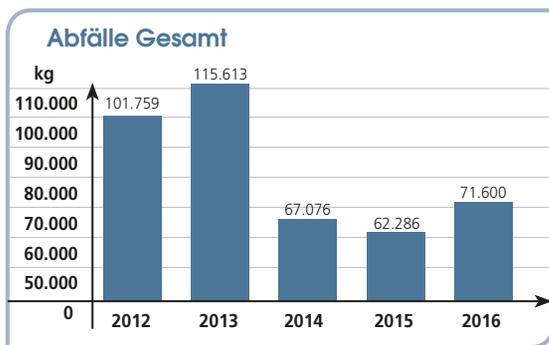
Abfallmanagement



Bei der memo AG 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. Im Jahr 2016 sind bei uns 1.937 Energiesparlampen und 100 kg Altöl 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.



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 so weit wie möglich. Eine zentrale Herausforderung ist dabei die Planung der „Hausauflage“. Dabei handelt es sich um die Kataloge, die während ihrer Gültigkeit für Kundenanfragen bei uns auf Lager sein und bis zum Erscheinen des Folgekatalogs ausreichen müssen. Ziel ist es, diese Anzahl nahezu exakt zu bestimmen. Durch Optimierung der Auflage und des Katalogumfangs sowie einer sorgfältigen Planung der Restauflage konnten wir die Anzahl überschüssiger Kataloge, die entsorgt werden mussten, seit 2014 deutlich reduzieren. Trotz unserer Maßnahmen ist die Menge entsorgter Kataloge jedoch im Jahr 2016 erneut um 16% gestiegen. An dieser Stelle sind wir gefragt, durch eine noch bessere Planung eine erneute Reduzierung zu erzielen. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 44.

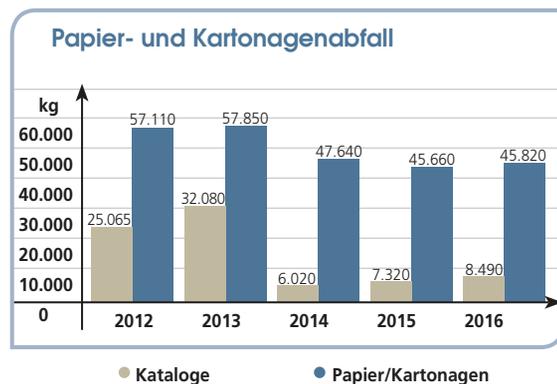
Allgemeiner Papierabfall:

Durch regelmäßige Schulungen und Informationsveranstaltungen sowie im täglichen Büroalltag motivieren wir unsere Mitarbeiter zu einem sparsamen Umgang mit dem wertvollen Rohstoff Papier. Zusätzlich werden organisatorische und technische Maßnahmen ergriffen, um den internen Papierverbrauch zu reduzieren. So werden seit 2016 in der Logistik Kommissionierlisten nur noch doppelseitig ausgedruckt. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 58.

Verpackungsabfall:

Kartonagenabfälle entstehen bei der memo AG fast ausschließlich durch die Anlieferung verpackter Waren. Um die Menge dieser Abfälle immer weiter zu reduzieren, arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen und optimieren Verpackungen und Bestellmengen. Auf diese Weise konnten wir in den letzten beiden Jahren den Kartonagenabfall nochmals um 4,2% in 2015, bzw. 3,8% in 2016 gegenüber 2014 reduzieren.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 46.

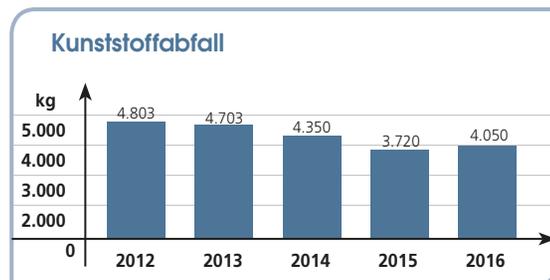


Kunststoffabfall

Auch Kunststoffabfälle entstehen bei uns 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 Lösungen zum sparsamen Einsatz von Verpackungsmaterial.

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

Auf diese Weise können wir seit dem Jahr 2012 unseren Kunststoffabfall pro Jahr konsequent unter 5.000 kg halten. 2016 sind 4.050 kg Kunststofffolie angefallen.



Haus- und Biomüll

Für die Entsorgung unserer geringen Mengen an Haus- und Biomüll arbeiten wir mit dem kommunalen Entsorgungsträger zusammen. Eine exakte Gewichtsmessung dieser Abfallarten führen wir aus Effizienzgründen nicht durch.

Vermeiden vor Reduzieren vor 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 Treibhausgas-Emissionen. 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 Scope 1- und Scope 2-Emissionen sowie eine für Scope 3-Emissionen.

Scope 1+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 Scope 1+2-Emissionen an den gesamten Emissionen unserer Klimabilanz beträgt im Jahr 2016 19,3 %.

Scope 3-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 Scope 3-Emissionen unserer Klimabilanz im Jahr 2016 beträgt 80,7 %.

Als Systemgrenze für relevante Scope 3-Emissionen haben wir Aspekte gewählt, die für unseren Geschäftsbetrieb wesentlich sind und die wir durch Auswahl der Geschäftspartner oder Materialien selbst beeinflussen können.

Scope 3-Emissionen, die wir nicht direkt beeinflussen können, bzw. deren Ermittlung für uns wirtschaftlich und organisatorisch nicht realisierbar ist, sind nicht Bestandteil unserer Klimabilanz. Dazu gehören beispielsweise die Beschaffung unserer Waren von Lieferanten bzw. Herstellern oder die Fahrten unserer Mitarbeiter zu ihrem Arbeitsplatz.

Auch wenn diese Aspekte nicht Bestandteil unserer Klimabilanz sind, versuchen wir dennoch durch geeignete Maßnahmen unseren Beitrag zur Reduzierung ihrer Umweltauswirkungen zu leisten.



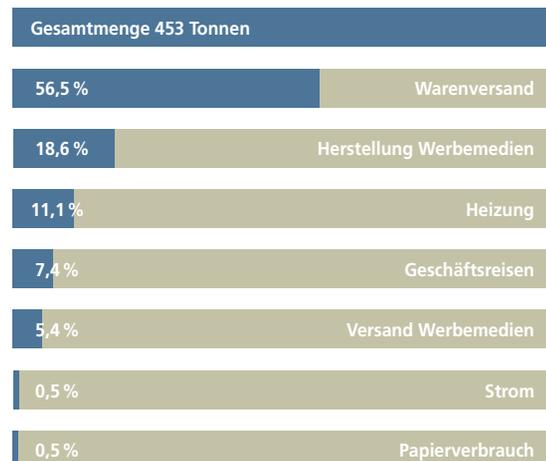
Entwicklung der Treibhausgas-Emissionen

Im Jahr 2016 hat die memo AG etwa 453 t CO₂e erzeugt. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Reduzierung um 15 %. Seit dem Jahr 2008 konnten wir unsere Emissionen um 31 % senken. Unseren Zielwert von 525 t CO₂e für das Jahr 2020 haben wir bereits jetzt erreicht.

Die Entwicklung der absoluten Emissionen hängt allerdings 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.

Verteilung der Treibhausgas-Emissionen der memo AG im Jahr 2016



Wichtige Klimaschutz-Maßnahmen der memo AG im Überblick:

SCOPE 1+2

Papierverbrauch (Details auf Seite 58)

- Einsatz von 100 % Recyclingpapier mit Blauem Engel
- Doppelseitiges Kopieren und Drucken
- Elektronischer Rechnungsversand
- Digitale Archivierung

Der interne Papierverbrauch verursacht lediglich 0,5 % der gesamten Emissionen unserer Klimabilanz. Seit dem Jahr 2008 konnten wir die Emissionen durch den Papierverbrauch um 31 % auf 2.331 kg CO₂e reduzieren.

Raumwärme-Erzeugung (Details auf Seite 54 und 56)

- Optimierte Gebäudedämmung
- Raumwärme in Gebäudezonen separat regelbar
- Abschaltung der Heizanlage im Sommer
- Wärmeerzeugung weitgehend auf Basis nachwachsender Rohstoffe (seit 2006)

Seit der Installation der Holz-Hackschnitzel-Heizung im Jahr 2006 konnten wir insgesamt etwa 563 t CO₂e-Emissionen für unsere Wärmeversorgung einsparen und decken etwa 92,5 % des Energiebedarfs durch erneuerbare Ressourcen. Die Emissionen im Jahr 2016 betragen 50.235 kg (7,45 kg CO₂e/m² Gebäudefläche). Der Anteil an den gesamten Emissionen beträgt 11,1 %.

Stromverbrauch (Details auf Seite 55)

- Energiesparende Beleuchtungssysteme
- 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 97 % reduzieren. Der Anteil an den gesamten Emissionen beträgt deshalb lediglich 0,5 %. Im Jahr 2016 wurden durch den Strombedarf 2.020 kg CO₂e erzeugt (17,9 kg CO₂e/Mitarbeiter).

Fuhrpark (Details auf Seite 57)

- Nutzung eines Elektrofahrzeugs für Kurzstrecken (seit 2011)
- Nutzung von zwei Erdgasfahrzeugen für den Außendienst (seit 2012 und 2016)
- Konzentration auf einen Logistik-Standort (seit 2007)

Im Jahr 2016 haben wir mit unseren Firmenfahrzeugen knapp 104.000 km zurückgelegt. 45 % der zurückgelegten Strecke entfällt auf die Erdgasfahrzeuge für den Außendienst im Vertrieb. Trotz Investitionen in energieeffiziente Fahrzeuge sind die Treibhausgasemissionen aufgrund einer gestiegenen Fahrleistung seit 2008 um 24 % gestiegen. Im Jahr 2016 entstanden 32.860 kg CO₂e.

SCOPE 3

Herstellung der Werbemedien (Details auf Seite 44)

- Einsatz von 100 % Recyclingpapier
- Blauer Engel für Druckerzeugnisse
- Einsatz von Ökostrom für den Druck der Jahreskataloge
- Auswahl von regionalen Dienstleistern
- Ständige Optimierung von Umfang und Auflagenhöhe

Durch eine systematische Planung konnten wir die Anzahl und den Umfang der hergestellten Werbemedien seit dem Jahr 2008 kontinuierlich optimieren und die absoluten Emissionen um 75 % senken. Durch die Herstellung unserer Kataloge und Mailings entstanden im Jahr 2016 etwa 84.000 kg CO₂e (0,10 kg/Werbemittel). Alleine im Jahr 2016 konnten wir vor allem durch eine gezielte Reduzierung von Auflage und Umfang der Jahreskataloge 100 t CO₂e und 50 t Papier einsparen.

Versand Werbemedien (Details auf Seite 44)

- Einsatz von Recyclingpapier oder Recyclingfolie als Verpackungsmaterial für Gewerbekunden-Kataloge
- Versand unserer Privatkunden-Kataloge ohne Verpackung
- Bevorzugung von Dienstleistern mit qualifiziertem Flotten- und Umweltmanagement

Durch eine systematische Planung konnten wir die Anzahl und den Umfang der versendeten Werbemedien seit dem Jahr 2008 kontinuierlich optimieren und die absoluten Emissionen um 74 % senken. 2016 wurden 24.100 kg CO₂e erzeugt. Dies entspricht etwa 5,4 % unserer gesamten Emissionen.

Warenversand (Details auf Seite 48-50)

- Einsatz des Mehrweg-Versandsystems „memo Box“
- Einsatz von Recyclingpapier als Füllmaterial zur Transportsicherung beim Warenversand
- Bevorzugung von Dienstleistern mit qualifiziertem Flotten- und Umweltmanagement
- Zusammenarbeit mit Radlogistik-Unternehmen

Durch den Warenversand an und die Retouren von unseren Kunden entstanden im Jahr 2016 insgesamt 255 t CO₂e-Emissionen (ca. 56,5 % der Gesamtemissionen unserer Klimabilanz). Ein Paket an einen Kunden verursacht zwischen 0,5 und 1,0 kg CO₂e. Die Emissionen durch unseren Paketversand konnten wir im Jahr 2016 gegenüber dem Vorjahr um 11 % reduzieren.

Eine Palettensendung erzeugte 2016 im Schnitt 27 kg CO₂e-Emissionen. Aufgrund gesteigerter Versandvolumina und einer höheren Fahrleistung haben sich hier die Emissionen gegenüber dem Vorjahr in etwa verdoppelt.

Geschäftsreisen (Details auf Seite 57)

- Bevorzugung der Bahn für Geschäftsreisen
- Weitestgehende Vermeidung von Flugreisen

Im Jahr 2016 sind durch Geschäftsreisen mit der Bahn keine und mit dem Flugzeug 438 kg CO₂e-Emissionen in unserer Klimabilanz entstanden. Mit der Deutschen Bahn reisen wir durch den Einsatz von 100 % Ökostrom klimaneutral. Innerhalb Deutschlands fliegen wir grundsätzlich nicht.

Kompensation der verbleibenden Treibhausgas-Emissionen

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. 2016 unterstützten wir zum Beispiel ein Solar- und Bildungsprojekt in Tansania oder ein Aufforstungsprojekt in Costa Rica.



Stakeholder der memo AG

Dienstleister



Medien



Mitarbeiter



Politik und
Behörden



Verbände,
Vereine, NGOs



Offen für den Dialog

Gerade als ganzheitlich nachhaltiges Unternehmen halten wir die Bereitschaft für einen offenen und ehrlichen Dialog mit unseren Stakeholdern für unerlässlich. Dabei wollen wir ihnen ein zuverlässiger Partner sein und mit ihnen zusammen eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft fördern.

memo

Kunden



Wettbewerb



Lieferanten



Aktionäre



Bildung und
Forschung



Stakeholder – was bedeutet das für uns?



Nachhaltigkeit heißt für uns, verantwortlich zu handeln. Wir sehen Nachhaltigkeit als eine Aufgabe der gesamten Gesellschaft an. Nur durch die Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik, NGOs und Verbänden sowie durch die Mithilfe jedes Einzelnen kann eine nachhaltige Entwicklung vorangebracht und erreicht werden.

Unsere Stakeholder – unsere Bezugsgruppen – kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen. Unabhängig davon, ob sie innerhalb oder außerhalb des Unternehmens sitzen: Wir tauschen uns mit ihnen regelmäßig oder unregelmäßig, intensiv oder extensiv, systematisch oder unsystematisch, geplant oder ungeplant aus. Die Interessen und Ansprüche unserer Stakeholder sind vielschichtig: Den Mitarbeitern geht es vor allem um einen sicheren und zukunftsfähigen Arbeitsplatz. Unsere Kunden erwarten von uns ein sorgfältig geprüftes, nachhaltiges Sortiment zu fairen Preisen. Umweltschutzverbände messen uns an unseren Maßnahmen zum Klima- und Ressourcenschutz.

Mit ihnen allen stehen wir mehr oder weniger in Dialog und sind offen für Anregungen, Informationen und selbstverständlich auch für Kritik. Wir wollen mit und von unseren Stakeholdern lernen, gemeinsam Dinge bewegen und miteinander Sinnvolles bewirken. Als kleines Unternehmen unterstützen wir im Rahmen unserer Möglichkeiten Projekte und Initiativen zum Thema Nachhaltigkeit. 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 darauf, dass sie zu unserer Philosophie und unserem Kerngeschäft passen. Ziel ist es 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.

Gerade ein Unternehmen wie die memo AG, die Nachhaltigkeit ganzheitlich lebt, könnte ohne ihre Stakeholder nicht existieren. Mit ihnen zusammen sind wir Teil eines großen Ganzen und sehen unsere Beziehung nicht nur als gegenseitigen Austausch, sondern als wertvolle Partnerschaft.

Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit

Mitarbeiter



Die Mitarbeiter sind einer der wichtigsten Stakeholder der memo AG, denn nur mit ihnen zusammen können wir Nachhaltigkeit ganzheitlich im Unternehmen umsetzen. Jeder unserer Mitarbeiter leistet täglich in seinem Bereich eigenverantwortlich seinen Beitrag zur Nachhaltigkeit der memo AG. Unerlässlich dafür ist ein ständiger Austausch zu aktuellen Themen gesellschaftlicher Verantwortung.

Nicht nur unsere Unternehmens-, sondern auch unsere Gesprächskultur ist offen und durch flache Hierarchien geprägt. Für ein Gespräch mit einem Mitglied der Geschäftsleitung muss bei uns nicht zwingend ein Termin vereinbart werden. Hinzu kommen weitere Möglichkeiten für den Austausch, wie z.B. regelmäßige Audits und Personalversammlungen. Eine schriftliche Befragung ermittelt alle zwei Jahre die Zufriedenheit der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, ihrem Arbeitsbereich, dem jeweiligen Vorgesetzten und der Geschäftsleitung (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 24). Anregungen, Probleme und Kritik können die Mitarbeiter außerdem schriftlich über unsere „Komm-Box“ an die Geschäftsleitung herantragen.

Kunden



Täglich treten unsere Kunden per E-Mail, Telefon, Brief oder über unsere Social Media -Kanäle mit uns in direkten Kontakt. Ihre Anfragen werden anschließend an die jeweils betreffende Fachabteilung zur Bearbeitung weitergeleitet. Wir bemühen uns, nahezu jede sinnvolle Anfrage zu beantworten. Inhaltlich haben unsere Kunden verschiedenste Anliegen – von Anregungen zu neuen Produkten, Fragen zur Nachhaltigkeit allgemein und zur Nachhaltigkeit von Produkten sowie der memo AG im Speziellen, Reklamationen und Beschwerden sowie Anfragen zur Unterstützung verschiedenster Projekte mit Geld- oder Sachspenden.

Außerdem haben unsere Kunden die Möglichkeit, in unseren Onlineshops memo.de und memolife.de Bewertungen zur memo AG und zu von ihnen gekauften Produkten abzugeben. Das ist sowohl für unsere Produktauswahl und -beurteilung als auch für andere Kunden hilfreich, da mittlerweile viele Menschen vor dem Onlinekauf Bewertungen lesen und sich daran orientieren.

Kunden, die bei uns Möbel oder Werbeartikel gekauft haben, erhalten nach der Lieferung der von ihnen bestellten Produkte schriftliche Fragebögen, um die Zufriedenheit mit uns und dem gelieferten Artikel zu ermitteln. Nach Rücksendung sichten wir die Ergebnisse und leiten bei Bedarf Maßnahmen zur Verbesserung unseres Service ein.

Aktionäre



Die Aktionäre der nicht börsennotierten memo AG sind die Vorstände Ulrike Wolf, Helmut Kraiß und Thomas Wolf sowie Mitbegründer Jürgen Schmidt, der nicht mehr im operativen Geschäft tätig ist. Die Mitarbeiter sind über die memo Mitarbeiter-Beteiligungsgesellschaft am Erfolg des Unternehmens beteiligt. Da im Gegensatz zu vielen anderen Aktiengesellschaften nahezu alle Aktionäre der memo AG auch im operativen Geschäft tätig sind, besteht ihrerseits ein berechtigtes Interesse am langfristigen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens. Ein persönlicher Austausch und die Einholung von Informationen der Aktionäre untereinander ist neben der jährlichen Hauptversammlung jederzeit gegeben.

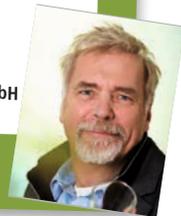
Lieferanten



Wir pflegen langfristige, partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferanten und den Herstellern der Produkte, die wir in unserem Sortiment führen. Mit manchen von ihnen arbeiten wir bereits seit dem Start unseres Versandgeschäftes im Jahr 1990 erfolgreich zusammen. Als Anbieter sorgfältig geprüfter nachhaltiger Produkte ist es unerlässlich, sowohl die Produkte als auch die Hersteller selbst genau „unter die Lupe zu nehmen“. Unsere Produktmanager pflegen einen intensiven persönlichen Kontakt mit Lieferanten, um Erfahrungen auszutauschen und Produktentwicklungen und -verbesserungen zu fördern und umzusetzen. In besonderem Maße gilt dies für unsere memo Markenprodukte. Aber auch bei auftretenden Problemen oder Reklamationen suchen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten nach geeigneten Lösungen. Gerade in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten hat sich diese Art der Zusammenarbeit bewährt und zur Festigung unserer Position am Markt beigetragen.

„Unser gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit hat zu Synergien bei der Produktentwicklung geführt. So konnte bei uns – initiiert und durchgeführt von memo – eine umfangreiche Produktanalyse der Flüssigseife erstellt werden, aus der weitere Optimierungen resultieren. Wir freuen uns auf mehr gemeinsame Projekte.“

Jürgen Hack
Geschäftsführer SODASAN
Wasch- und Reinigungsmittel GmbH



Dienstleister



Die memo AG nimmt Dienstleistungen in erster Linie für die Produktion der Werbemedien, für den Warenversand und für die Bereiche IT und e-Commerce in Anspruch. Hinzu kommen Dienstleister zur Berechnung und Kompensation von Treibhausgasemissionen sowie für den Bereich Entsorgung und Recycling. Soweit möglich wählen wir unsere Dienstleister nach ökologischen und sozialen Kriterien aus und streben partnerschaftliche, langfristige und dauerhafte Geschäftsbeziehungen mit ihnen an. Zusätzlich achten wir darauf, dass auch sie das Thema Nachhaltigkeit ernst nehmen und sich in diesem Bereich weiterentwickeln. Ein Beispiel aus dem Bereich Logistik ist die Velogista GmbH. Das Radlogistik-Unternehmen beliefert seit September 2016 unsere Kunden innerhalb des Berliner S-Bahn-Rings mit Elektro-Lastenrädern (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 49). Mit ihnen zusammen haben wir ein System entwickelt, das sowohl kundenorientiert als auch ökologisch ist. Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mussten im Vorfeld auf beiden Seiten Anpassungen in der IT vorgenommen werden. Außerdem war ein intensiver Informationsaustausch notwendig – beispielsweise zur Abwicklung unseres Mehrweg-Versandsystems „memo Box“. Und auch in Zukunft werden wir eng mit Velogista zusammenarbeiten, da ein Ausbau der Belieferung mit Elektro-Lastenrädern in Berlin und anderen Großstädten geplant ist.

Bildung und Forschung



Nachhaltigkeit ist ein sehr vielfältiges Thema und unterliegt auch dadurch einer ständigen Dynamik und Veränderung. Um als kleines Unternehmen immer auf dem aktuellen Stand zu sein, kooperieren wir immer wieder mit verschiedenen Bildungs- und Forschungseinrichtungen und beteiligen uns aktiv an Forschungsprojekten – gerne zum Thema Bildung für nachhaltige Entwicklung. So sind wir beispielsweise Unternehmenspartner der NaSch-Community, einem Netzwerk für Nachhaltige Schülerfirmen. Bei der Nationalen Plattform „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ (BNE) des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur nationalen Umsetzung des gleichnamigen UNESCO-Weltaktionsprogramms sind wir Beiratsmitglied im Fachforum „Berufliche Bildung“. Das Ziel ist es, konkrete Maßnahmen zur strukturellen Verankerung der BNE in allen Bildungsbereichen zu entwickeln und einen Nationalen Aktionsplan zu erarbeiten.

Weiterhin werden wir regelmäßig eingeladen, an Hochschulen Gastvorträge zur Nachhaltigkeit bei der memo AG zu halten.

Ein weiteres Beispiel unseres Engagements im Bereich Bildung und Forschung ist die Forschungsplattform „Biokunststoffe Nachhaltig“ (BiNa). Durch den Einsatz von Biokunststoffen besteht die Möglichkeit, fossile Ressourcen zu schonen und die Emission von klimarelevanten Gasen zu reduzieren. Die Frage ist jedoch, ob Biokunststoffe in Herstellung, Nutzung und am Ende ihres Lebensweges wirklich nachhaltiger sind als ihre fossile Konkurrenz und ob sich Probleme z.B. aus der Nutzung nachwachsender Rohstoffe ergeben.

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung unterstützt deshalb mit der Fördermaßnahme „Nachhaltiges Wirtschaften“ 30 Forschungsverbünde – darunter BiNA –, die Entwicklungsperspektiven für eine Wirtschaft, die Nachhaltigkeit in all ihren Dimensionen berücksichtigt, aufzeigen.

BiNa identifiziert die Möglichkeiten der Biokunststoffe als wichtigen Baustein der Green Economy in Deutschland und entwickelt fundierte Strategien und Handlungsempfehlungen für verschiedene (gesellschaftliche) Themengebiete auf Basis frei zugänglicher Informationen. Hierzu führt die Forschungsplattform unterschiedliche Akteure wie die memo AG zusammen, die aufgrund ihrer Kompetenzen ihren Beitrag zur Implementierung von Biokunststoffen leisten.

Projektpartner sind die Hochschule Hannover, das Institut für Biokunststoffe und Bioverbundwerkstoffe (IfBB), B.A.U.M. e.V., das Fraunhofer-Institut für Bauphysik (IBP), die Hochschule Weihenstephan-Triesdorf und die Technische Universität Braunschweig. Weitere Informationen finden Sie unter www.ifbb.wp.hs-hannover.de/bina.

Politik und Behörden



Die memo AG handelt seit Beginn an nach den obersten Grundwerten der Demokratie. Obwohl einige politische Parteien Kunde bei uns sind, tendieren wir jedoch zu keiner Partei und verhalten uns politisch neutral.

Aktiv arbeiten wir mit dem **Rat für Nachhaltige Entwicklung** zusammen, der erstmals im April 2001 von der Bundesregierung berufen wurde. 2011 hat der Rat für Nachhaltige Entwicklung den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), der von Organisationen und Unternehmen verschiedener Größe genutzt werden kann, beschlossen. Er soll Verbindlichkeit in der transparenten Darstellung der unternehmerischen Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung schaffen.

2016 haben wir bereits zum zweiten Mal eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex eingereicht. Die Entsprechenserklärung spielt für uns eine große Rolle, weil wir damit neben unserem Nachhaltigkeitsbericht und unseren anderen Kommunikationskanälen ein weiteres glaubwürdiges Instrument haben, um unsere nachhaltigen Maßnahmen und Leistungen sichtbar zu machen. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex ermöglicht zudem eine schnelle und übersichtliche Vergleichbarkeit unserer Nachhaltigkeitsleistungen mit anderen Unternehmen. Wir möchten zeigen, dass man mit einer nachhaltigen Wirtschaftsweise nicht nur dauerhaft unternehmerisch erfolgreich sein, sondern auch Vieles in der Gesellschaft bewegen kann.

Die Entsprechenserklärungen der memo AG zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex sowie den Leitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex, den wir in seiner Entwicklung unterstützt haben und in dem wir als Best Practice-Partner genannt sind, finden Sie unter

www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de.

Als Unternehmen halten wir alle für uns geltenden rechtlichen Bestimmungen ein. Mit Behörden arbeiten wir proaktiv zusammen. So stehen wir beispielsweise in regelmäßigem Austausch mit verschiedenen IHKs, als Ausbildungsbetrieb v.a. mit der IHK Würzburg-Schweinfurt, bei der wir auch in verschiedenen Prüfungsausschüssen sitzen.

Bei der IHK Nürnberg für Mittelfranken unterstützen wir den **Zertifikatslehrgang „CSR-Manager (IHK)“**. Er vermittelt in kompakter Form theoretische und wissenschaftliche Grundlagen zur Verankerung von Nachhaltigkeit in Unternehmen, ein ganzheitliches, konzeptionelles Verständnis des Themas und Handlungskompetenz für die praktische Umsetzung. Das Qualifizierungskonzept wurde mit einer Expertengruppe und in Zusammenarbeit mit der DIHK-Bildungs-GmbH entwickelt und setzt einen bundesweiten IHK-Zertifikatsstandard. In den vier zwei- und dreitägigen Modulen und den zwischenzeitigen Transferaufgaben befassen sich die Teilnehmer über einen Zeitraum von rund drei Monaten mit wirtschaftsethischen Grundlagen, Betrachtungen globaler und spezifischer Herausforderungen und Entwicklungen für Unternehmen und Gesellschaft, der Bestimmung von CSR-Handlungsfeldern in Unternehmen, praktischem Projekt- und Entwicklungsmanagement sowie CSR-Instrumenten, -Standards, -Initiativen, -Kommunikation und -Reporting.

Neben der professionellen Betreuung und Besprechung individueller Fragestellungen durch die Fachdozenten ergänzen Vortrags- und Gesprächsabende mit Praxisvertretern, darunter Lothar Hartmann, Nachhaltigkeitsmanager der memo AG, die Lehrgangsinhalte.



Wettbewerb



Als Versandhändler für nachhaltige Produkte und im Kern nachhaltiger Büroprodukte kommen unsere Wettbewerber sowohl aus der Papier-, Büro- und Schreibwaren-Branche als auch aus dem Bereich Nachhaltigkeit. Vor allem mit letzteren haben wir engen, aber regelmäßigen Kontakt – in erster Linie bei Veranstaltungen und Tagungen, die wir zum Austausch und zur Pflege unseres Netzwerks besuchen. Weiterhin sind wir Mitglied des Bundesverbandes e-Commerce und Versandhandel e.V. (bev) und dem Deutschen Dialogmarketing Verband e.V. (DDV). Auch hier besuchen wir in unregelmäßigen Abständen Tagungen und Kongresse, um uns auf dem Laufenden zu halten und uns mit anderen Versandhändlern und Mitbewerbern auszutauschen.

Medien



Die Unternehmenskommunikation der memo AG ist die Schnittstelle zwischen dem Unternehmen und allen Medien. Sie orientiert sich in ihrer Arbeit an den sieben Selbstverpflichtungen, die die Ethikkommission des Deutschen Rats für Public Relations 1991 verabschiedet hat, und kommuniziert ehrlich, offen und transparent über die Belange der memo AG.

Dabei werden nicht nur Medienanfragen schriftlich und mündlich beantwortet und Interviews – meist zusammen mit Vertretern entsprechender Unternehmensbereiche – in telefonischer oder persönlicher Form geführt. Durch den Versand von Pressemeldungen informiert die Unternehmenskommunikation auch proaktiv über aktuelle Themen, Produkte und Maßnahmen der memo AG. Empfänger sind in erster Linie Medien mit nachhaltigem Inhalt, Wirtschaftsmedien, die regionale Presse und Fachmedien aus den Bereichen PBS, Office, Werbeartikel und Marketing. Zusätzlich werden auch Kooperationspartner, die eigene Onlineplattformen haben oder Printmedien herausgeben, bedient. Mit ausgewählten Medien mit nachhaltigem Schwerpunkt bestehen Partnerschaften auf finanzieller Basis. Ein Beispiel ist der Nachrichtendienst UmweltDialog, der online, via Newsletter und in seinem Printmagazin über aktuelle Themen und Trends rund um die Einhaltung von Umwelt-, Sozial- und Verbraucherschutzaspekten sowie unternehmerische Verantwortung berichtet.

Verbände, Vereine und NGOs



Seit unserer Gründung beschäftigen wir uns intensiv und praxisnah mit den verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit. Für viele unserer Stakeholder sind wir oft die erste Anlaufstelle, wenn es um nachhaltige Fragen geht – nicht nur in Bezug auf unser Produktangebot. Auch zahlreiche Umweltorganisationen und Unternehmensverbände schätzen unser Fachwissen und ziehen uns – häufig als Best Practice-Beispiel für nachhaltiges Wirtschaften – zu ihren Projekten beratend oder als Partner hinzu oder gehen langfristige Partnerschaften mit uns ein. Wir beteiligen uns regelmäßig an der Entwicklung innovativer Lösungskonzepte zur Förderung der Entwicklung einer nachhaltigen Gesellschaft und unterstützen Veranstaltungen und Aktionen zu diesem Thema. Dabei sind wir stets darauf bedacht, nicht nur mit unserem Namen und unserem Logo Partner zu sein, sondern tatkräftig zur Realisierung der gemeinsamen Ziele beizutragen.

Bei vielen namhaften Organisationen, Vereinen und Verbänden sind wir – teils seit deren Gründung – Mitglied. Einen Überblick unserer Partner sehen Sie auf Seite 69. Im Folgenden finden Sie eine Auswahl der durchgeführten oder laufenden Projekte in den letzten beiden Jahren:



IPR – Initiative Pro
Recyclingpapier

Im August 2000 ist die memo AG der **Initiative Pro Recyclingpapier (IPR)** als Gründungsmitglied beigetreten.

Ganz in unserem Sinne ist es das Ziel der Initiative, nachhaltiges Wirtschaften zu fördern und vor allem die Akzeptanz von Recyclingpapier weiter zu erhöhen. Hierfür haben wir bereits zahlreiche Projekte und Aktionen der Initiative unterstützt.

Ein Beispiel ist die Kampagne „CEOs pro Recyclingpapier“. Seit dem Jahr 2012 richtete sie sich gezielt an Unternehmensführer, die persönlich für ressourceneffizientes Handeln Verantwortung übernehmen und mit konkreten Zielen für die Nutzung von Recyclingpapier wichtige Potenziale zur Ressourcenschonung erschliessen. Im Zuge der erfreulichen Entwicklung dieser Kampagne wurde der Onlineauftritt Anfang 2017 modernisiert und präsentiert sich seitdem unter dem neuen Kampagnendach „CEOs bekennen Farbe“. Rund 90 CEOs der deutschen Wirtschaft engagieren sich bereits persönlich für die Umstellung auf Recyclingpapier, darunter der gesamte fünfköpfige Vorstand der memo AG. Und auch wir stellen wie viele weitere beteiligte Unternehmen im neu etablierten Unternehmensportal unser Ressourcenschutz-Engagement vor. Diese Ressourcenschutzprofile geben einen Überblick über vorbildhafte Unternehmen der deutschen Wirtschaft.

www.papiernetz.de, www.ceos-bekennen-farbe.de

„Als Gründungsmitglied der Initiative Pro Recyclingpapier trägt die memo AG mit viel Engagement zur Förderung von Papieren mit dem Blauen Engel bei. Mit zahlreichen gemeinsamen Aktivitäten ist es gelungen, eine jährlich steigende Zahl von Verbrauchern und Unternehmen zur Umstellung ihres Papierbedarfs auf Recyclingpapier zu motivieren. Die Zusammenarbeit mit der memo AG schätzen wir seit nunmehr 17 Jahren als besonders fruchtbar, erfolgsorientiert und in vorbildhafter Weise konsequent nachhaltig.“

Sönke Nissen
Leiter der Geschäftsstelle
Initiative Pro Recyclingpapier





Seit 2016 rufen Bundesumweltministerium, Umweltbundesamt, Jury Umweltzeichen und die RAL gGmbH alle Interessierten dazu auf, am 25. Oktober anlässlich des

„**Aktionstags Blauer Engel**“ aktiv zu werden. Dabei werden der Blaue Engel und seine Umweltvorteile für Verbraucher, die Orientierung im „Labeldschungel“ suchen, in den Vordergrund gestellt. Mit dem Aktionstag will der Blaue Engel zeigen, dass nachhaltiger Konsum zeitgemäß und für nachfolgende Generationen und die Umwelt wichtig ist. Neben vielen weiteren Aktionen findet bundesweit von Mitte Oktober bis Ende November in den Bürgerservices ausgewählter Kommunen ein Gewinnspiel statt. An einem Infostand werden dabei die Umweltvorteile unterschiedlicher Blauer Engel-Produkte vorgestellt und die Teilnehmer können eine Postkarte ausfüllen, auf welcher sie drei Fragen zum Umweltzeichen korrekt beantworten müssen, um an einer Verlosung teilzunehmen. Die memo AG unterstützt dieses Gewinnspiel mit Sachpreisen, die selbstverständlich den Blauen Engel tragen.

www.blauer-engel.de/aktionstag

Geflüchteten, die zu uns nach Deutschland kommen, ist oft nicht bewusst, wie wichtig Ressourcenschutz, der sparsame Umgang mit Wasser und Energie sowie die Themen Abfall und Abfallverwertung sind. Doch gerade für ihre Akzeptanz, bzw. die Akzeptanz von Asylunterkünften, spielt ein effizienter Umgang mit Ressourcen eine wichtige Rolle.

Die Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung Bundesverband e.V. (ANU) führte deshalb bundesweit im November und Dezember 2016 mit mehr als 4.000 jungen Menschen im Alter zwischen 20 und 25 Jahren „**Ressourcentage für Geflüchtete**“ in 160 Asylunterkünften durch. In einer eintägigen Schulung erarbeiten sie sich durch Experimente und praktische Übungen, worauf es im Alltag bei den Themen Wasser, Heizen, Lüften, Strom und Abfalltrennung ankommt. Initiator des Modellprojekts war die Energieagentur Unterfranken e.V., ein gemeinnütziger Verein zur Umsetzung von Energieeffizienz, Umweltschutz und Nachhaltigkeit in der Region, die selbst insgesamt 16 Ressourcentage veranstaltete. Die memo AG unterstützte diese Veranstaltungen mit memo Bio-Baumwollrucksäcken für alle Teilnehmer, um beim Einkaufen Plastiktüten und damit Abfall zu vermeiden.



Die Teilnehmer des Ressourcentags in der Gemeinschaftsunterkunft Gellersheim zeigten großes Interesse am Umwelt- und Ressourcenschutz.



Mit dem **Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M. e.V.)** verbindet uns eine jahrzehntelange Partner-

schaft und Freundschaft. Mit ihnen zusammen führten und führen wir zahlreiche Projekte zugunsten der Förderung nachhaltigen Wirtschaftens erfolgreich durch. Anlässlich seines 25-jährigen Jubiläums hat B.A.U.M. 2009 erstmals einen Beirat Unternehmen und ein Kuratorium Wissenschaft zur Begleitung der Arbeit von B.A.U.M. eingerichtet. Dem Beirat Unternehmen gehören Führungskräfte aus Mitgliedsunternehmen, darunter Lothar Hartmann für die memo AG, an. Für eine Amtszeit von jeweils zwei Jahren geben die Mitglieder aus ihrem Erfahrungshorizont heraus Anregungen, Kritik, fachlichen Input und Impulse zur Arbeit und Weiterentwicklung des B.A.U.M. e.V..

Neben der B.A.U.M.-Jahrestagung und der Preisverleihung des B.A.U.M.-Umweltpreises unterstützen wir seit einigen Jahren auch den Wettbewerb „Büro & Umwelt“ des B.A.U.M. e.V.. Im Mittelpunkt des jährlichen Wettbewerbs steht 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 sowie an Verwaltungen, Kommunen und andere Einrichtungen.

www.baumev.de



Der Vorsitzende des B.A.U.M. e.V., Prof. Dr. Maximilian Gege (Reihe vorne, 2.v.li.), und Unternehmensvertreter aus dem B.A.U.M.-Netzwerk übergaben Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel im November 2015 Vorschläge für eine erfolgreiche Energiewende und Klimapolitik. Die memo AG wurde durch Lothar Hartmann (Reihe Mitte, 2.v.re.) vertreten.

„Wir sind glücklich, dass die memo AG bereits seit 1998 unser Netzwerk nachhaltigkeitsorientierter Unternehmen bereichert. memo orientiert sich am B.A.U.M.-Kodex für nachhaltiges Wirtschaften und wirkt zudem in zahlreichen B.A.U.M.-Projekten mit, die die Nachhaltigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft voranbringen. So strahlt die vorbildliche Nachhaltigkeitsorientierung der memo AG auch auf andere aus.“

Dieter Brübach
Mitglied des Vorstands B.A.U.M. e.V.





Der Förderkreis Umweltschutz Unterfranken e.V. entwickelt und unterstützt ganzheitliche und nachhaltige Umweltschutzkonzepte in unserer Region. Die memo AG beteiligt sich aktiv an dessen Arbeit innerhalb der AG Nachhaltiges Wirtschaften.



Utopia.de will Verbraucher informieren und inspirieren, ihr Konsumverhalten und ihren Lebensstil nachhaltig zu verändern. Als langjähriger Unternehmenspartner stellen wir uns den Fragen, Anregungen und auch der Kritik der mehr als 90.000 Community-Mitglieder.



UnternehmensGrün

UnternehmensGrün e.V. ist ein ökologisch orientierter Verband insbesondere kleiner und mittelständischer Unternehmen, Selbstständiger und leitend in der Wirtschaft Tätigen. Als Mitglied verbindet uns die Verantwortung für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft.



Als Mitglied des Umweltschutzpakts Bayern, einer Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft, erbringen wir freiwillige Umweltschutzleistungen, die über gesetzliche Vorgaben hinausgehen.



Der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. ist die größte Umweltinitiative der Wirtschaft in Europa. Seit fast 20 Jahren unterstützen wir als Mitglied das Ziel des B.A.U.M. e.V., Unternehmen, Kommunen und Organisationen für die Belange des vorsorgenden Umweltschutzes sowie für die Vision des nachhaltigen Wirtschaftens zu sensibilisieren.



Naturparke Deutschland

Der Verband Deutscher Naturparke unterstützt seine Mitglieder dabei, die Naturparke aufzubauen und zu Vorbildlandschaften zu entwickeln. Die Titelbilder aller memo Schulhefte und der memo Zeichenblocks stammen aus dem Fotoportal des Verbands.



IPR – Initiative Pro Recyclingpapier

Die memo AG ist Gründungsmitglied der branchenübergreifenden Initiative Pro Recyclingpapier und unterstützt zusammen mit anderen Unternehmen zahlreiche Informationskampagnen und öffentliche Aktionen zur Akzeptanz und zur Förderung des Einsatzes von Recyclingpapier.



Wir sind Mitglied der deutschen Arbeitsgruppe des Forest Stewardship Council®, einer gemeinnützigen und unabhängigen Organisation zur Förderung verantwortungsvoller Forstwirtschaft, und beteiligen uns aktiv an der Weiterentwicklung der Vergabekriterien für Holzprodukte.

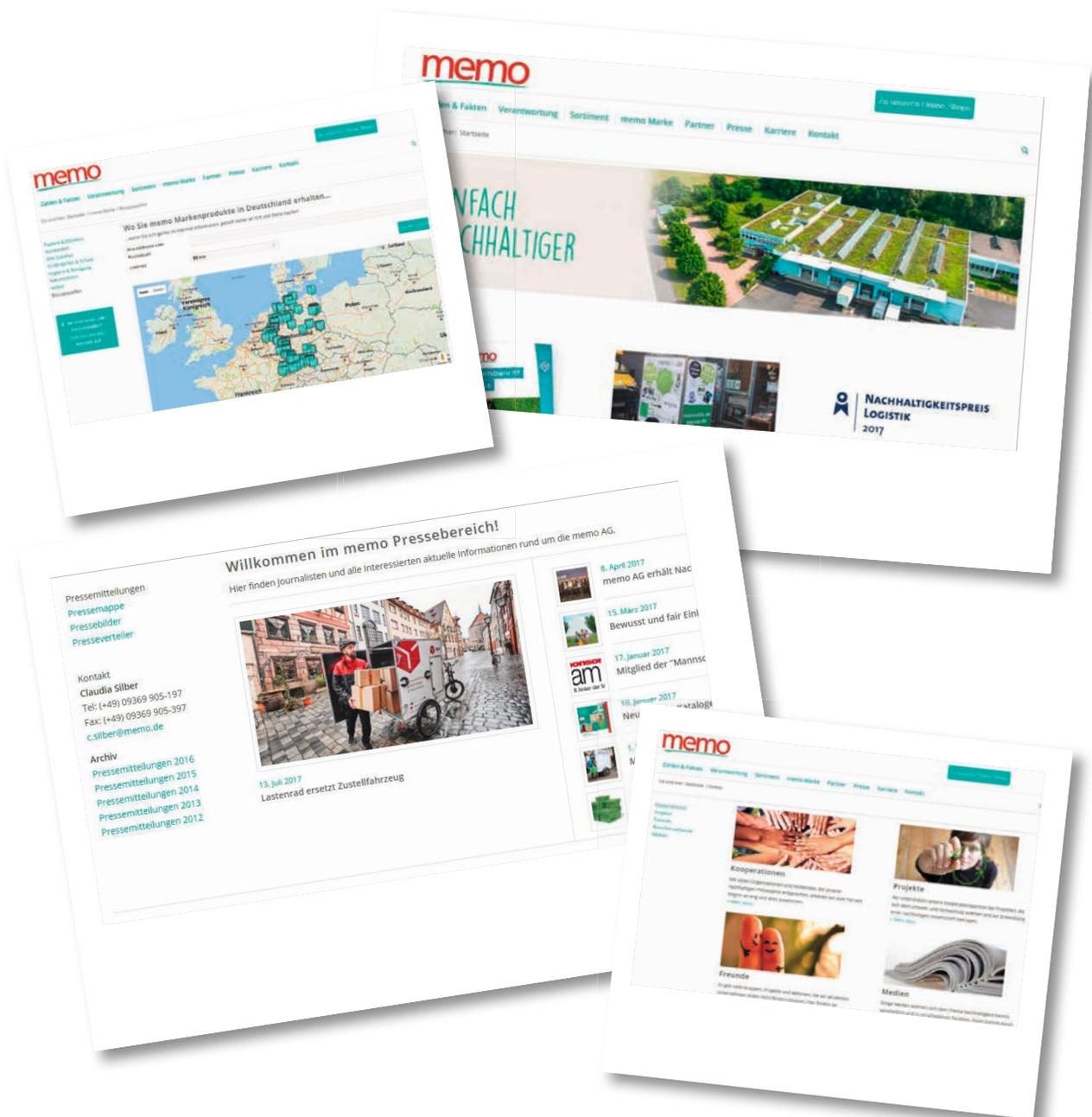


Zusammen mit future e.V., einer Umweltinitiative kleiner und mittelständischer Unternehmen, setzen wir uns für die Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten und für Nachhaltiges Wirtschaften in Unternehmen ein.



Ausführliche Informationen finden Sie unter www.memoworld.de/partner

memoworld – die Unternehmensseite der memo AG



Unter www.memoworld.de stellt die memo AG alle Informationen zum Unternehmen bereit – angefangen bei unserer Geschichte, unserer gesellschaftlichen Verantwortung über das Sortiment bis hin zu Servicebereichen wie Presse, Jobangebote und Informationen für Händler. Auch unsere Partnerschaften und aktuellen Projekte mit Kooperationspartnern werden dort ausführlich beschrieben. Die Seite will jedoch nicht nur informieren, sondern auch eine Hilfestellung für alle Besucher sein, beispielsweise mit einer Übersicht anerkannter Umweltzeichen und Labels. Zusätzlich finden sich auf memoworld alle unsere Zertifizierungen sowie die memo Beschaffungskriterien, unser Verhaltenskodex für Lieferanten und Dienstleister sowie unsere Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex zum kostenlosen Download.

Besuchen Sie uns auch auf:



Ihre Meinung ist uns wichtig

Vielleicht haben Sie ja bei der Lektüre unseres mittlerweile achten 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 und gerne auch für Lob sind wir immer offen und freuen uns auf Ihre Nachricht. Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Für das memo Team
Lothar Hartmann
 (Nachhaltigkeitsmanagement)

Telefon: +49 9369 905-226
E-Mail: l.hartmann@memo.de



Download

Diesen Nachhaltigkeitsbericht sowie frühere Ausgaben finden Sie ebenfalls zum kostenlosen Download unter www.memoworld.de/nachhaltigkeitsbericht.



Wir produzieren so umweltgerecht wie möglich:

Druck:
 Druckerei Lokay e. K.
 Reinheim



Papier:
 100 % Recyclingpapier
 mit Blauem Engel:
 Circlematt White.

Druckfarbe:
 Mineralölfreie Farbe
 auf Pflanzenölbasis:
 Flint Group Novavit®
 900 EXTREME BIO.

Klimaneutrale Herstellung:
 100% Ökostrom.
 CO₂-Kompensation über
 Gold Standard Aufforstungs-
 projekt: PROJECT TOGO



Impressum

Herausgeber:
 memo AG
 Am Biotop 6
 97259 Greußenheim



© 2017 memo AG
 Nachdruck, auch
 auszugsweise,
 nur mit schriftlicher
 Genehmigung des
 Herausgebers.

Redaktion:
 Lothar Hartmann
 Claudia Silber

Layout:
 Isabell Heidenfelder

Fotos:
 Isabell Heidenfelder
 Carina Koch

Lektorat:
 Henning Rook

Bildnachweise:
 © DBU/Peter Himsel
 © Jesco Denzel
 © Gary Milano
 © Deutsche Post DHL
 © DPD Deutschland
 © IHK Nürnberg für Mittelfranken
 © IHK Würzburg-Schweinfurt

Last Mile Delivery – nachhaltige Logistik für den Onlinehandel

Das Internet hat bedeutende Auswirkungen auf unser Konsumverhalten. Inzwischen werden Produkte für nahezu jeden Bedarf online gekauft. Der Erfolg des Onlinehandels ist heutzutage nicht mehr ausschließlich vom Warenangebot abhängig. Mehr und mehr rücken auch logistische Aspekte in den Vordergrund. Verbraucher möchten ihre Ware möglichst schnell, komfortabel und in einem qualitativ einwandfreien Zustand erhalten. Daher bieten viele Paketdienstunternehmen neue Zustelloptionen für die sogenannte „Letzte Meile“, bei denen der Kunde flexibel den Zustellort und Zeitpunkt wählen kann. In der Praxis führt dies zu schlecht ausgelasteten Fahrzeugen und einer Zunahme des Verkehrsaufkommens. Gleichzeitig steigt jedoch die Erstzustellungsquote nur geringfügig an. Da diese Entwicklung diametral zur gesellschaftlich geforderten Reduzierung der Umweltauswirkungen im Straßenverkehr steht, sind innovative Lösungen gefragt, die sowohl nachhaltig als auch kundenorientiert sind. Gerade für die Stadtlogistik bietet sich nach dem heutigen Stand der Technik der Einsatz von Elektromobilität und Einsatz von Lastenfahrrädern an. Organisatorisch kann dies zum Beispiel durch die Konsolidierung von Warenströmen unterschiedlichster Anbieter an vorgeschalteten Knotenpunkten unterstützt werden. Die memo AG geht zusammen mit dem Fahrradlogistiker Velogista in Berlin die ersten Schritte in diese Richtung einer zukunftsfähigen und gleichzeitig serviceorientierten Lieferstruktur, bei der der Kunde eine umweltschonende Auslieferungsoption wählen kann.

Prof. Dr. Ulrich
Müller-Steinfahrt



Fachhochschule
Würzburg -Schweinfurt
Leiter des Instituts für
Angewandte Logistik (IAL)

memo

memo AG
Am Biotop 6
97259 Greußenheim

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

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

