

memo

WEITER DENKEN.

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2019/2020

memo BOX

EDITORIAL

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

die memo AG ist ein Versandhandelsunternehmen für Büro-, Haushalts- und Schulbedarf, Möbel und Werbeartikel. Von Beginn an war es unsere Vision, mit einer langfristig angelegten, gleichermaßen ökonomisch, ökologisch und sozial ausgerichteten Strategie wirtschaftlich erfolgreich zu sein und gesellschaftliche Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt wahrzunehmen. Wir machen es dem Verbraucher leicht, nachhaltig und bewusst einzukaufen. Mit unserem Angebot geprüfter nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen leisten wir unseren Beitrag zur Entwicklung einer zukunftsfähigen, „enkeltauglichen“ Gesellschaft. Wir erreichen unsere Vision allerdings nur dann, 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 Klima- und Ressourcenverträglichkeit. 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 neunten memo Nachhaltigkeitsberichts ist das Thema „Verpackungen“. Als Versandhandel können wir nicht komplett auf Produkt- und Versandverpackungen verzichten. Dennoch beschäftigen wir uns selbstverständlich intensiv mit den

möglichen negativen Auswirkungen von Verpackungsmaterial in der Umwelt und suchen laufend nach Möglichkeiten diese zu minimieren oder zu optimieren. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 44/45. Ein gutes Beispiel dafür ist unser etabliertes Mehrweg-Versandssystem „memo Box“ (siehe auch Seite 54), das in diesem Jahr bereits seinen zehnten Geburtstag feiert und dafür zurecht auf dem Titel dieses Nachhaltigkeitsberichts abgebildet ist. Mittlerweile versenden wir fast jede vierte Sendung in einer „memo Box“ und sparen damit jährlich bis zu 25 Tonnen Kartonage ein. Aufgrund der Vermeidung von Abfällen sowie der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung ist die „memo Box“ mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Als mittelständisches Unternehmen beweisen wir mit diesem System, dass innovative, ökologische Lösungen im Versandhandel realisierbar sind. Dabei nehmen wir – nicht nur bei diesem Projekt – bewusst höhere Kosten und einen höheren Aufwand (z.B. für die technische Integration oder die Prozessabwicklung) in Kauf, ohne die Kosten an unsere Kunden weiterzugeben oder öffentliche Forschungsgelder in Anspruch zu nehmen.

Produktverpackungen sind ein wichtiges Kriterium für unsere Produktleistung. Soweit möglich versenden wir Produkte ohne Einzelverpackung – z.B. Aktenordner oder Schreibgeräte. Die meisten Artikel in unserem Sortiment lagern und versenden wir allerdings mit Verpackung, da diese wesentlich dazu beitragen, dass das Produkt unversehrt beim Konsumenten ankommt. Produktverpackungen sollten deshalb möglichst nachhaltig gestaltet sein. Dazu stehen wir regelmäßig im Austausch mit unseren Lieferanten oder nehmen an wissenschaftlichen Forschungsprojekten teil. Aktuell beteiligen wir uns z.B. am Projekt InnoRedux „Geschäftsmodelle zur Reduktion von Plastikmüll entlang der Wertschöpfungskette: Wege zu innovativen Trends im Handel“. Details dazu finden Sie auf Seite 69.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

Am 25. September 2015 verabschiedete die Generalversammlung der Vereinten Nationen auf dem Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung in New York die 17 „Ziele für nachhaltige Entwicklung“. Auch wir wollen einen positiven Beitrag zur Erreichung dieser Ziele leisten. Dazu analysieren wir, welche unserer wesentlichen Unternehmensaktivitäten dazu beitragen, bzw. welche Aktivitäten Auswirkungen auf die einzelnen Ziele haben und gleichen diese dann mit unserer eigenen Strategie und

unseren Zielen ab (siehe Seite 11). Dabei gilt zu berücksichtigen, dass nicht alle 17 SDGs für unser Unternehmen gleichermaßen relevant sind. Als vergleichsweise kleines Unternehmen mit wenigen globalen Geschäftsaktivitäten können wir zu einzelnen SDGs (z.B. 1: Keine Armut, 16: Frieden und Gerechtigkeit) weniger, zu anderen (z.B. 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion, 13: Klimaschutz) mehr beitragen.

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

VORSTAND DER MEMO AG RICHARD WOLF, FRANK SCHMÄHLING UND HELMUT KRAIB (V.L.N.R.)



R. Wolf *Frank Schmähling* *Helmut Kraib*

NACT

INHALT

6	MANAGEMENTSYSTEM	4	GESCHICHTE	16	MENSCHEN BEI MEMO
36	PRODUKTE	28	ÖKONOMIE	56	RESSOURCEN
46	PROZESSE	74	WISSENSWERTES UND IMPRESSUM		
66	STAKEHOLDER				



Hinweis zur Sprachregelung: Bei der memo AG ist die Gleichstellung der Geschlechter eine gelebte Selbstverständlichkeit. Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wurde in diesem Bericht die männliche Form gewählt und schließt selbstverständlich Personen jeden Geschlechts mit ein.

**IM LAUFE UNSERER GESCHICHTE
HAT SICH (NICHT NUR)
BEI UNS VIELES VERÄNDERT
UND WEITERENTWICKELT.
NACHHALTIGKEIT IST UND
BLEIBT ABER DER KERN UNSERES
UNTERNEHMENS. SEIT BEGINN
AN STELLEN WIR MENSCH,
UMWELT UND KLIMA IN DEN
MITTELPUNKT UNSERES HANDELNS.**

1990/91

Start ins Versand-
handelsgeschäft



1998

ONLINE KAUFEN AUF
WWW.MEMO.DE

2001

Start des Bezugs
von 100% Ökostrom

1992

Rücknahme-
system memo
„Wertstoff-Box“



2004

Erster Privat-
kundenkatalog

2007



Bau der Holz-Hack-
schnittel-Heizanlage

2009

Mehrwegversand mit der „memo Box“



2014

Blauer Engel für die „memo Box“



2016

„memo Box“ aus Recyclingkunststoff



Nachhaltigkeitspreis Logistik

2017

2019

3. Platz Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018

2009

Deutscher Nachhaltigkeitspreis



Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Deutschlands recyclingpapierfreundlichstes Unternehmen 2



Nachhaltigkeitspreis Mainfranken

2015



2016

Start der Zusammenarbeit mit Radlogistik-Unternehmen

2018

Bau der Elektroladesäulen



2011

Deutscher Umweltpreis für Jürgen Schmidt



AUSFÜHRLICHE INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER

MEMOWORLD.DE/ZAHLEN-FAKTEN

**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.**



MANAGEMENT- SYSTEM

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. Wir 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. 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 ANGEHOT GEPRÜFTER ZUKUNFTSFÄHIGER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN.



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 geeignete Verbesserungsmaßnahmen ein. Bei umfangreichen Abweichungen wird die Geschäftsleitung informiert. Der Fokus unserer Audits liegt jedoch darin, aktuelle Problemstellungen gemeinsam zu diskutieren und geeignete Verbesserungsmaßnahmen zu definieren.

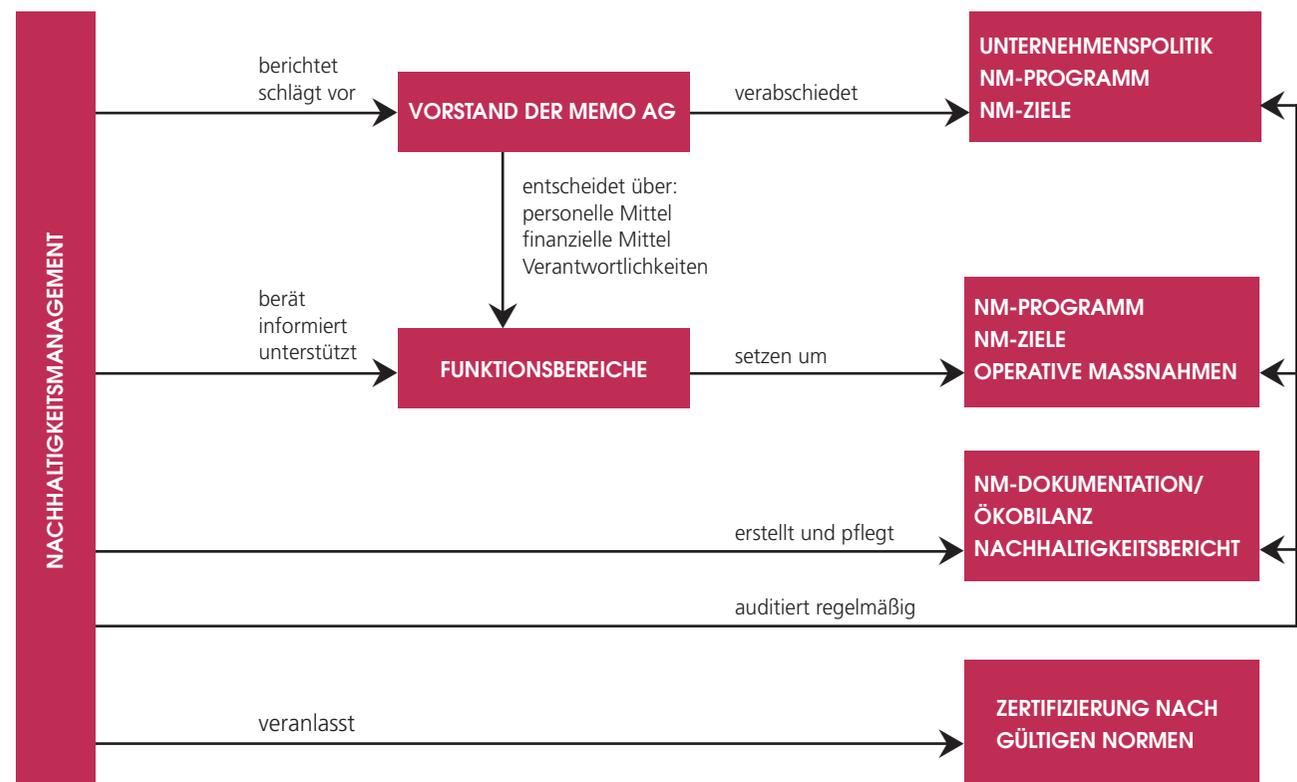
Kommunikation und Information sind wesentliche Elemente unseres Managementsystems. Ziele, Maßnahmen, Verantwortlichkeiten, Termine und begleitende Dokumente werden im Intranet der memo AG verwaltet und sind im gesamten Unternehmen jederzeit verfügbar.

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

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir nachhaltigen, bewussten Konsum fördern und gleichzeitig gesellschaftlich verantwortlich handeln. Auf Basis von Prozessanalysen, Mitarbeiterbefragungen und Stakeholderdialogen (siehe ab Seite 66) haben wir vier Handlungsfelder und 20 Themen identifiziert, die derzeit für die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens besonders bedeutend sind. Dabei kann die Bedeutung der verschiedenen Themen für die unterschiedlichen Interessensgruppen variieren. Ein sicherer Arbeitsplatz ist beispielsweise für unsere Mitarbeiter besonders wichtig, faire Produktpreise vor allem für unsere Kunden.

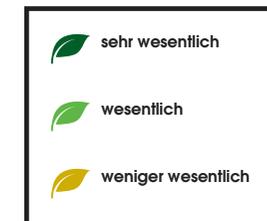
Selbstverständlich haben unsere Unternehmensaktivitäten auch einen Einfluss auf die Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Generalversammlung der Vereinten Nationen. Soweit möglich und sinnvoll, wollen wir selbstverständlich einen positiven Beitrag zur Erreichung der jeweiligen Ziele leisten. In der rechten Spalte der nebenstehenden Tabelle ist dargestellt mit welchen Unternehmensaktivitäten wir die jeweiligen Ziele für Nachhaltige Entwicklung unterstützen.

LEGENDE

ZIELE FÜR
NACHHALTIGE
ENTWICKLUNG



RELEVANZ FÜR STAKEHOLDER



ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

WESENTLICHE THEMEN

RELEVANZ FÜR STAKEHOLDER

	Gesellschafter	Mitarbeiter	Kunden	Lieferanten/ Dienstleister	Forschung	Politik/ Behörden	Wettbewerb	Medien	Verbände, NGOs	Für memo relevante SDGs
PRODUKTE										
Nachhaltige Produkte und Verpackungen										2 3 12 13 14 15
Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette										1 2 3 6 8 17 16
Produktinnovationen										12
Produktkommunikation										4 12
Faire Partnerschaften mit Lieferanten										17
Faire Produktpreise										2 12 17
MENSCHEN										
Personalentwicklung und Ausbildung										4 10 8
Vielfalt und Gleichberechtigung										5 10 8
Arbeitssicherheit & Gesundheit										2 3 6 8
Gerechte Entlohnung und Sozialleistungen										1 2 8 10
Work-Life-Balance										1 3 5 8
ÖKONOMIE										
Wirtschaftlicher Erfolg										8
Unternehmensstrategie										8 9 12
Kundenzufriedenheit										17
Rechtssicherheit (inkl. Datenschutz)										16
PROZESSE UND RESSOURCEN										
Energieverbrauch										7 9 13 15
Klimawirkung & Emissionen										8 9 11 13 15
Abfälle										12 14 15
Material- und Ressourcenverbrauch										6 8 9 12 13 14 15
Risikomanagement										8

WESENTLICHE HANDLUNGSFELDER

PRODUKTE

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 Leistungskriterien 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 uns vor eine große Herausforderung. 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 „Innoredux: Geschäftsmodelle zur Reduktion von Plastikmüll entlang der Wertschöpfungskette: Wege zu innovativen Trends im Handel.“

Lesen Sie mehr zu unserem Produktsortiment ab Seite 36.

MENSCHEN

Bei einem mittelständischen Handelsunternehmen wie der memo AG wird der Unternehmenserfolg im Wesentlichen durch die agierenden Menschen und nicht durch vollautomatisch arbeitende Maschinen definiert. Bei uns sind die Mitarbeiter der „Motor“ des 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 16.

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 28.

PROZESSE UND RESSOURCEN

Der Schutz von Umwelt und Klima und die Schonung von Ressourcen spielen eine zentrale Rolle bei allen unseren Unternehmensprozessen und Geschäftstätigkeiten, die wir dahingehend regelmäßig und konsequent analysieren und optimieren. Unser Motto lautet: Umweltauswirkungen vermeiden vor reduzieren vor kompensieren.

Die Erstellung unserer eigenen Umwelt- und Klimabilanz ist eine Grundvoraussetzung für die Identifikation von Optimierungspotenzialen und die Umsetzung geeigneter Maßnahmen. Wesentliche Unternehmensprozesse sind vor allem die Herstellung und der Versand unserer Werbemedien, der Warenversand, unsere Geschäftsreisen sowie der Energie- und Ressourcenverbrauch an unserem Standort in Greußenheim.

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. Für die Herstellung unserer Werbemedien orientieren wir uns vor allem am Umweltzeichen Blauer Engel für Druckerzeugnisse (RAL-UZ 195). Das Umweltzeichen schreibt sehr hohe Standards für Druckereien und eingesetzte Materialien vor. Deshalb tragen alle unsere Werbemedien diesen Blauen Engel. Der memo Nachhaltigkeitsbericht 2015/16 wurde als erstes Druckerzeugnis überhaupt mit diesem wertvollen Label ausgezeichnet.



LEITINDIKATOREN DER WESENTLICHEN UNTERNEHMENSAKTIVITÄTEN

Der Warenversand an unsere Kunden verursacht den Löwenanteil 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 bisher als einziges Versandhandelsunternehmen in Deutschland ein Mehrweg-Versandssystem – 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.

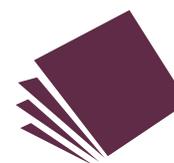
Um unseren Energie- und Ressourcenverbrauch an unserem Standort in Greußenheim sowie für unsere Geschäftsreisen zu minimieren, investieren wir kontinuierlich in entsprechende Anlagen und Technologien. Beispielsweise nutzen wir für unsere Raumwärmeerzeugung eine Holz-Hackschnitzel-Heizung. Kurzstrecken legen wir bereits seit 2011 mit einem Elektrofahrzeug zurück und seit 2019 stehen für Elektro-Pkws vier Ladestationen mit Ökostrom zur Verfügung. Diese Investitionen erfordern häufig einen höheren finanziellen Einsatz mit zum Teil überdurchschnittlich langen Amortisationszeiten. Ein Beispiel ist das oben erwähnte Elektrofahrzeug, das 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 46 sowie ab Seite 56.



PRODUKTSORTIMENT

- Anteil Produkte mit Umweltzeichen/ Labels im Sortiment
Ziel: > 40 %, Ist: 38 %
- Anteil Neuheiten im Sortiment
Ziel: > 5 %, Ist: 13 %
- Umsatzanteil memo Markenprodukte
Ziel: > 25 %, Ist: 26 %

WICHTIGE LEITINDIKATOREN:



HERSTELLUNG UND VERSAND DER PRODUKTKATALOGE

- Art der verwendeten Materialien
Ziel: Blauer Engel, Ist: Blauer Engel
- Treibhausgasemissionen durch die Herstellung der Werbemedien
Ziel: < 100 t, Ist: 77 t
- Treibhausgasemissionen durch den Versand der Werbemedien
Ziel: < 50 t, Ist: 27 t



WARENVERSAND

- Versandanteil im Mehrweg-Versandssystem „memo Box“
Ziel: > 20 %, Ist: 23,1 %
- Anzahl versendete Pakete je Kundenauftrag
Ziel: < 1,6, Ist: 1,56



PERSONALMANAGEMENT

- Mitarbeiterzufriedenheit
Ziel: > 70 %, Ist: 72,4 %
- Angebot freiwilliger, betrieblicher Sozialleistungen
Ziel > 80 %, Ist: 82,1 %

WICHTIGE LEITINDIKATOREN:



RESSOURCEN-MANAGEMENT

- Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtenergiebedarf
Ziel: > 95 %, Ist: 97,3 %
- Treibhausgasemissionen durch Strombedarf je Mitarbeiter
Ziel: < 15 kg, Ist: 18 kg
- Treibhausgasemissionen durch Wärmeversorgung je m² Gebäudefläche
Ziel: < 6 kg, Ist: 5 kg



ÖKONOMIE

- Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)
Ziel: > 1,2 %, Ist: 1,7 %
- Eigenkapitalquote
Ziel: > 45 %, Ist: 34 %

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 2017 vorgestellt haben. Detaillierte Informationen zu den einzelnen Maßnahmen finden Sie im Verlauf dieses Berichtes.

ZIEL	MASSNAHME	TERMIN	STAND
RESSOURCENVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ			ERREICHT
Weitere Reduzierung der Umweltauswirkungen bei der Herstellung unserer Mailings	<ul style="list-style-type: none"> • Druck aller Mailings mit dem Umweltzeichen Blauer Engel 	2017	Alle Mailings der memo AG sind mit dem Umweltzeichen Blauer Engel ausgezeichnet. Details auf Seite 50
RESSOURCENVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ			WIRD FORTGEFÜHRT
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	Im Rahmen des Projektes hat sich gezeigt, dass die verwendeten Farben das größte Optimierungspotenzial bei Druckobjekten bieten. Eine Folgemaßnahme wurde definiert. Details auf Seite 50
VERSANDLOGISTIK			ERREICHT
Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Warenlieferungen auf der „Letzten Meile“	<ul style="list-style-type: none"> • Ausweitung der Zustellung durch Fahrradlogistik • Marktanalyse innovativer Zustellsysteme 	2018	Steigerung der Sendungen mit Radlogistik um 26 %. Die Anbindung weiterer Städte ist geplant. Details auf Seite 53
KLIMASCHUTZ			ERREICHT
Unterstützung der Nutzung von Elektromobilität	<ul style="list-style-type: none"> • Installation einer Ladestation für Elektrofahrzeuge am Standort Greußenheim 	2018	Vier Ladepunkte für Elektrofahrzeuge wurden installiert. Details auf Seite 61
SORTIMENTSENTWICKLUNG			WIRD FORTGEFÜHRT
Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Produktverpackungen	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Optimierungsmöglichkeiten von Produktverpackungen und Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen zusammen mit Lieferanten 	2018	Erste Produktverpackungen wurden optimiert. Ab 2019 nehmen wir am Forschungsprojekt InnoRedux teil. Details auf Seite 44/45
SORTIMENTSENTWICKLUNG			IN ARBEIT
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	Leider konnten wir bisher kein Schreibgerät aus unserem Sortiment mit dem Blauen Engel auszeichnen lassen. Details auf Seite 43
KUNDENORIENTIERUNG			ZURÜCKGESTELLT
Sicherstellung und Erhöhung der Kundenzufriedenheit. Intensivierung des Dialogs mit unseren Kunden	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung eines integrierten Customer-Relationship-Managementsystems (CRM) und Dokumentmanagementsystems (DMS) 	2018	Realisierung aufgrund höher priorisierter Projekte im Bereich IT bis auf weiteres verschoben. Details auf Seite 48

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
SORTIMENTSENTWICKLUNG			
Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Produktverpackungen	<ul style="list-style-type: none"> Teilnahme am Forschungsprojekt InnoRedux. Projektträger: IÖW, ifeu 	2022	Nachhaltigkeitsmanagement
RESSOURCENVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ			
Weitere Optimierung der Umweltauswirkungen durch die Herstellung unserer Printmedien	<ul style="list-style-type: none"> Analyse der für unsere Printmedien verwendeten Druckfarben, um die für uns optimalen Farboptionen hinsichtlich Ökologie und Qualität zu finden 	2019	Nachhaltigkeitsmanagement
GESUNDHEITSFÖRDERUNG			
Sicherstellung der Arbeitsplatzergonomie an sehr heißen Sommertagen	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung eines Klimakonzepts für alle Räumlichkeiten bei der memo AG 	2019	Vorstand
VERSANDLOGISTIK			
Entwicklung eines nachhaltigen Lieferkonzepts für die Würzburger Innenstadt	<ul style="list-style-type: none"> Paketzustellung per Radlogistik in Kombination mit Same-Day-Delivery 	2019	Leitung Logistik
SORTIMENTSENTWICKLUNG			
Entwicklung von Produkten aus recycelten Bio-Baumwollabfällen	<ul style="list-style-type: none"> Analyse Verfügbarkeit und technische Umsetzung Recherche geeigneter Kooperationspartner Zertifizierung und Labelling der Produkte nach anerkannten Standards 	2019	Leitung Produktmanagement
RESSOURCENVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ			
Senken der Schadstoffemissionen im Lkw-Fuhrpark	<ul style="list-style-type: none"> Beschaffung eines erdgasbetriebenen Lkw 	2019	Leitung Logistik
STAKEHOLDERMANAGEMENT			
Validierung der wesentlichen Unternehmensthemen der memo AG	<ul style="list-style-type: none"> Durchführung einer Stakeholderbefragung 	2020	Nachhaltigkeitsmanagement

**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.**



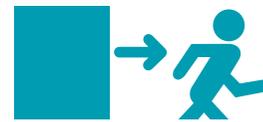
MENSCHEN BEI MEMO

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.



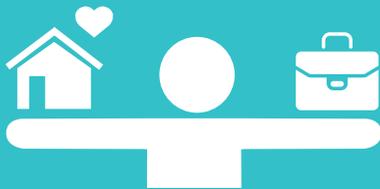
Die Gleichberechtigung der Geschlechter ist bei memo eine täglich gelebte Selbstverständlichkeit. Der Frauenanteil im Unternehmen ist im Laufe der Jahre kontinuierlich gestiegen und liegt nun seit einigen Jahren bei über 60 %. Durch interne Umstrukturierungen und Veränderungen auf Gesellschafter- und Vorstandsebene ist die einzige Frau, Ulrike Wolf, Ende 2018 auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand ausgeschieden. Sie ist jedoch nach wie vor Gesellschafterin der memo AG und Teamleitung für den Bereich Personal. Auch für unsere ausländischen Mitarbeiter gilt das Prinzip der Gleichberechtigung. Ihr Anteil an der gesamten Belegschaft beträgt 6,25 %. Trotz des geringen Anteils sehen wir unsere ausländischen Kollegen als 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 3,52 %. 2018 haben 3,9 % der Mitarbeiter das Unternehmen verlassen. 44 % unserer Mitarbeiter sind bereits seit mehr als zehn Jahren bei memo beschäftigt. Diese Zahlen belegen eine hohe Identifikation mit unserem Unternehmen. Die langjährige Erfahrung der betreffenden Mitarbeiter 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, wirtschaftlichen 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. Die Kollegen, die noch nicht so lange im Unternehmen tätig sind, bereichern das Unternehmen wiederum durch ihren Blick „über den Tellerrand“ und durch innovative Ideen und Maßnahmen.



Im Jahr 2018 waren insgesamt 128 Mitarbeiter – davon 81 in Vollzeit – bei der memo AG beschäftigt. Zehn Mitarbeiter hatten befristete Arbeitsverträge. Sechs von ihnen wurden mittlerweile – z.T. als Auszubildende – übernommen. Um in unserer Logistik Urlaubszeiten oder Phasen mit sehr hohem Arbeitsaufwand, der von den bestehenden Mitarbeitern nicht alleine bewältigt werden kann, zu überbrücken, beschäftigen wir im Ausnahmefall Leiharbeiter. In den Jahren 2016 bis 2018 waren es insgesamt vier Kollegen, die zeitweise bei uns gearbeitet haben. Im Laufe der Jahre sind einige unserer Kollegen über Zeitarbeitsfirmen zu uns gekommen und wurden dann in ein festes, unbefristetes Arbeitsverhältnis übernommen. Das moderate, aber kontinuierliche Wachstum des Unternehmens bedingt auch eine steigende Anzahl der Mitarbeiter. Seit 2008 sind über 21 % hinzugekommen.



Mit allen Mitarbeitern und in erster Linie mit den Teilzeitkräften werden individuelle Arbeitszeitmodelle erarbeitet, die die persönlichen und beruflichen Bedürfnisse gleichermaßen berücksichtigen. Von den flexiblen Arbeitszeitsystemen profitieren alle – auch das Unternehmen von zufriedenen Mitarbeitern, denen eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglicht wird. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 23.

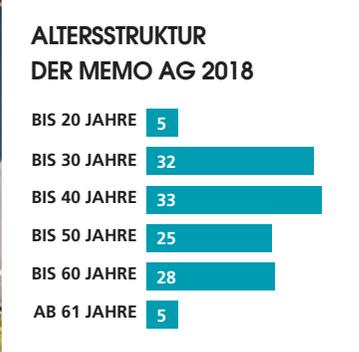
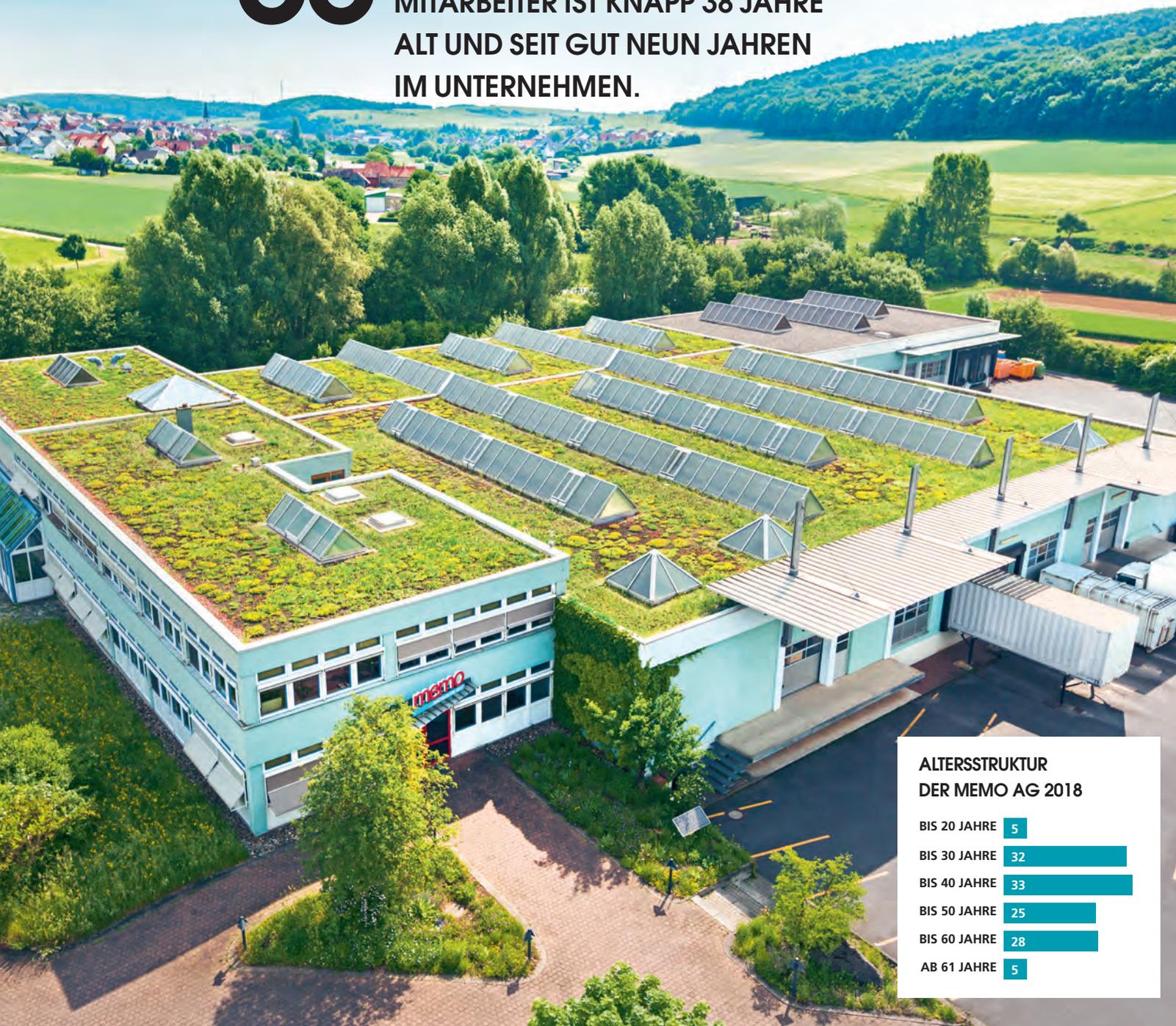


1995 verlegten wir unseren Firmenstandort vom Würzburger Stadtzentrum in das Gewerbegebiet der Gemeinde Greußenheim im Landkreis Würzburg. Die Errichtung des Firmengebäudes und die Gestaltung der Außenanlage erfolgte nach gesundheits- und umweltverträglichen Kriterien (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 58). Beim Blick aus dem Fenster sehen wir eine idyllische Landschaft mit Feldern, Wiesen und Wäldern. Zum „natürlichen“ Wohlbefinden bei memo trägt darüber hinaus der Naturgarten rund um das Firmengebäude bei, der mit einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt ist. Bei schönem Wetter stehen unseren Mitarbeitern in den Pausen eine bestuhlte Terrasse und von unseren Azubis gebaute Palettenmöbel zum Entspannen sowie eine große Rasenfläche für sportliche Aktivitäten zur Verfügung. An kalten oder regnerischen Tagen verlagern wir unsere Pausen in den großzügigen Wintergarten: Hier findet sich der Cafeteria-Bereich mit einer voll ausgestatteten Küche, einladenden Sitzgruppen, einer bequemen Sofaecke und einem ausgefallenen Hängesessel.

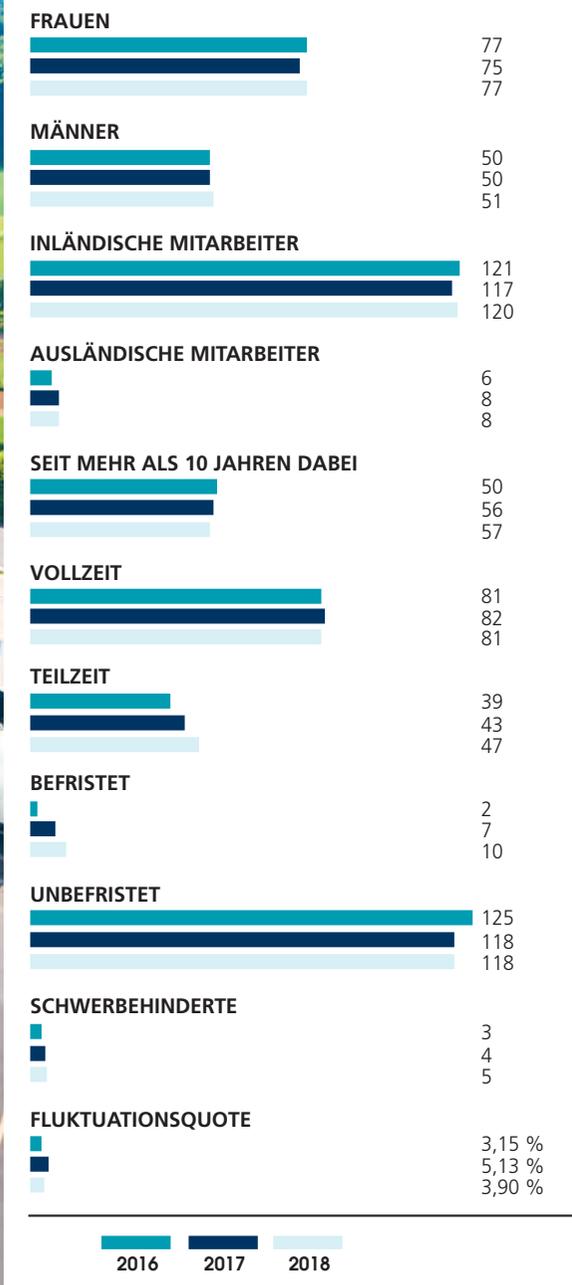
Großzügige Fensterflächen in den Büroräumen und zusätzliche Oberlichter im Lagerbereich schaffen im ganzen Haus eine angenehme Tageslichtatmosphäre, die wir in der dunklen Jahreszeit mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum- und einer lichtabhängigen LED-Beleuchtung erzielen. In allen Büroräumen und in der Cafeteria finden sich speziell für unsere Raum- und Lichtverhältnisse ausgewählte Pflanzen: Sie verschönern nicht nur das Arbeitsumfeld, sondern 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.

38

DER DURCHSCHNITTLICHE MEMO MITARBEITER IST KNAPP 38 JAHRE ALT UND SEIT GUT NEUN JAHREN IM UNTERNEHMEN.



PERSONALSTRUKTUR DER MEMO AG 2016 - 2018





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 79 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 tastsympathische, 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 Bildschirme. Da die Mehrzahl unserer Mitarbeiter gleichzeitig mit mehreren Softwareprogrammen arbeitet, ist der überwiegende Teil der Arbeitsplätze bei memo mit zwei Monitoren 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 Seite. 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. Alle relevanten Arbeitsplätze wurden sukzessive mit Sitz-Steh-Tischen ausgestattet und an die aktuellen Arbeitsanforderungen angepasst.

Unser Ziel und gleichzeitig eine große Herausforderung bei der Arbeitsplatzgestaltung ist es, die Büros so einzuteilen, dass sowohl einzelne Teams als auch Teams, die untereinander eng zusammenarbeiten und viele Schnittstellen haben – beispielsweise unser Produkt- und Artikeldatenmanagement – räumlich möglichst nahe beieinander sitzen. Da sich die Größe der Teams stetig verändert, müssen die Büroeinteilungen regelmäßig neu koordiniert und dabei unsere hohen Anforderungen hinsichtlich der Ergonomie der Arbeitsplätze berücksichtigt werden. Anfang 2019 war es eine schwierige Aufgabe, die neuen Vertriebsteams, die nach einer Umstrukturierung nach Kundengruppen gebildet wurden, entsprechend unterzubringen. Eine akzeptable Lösung konnte nur durch die Verlagerung unseres Freizeitraums in unser angrenzendes Nebengebäude und diverse bauliche Maßnahmen erzielt werden, die jedoch leider erst sukzessive während des Geschäftsbetriebes erfolgen konnten und aus diesem Grund die gewohnte Arbeitsplatzsituation einschränkten.

Dennoch werden unsere Maßnahmen zugunsten eines angenehmen und gesunden Arbeitsumfeldes in unserer alle zwei Jahre stattfindenden Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit (siehe dazu Seite 26) regelmäßig mit hoher Zufriedenheit seitens der Mitarbeiter belohnt.

ELEKTRONISCHE PAKETBAND- ABROLLER VEREIN- FACHEN DIE ARBEIT, ENTLASTEN DIE MITARBEITER UND GEWÄHRLEISTEN MEHR ERGONOMIE AM ARBEITSPLATZ.



ARBEITSBEDINGUNGEN IN DER LAGERLOGISTIK

In der Wareneingangs- und Versandlogistik gibt es aktuell insgesamt 31 Arbeitsplätze, 12 davon 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.

Beim Kommissionierprozess wird der Großteil der bei memo eingehenden Aufträge vollautomatisch für die Kommissionierung im Lager freigegeben. Die Kundenaufträge werden durch eine Paketgrößenoptimierung in einzelne Pakete aufgeteilt. Ein aus mehreren Paketen bestehender Kundenauftrag wird demzufolge getrennt und auf unterschiedliche Kommissionierwagen verteilt. Über unser Warenwirtschaftssystem werden aus dem verfügbaren Auftragsportfolio bis zu 32 Sendungen wegeoptimiert, gebündelt und gleichzeitig kommissioniert. Auch wenn die Laufstrecken der Mitarbeiter dadurch möglichst niedrig gehalten werden, legt ein Kommissionierer bei memo am Tag bis zu sechs Kilometer zurück. Um eine gute Lenkbarkeit der Kommissionierwagen zu gewährleisten, ist für deren Gewicht ein maximaler Grenzwert definiert. Zusätzlich sind sie mit einem fünften Rad ausgestattet.

Alle Packtische sind mit kontrastreichen Touchscreens und Scannern ausgestattet. Die dort tätigen Mitarbeiter können ihre Monitore über Bildschirmhalter ergonomisch optimal und individuell einstellen. Jeder Packbereich ist mit klappbaren Trittstufen ausgerüstet, um das Befüllen großvolumiger Pakete zu erleichtern. Zudem ist das Förderband abgesenkt, um die Übergabe der Versandstücke auf das Band zu vereinfachen. In der Verladezone werden die Pakete über einen in Höhe und Länge verstellbaren Teleskopförderer exakt bis zum Verladeort in den Container transportiert. Dies bedeutet eine erhebliche ergonomische Erleichterung, da pro Tag im Durchschnitt elf Tonnen Warengewicht als Pakete oder in der „memo Box“ an unsere Kunden verschickt werden.

Obwohl die aktuellen Arbeitsbedingungen in der Lagerlogistik bereits weitestmöglich optimiert sind, ergeben sich immer wieder Verbesserungsmöglichkeiten – nicht zuletzt durch wertvolle Hinweise der Mitarbeiter selbst.

Die 2018 angeschafften elektronischen Paketband-Abroller an den Packtischen erleichtern das Verpacken der Pakete, da sie auf Knopfdruck genau die Menge an Nassklebeband liefern, die zum Verschließen der Pakete benötigt wird. Vorher mussten unsere Packer an rein mechanischen Abrollern einen längeren Hebel bedienen, um das

Klebeband zu erhalten. Bei durchschnittlich 120 Kartons pro Tag und Packer wird durch diese Geräte der gesamte Arm deutlich entlastet.

Im August 2017 haben wir in der Logistik eine neue LED-Beleuchtungsanlage installiert, um gleichzeitig energetische und 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. Die neue Beleuchtungsanlage hat 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 nach einer Minute automatisch auf 10 %. Nach weiteren fünf Minuten geht das Licht vollständig aus, solange, bis der Lagerbereich erneut betreten wird.

Um den Mitarbeitern in der Logistik vor allem in den heißen Sommermonaten eine Erleichterung bei der zum Teil sehr schweren körperlichen Tätigkeit zu verschaffen, wurden im letzten Jahr energieeffiziente Ventilatoren unter den Oberlichtern der Lagerhalle installiert. Da heiße Sommer wie im Jahr 2018 in Zukunft eher die Normalität als die Ausnahme sein werden, arbeitet der Vorstand der memo AG an einem zukunftsfähigen Klimakonzept für alle Räumlichkeiten. Die Herausforderung dabei ist es, ökologische, gesundheitliche und wirtschaftliche Aspekte gleichermaßen zu berücksichtigen und diese in einem bestehenden Gebäude umzusetzen.

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 im Durchschnitt knapp 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

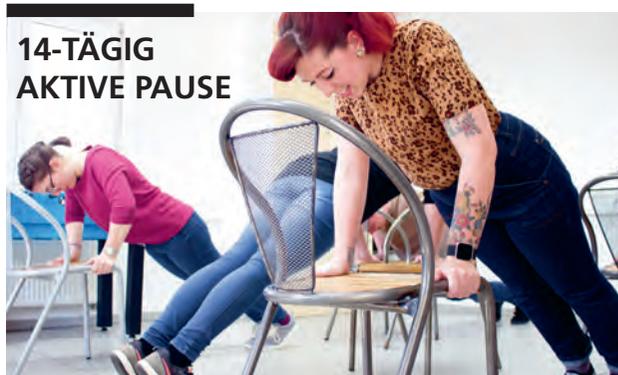
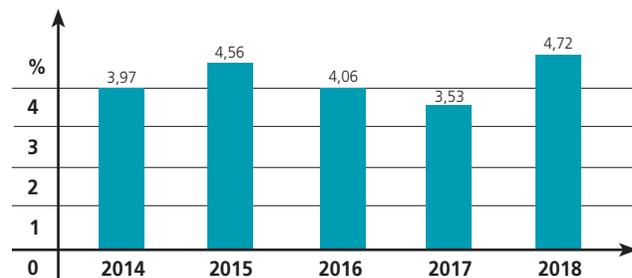
Wir fördern die Gesundheit unserer Mitarbeiter systematisch. Neben der ständigen Optimierung der gesamten Arbeitsumgebung und Arbeitsplatzqualität ermittelt eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe bei memo laufend Möglichkeiten zur Förderung der Gesundheit und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Dabei arbeiten 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. Unser Garten und unsere Cafeteria sind die idealen Orte für kleine Erholungspausen 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 Gesundheitscheck vornehmen lassen und sich zu verschiedenen Themen informieren. Besonders gut kommen jedes Mal die frisch gemixten Smoothies an, die an diesem Tag angeboten werden. Beim Gesundheitstag im Mai 2019 standen gesunde Ernährung und Bewegung im Mittelpunkt. So konnten sich unsere Mitarbeiter beispielsweise darüber informieren, wie sich der Teufelskreis aus

Stresssituationen und ungesunder Nervennahrung durchbrechen und verhindern lässt. Auf vielfachen Wunsch der Mitarbeiter haben wir am 13. Oktober 2018 anstatt unseres jährlichen Sommerfestes einen Wandertag veranstaltet. Angeboten wurden zwei Routen in der Nähe – eine längere für etwas ambitioniertere Wanderer und eine kürzere, die auch gut mit Kindern bewältigt werden konnte. Ausgeklungen ist der Tag dann bei gemeinsamen Essen und Trinken in einem Gasthof im Nachbarort. Gut angenommen wird auch das wechselnde Angebot an Sport- und Gesundheitskursen wie beispielsweise eine halbstündige „Aktive Pause“, die alle zwei Wochen stattfindet. Zudem nimmt die memo AG seit 2011 mit einer Laufgruppe an verschiedenen Firmenläufen im Landkreis Würzburg teil. Die gemischte memo Fußballmannschaft trainiert regelmäßig und nimmt an Turnieren teil, die Partner von uns veranstalten.

Obwohl die krankheitsbedingte Fehlzeitenquote 2018 auf einem vergleichsweise hohen Wert von 4,72% lag, sind wir überzeugt, mit unserem Betrieblichen Gesundheitsmanagement und den Maßnahmen für eine gesunde Arbeitsplatzgestaltung auf dem richtigen Weg zu sein. Bei kleinen Unternehmen wie der memo AG wirken sich bereits wenige Langzeiterkrankungen signifikant auf die Fehlzeitenquote aus. Im Durchschnitt der letzten fünf Jahre liegt diese Quote bei 4,17%.

KRANKHEITSBEDINGTE FEHLZEITENQUOTE (INKLUSIVE DAUERKRANKHEIT)



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 Arbeitszeitlösung erarbeitet.

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 22 Kinder in den Ferien betreut, 2018 waren es insgesamt 25 Kinder. In dieser Zeit steht unser 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 kalt oder regnerisch, werden süße Köstlichkeiten gebacken oder es wird gemalt.

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.

VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

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.



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.



HOME OFFICE

Durch eine weitere Verbesserung der entsprechenden technischen Lösungen – vor allem der Installation einer neuen Telefonanlage –, bieten wir für viele unserer Mitarbeiter die Möglichkeit, zeitweise von zu Hause aus zu arbeiten. Gerade für Eltern trägt eine derartige Lösung erheblich dazu bei, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen. Außerdem wird dadurch die Zufriedenheit der Mitarbeiter erhöht. Und letztlich sind Home Office-Lösungen auch ein aktiver Beitrag zum Umweltschutz und Klimaschutz, da Fahrten zum Arbeitsplatz entfallen.

AUSBILDUNG UND PERSONAL- ENTWICKLUNG BEI DER MEMO AG

AUSBILDUNG

Betriebliche Ausbildung schafft eine solide Basis für die Zukunft. Aus diesem Grund fördern wir seit 1995 junge Menschen im Rahmen einer Ausbildung bei der memo AG. Sie können bei uns zwischen sieben kaufmännischen und zwei gewerblichen Ausbildungsberufen wählen: **Kaufmann/-frau für Büromanagement, für Marketingkommunikation, im Groß- und Außenhandel und im E-Commerce, Informatikkaufmann/-frau, Fachkraft für Lagerlogistik/Fachlagerist und Mediengestalter/-in für Digital und Print sowie Fachinformatiker/-in.** 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. Neben den einzelnen Ausbildungsbeauftragten innerhalb der Fachabteilungen gibt es seit 2008 bei memo eine Ausbildungsleitung, die

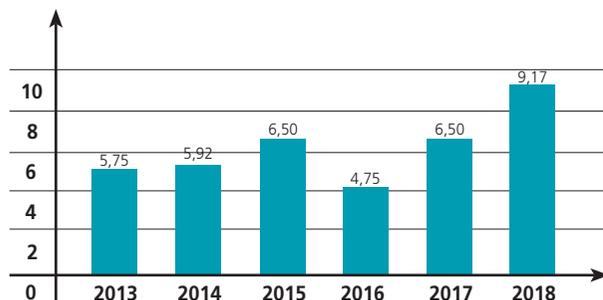
dem Personalwesen angegliedert ist. Sie steht den Auszubildenden während der gesamten Lehrzeit als persönlicher Ansprechpartner und Vertrauensperson zur Verfügung. Weiterhin ist sie für die Ausbildungsplanung verantwortlich, koordiniert den Unternehmensrundlauf und fungiert als Schnittstelle zu den Berufsschulen sowie zu den Fachbereichen. Seit Februar 2019 hat diese Position Jasmin Schmitt inne. Sie selbst hat von 2007 bis 2010 eine Ausbildung als Kauffrau für Bürokommunikation (heute Büromanagement) bei uns gemacht und sich danach im Rahmen eines berufsbegleitenden Studiums zur Personalfachkauffrau weitergebildet. Als ehemalige Auszubildende kann sie damit aus eigenen Erfahrungen schöpfen und auf die individuellen Bedürfnisse des aktuellen Ausbildungsjahrgangs eingehen. Zusätzlich fördern wir auch gemeinschaftliche Projekte der Auszubildenden eines Jahrgangs: Dazu gehören beispielsweise die Planung und Organisation von Veranstaltungen oder Präsentationen wie der Würzburger Berufsinformationstag im April 2019. Wichtig sind uns vor allem aber Projekte, bei denen der Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit gerichtet ist.



„EINE AUSBILDUNG SOLL FÜR JUNGE MENSCHEN PERSÖNLICHE UND BERUFLICHE ENTWICKLUNG BIETEN UND NATÜRLICH AUCH SPASS MACHEN. ES IST MIR WICHTIG, DASS SICH JEDER AUSZUBILDENDE BEI UNS EIN BISSCHEN WIE ZU HAUSE FÜHLT. WERTSCHÄTZUNG UND ANSPORN SIND FÜR MICH PERSÖNLICH ESSENTIELL IM UMGANG MIT AUSZUBILDENDEN. WIR BILDEN UNSERE MITARBEITER „VON MORGEN“ AUS, DAHER LEGEN WIR GROSSEN WERT DARAUF, DASS SICH JEDER AUSZUBILDENDE IM UNTERNEHMEN BEDEUTUNGSVOLL UND ANGENOMMEN FÜHLT. DIE AUSBILDUNG BEI MEMO SOLL AUCH IN ZUKUNFT FÜR ALLE BETEILIGTEN EINE BEREICHERUNG SEIN.“

JASMIN SCHMITT | AUSBILDUNGSLEITUNG

AUSBILDUNGSPLÄTZE IM JAHRESDURCHSCHNITT



AUSWIRKUNGEN DES KLIMAWANDELS

Im letzten Jahr haben sich unsere Auszubildenden damit beschäftigt, welche Auswirkungen der Klimawandel im Allgemeinen und speziell auf die memo AG hat, welche Maßnahmen wir dabei bereits ergreifen und welche Maßnahmen zusätzlich ergriffen werden können. Innerhalb dieses Projekts haben sie auch das Klimahaus Bremerhaven besucht, um sich dort umfangreich über Klima, Klimawandel und Wetter zu informieren. Zwei der Azubis haben zusätzlich am „KlimaTörn“ teilgenommen: Während eines Segeltrainings auf der „Alexander von Humboldt II“ wurde ihnen aktuelles Nachhaltigkeitswissen vermittelt. Ihre Ergebnisse lieferten die jungen Kollegen anschließend in einer umfangreichen Präsentation. Durch dieses und ähnliche Projekte können die Auszubildenden ihr Wissen zu nachhaltigen Themen ausbauen und lernen gleichzeitig Projekte zu planen, durchzuführen und abzuschließen. Zusätzlich wird der Zusammenhalt gefördert und natürlich kommt auch der Spaßfaktor nicht zu kurz.



IM KLIMAHaus
BREMERHAVEN



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. Dauerhafte betriebliche Fortbildung hat nicht nur persönliche und berufliche Vorteile für den Mitarbeiter, sondern bringt dem Unternehmen durch qualifizierte Mitarbeiter auch einen klaren Wettbewerbsvorteil. Und letztlich ist ein gutes Angebot an Fort- und Weiterbildung auch eine geeignete Maßnahme, um Fachkräfte zu gewinnen. Darüber hinaus wollen wir auch bei unseren Mitarbeitern eine nachhaltige Lebensweise im Alltag fördern.



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 40 externe Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen durchgeführt. 56 % 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.



THEMENSCHULUNGEN

Immer wieder bieten wir auch 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. Dies ist auch der Fall beim Thema Biokunststoffe. Unser Nachhaltigkeitsmanager Lothar Hartmann führte aus diesem Grund bereits im November 2017 eine interne Schulung dazu durch. Zu diesem Zeitpunkt beteiligten wir uns auch an dem mittlerweile abgeschlossenen Forschungsprojekt „Biokunststoffe Nachhaltig“ (BiNa) – siehe dazu Seite 69. Lothar Hartmann präsentierte u.a. Informationen zu den verschiedenen Biokunststoffen, zu deren Herstellung, Abbau- und Kompostierbarkeit sowie zum Recycling. Im März 2018 veranstalteten wir eine umfangreiche Schulung zu Ökostrom, die von unserem Stromanbieter und Kooperationspartner Naturstrom durchgeführt wurde. Die Mitarbeiter erfuhren dabei Wissenswertes über die Vorteile von Ökostrom und dessen Nutzung, über die Herstellung und was bei einem Wechsel zu Ökostrom zu beachten ist. Weitere Informationen zu unserer Zusammenarbeit mit Naturstrom finden Sie auf Seite 59 und auf Seite 61. Circa alle zwei Jahre organisieren wir für unsere Mitarbeiter ein Eco-Fahrtraining, das in Theorie und Praxis zeigt, wie beim Fahren Kraftstoff gespart werden kann. Ein Schwerpunkt beim letzten Training im April 2019 war das Fahren mit Erdgasfahrzeugen, die von unserem Aussendienst genutzt werden.



PRODUKTSCHULUNGEN

Unser nachhaltiges Produktsortiment ist ein elementarer Bestandteil unseres Unternehmenserfolgs. Regelmäßige Schulungen zu unseren Produkten 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 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.

MITARBEITER- ZUFRIEDENHEIT

Mitarbeiterbefragungen sind die Grundlage, um Verbesserungsmöglichkeiten in vielen Unternehmensbereichen zu identifizieren. Im Rhythmus von zwei Jahren ermitteln wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter durch strukturierte, anonyme Befragungen. Teilnehmen können alle fest angestellten Mitarbeiter. Die Rücklaufquote der aktuellen Befragung lag bei 64 %. (2014: 67 % / 2016: 67 %).

UMFRAGESTRUKTUR

Die Umfrage besteht aus acht Hauptkategorien und 47 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 2018 lag der Durchschnittswert bei 72,39 %.

WICHTIGE ERGEBNISSE IM VERGLEICH

Zur Beurteilung der Entwicklung des Unternehmens und der Maßnahmen aus Ergebnissen früherer Befragungen dienen Vergleichsanalysen der untersuchten Hauptkategorien. Die linke Grafik zeigt, dass nahezu alle Bereiche weiterhin deutlich über dem Zielwert von 70 % liegen, sich jedoch gegenüber der Befragung im Jahr 2016 negativ entwickelt haben und zum Teil bedeutend schlechter bewertet wurden als noch vor zwei Jahren. Im Jahr 2016 lag die durchschnittliche Zufriedenheit bei 76,6 %. Am besten bewertet werden weiterhin die Themen „Gesundheit – Leben und Arbeiten“ (82,06 %) und „Zusammenarbeit“ (80,08 %). Die Beurteilungen der „Führungskräfte“ (69,21 %) und der „Tätigkeiten und Aufgaben der Mitarbeiter“ (69,01 %) liegen erstmals knapp unter dem Zielwert von 70 %. Der bedeutendste Rückgang ist im Bereich „Finanzielle Leistungen“ (58,95 %) zu verzeichnen. Obwohl sich die Grundlagen zu Entgelt und Zusatzleistungen (siehe Seite 27) bei der memo AG nicht verändert haben, ist die Anspruchshaltung der Mitarbeiter aufgrund der allgemein guten Wirtschaftslage gestiegen.

BEWERTUNG WICHTIGER EINZELASPEKTE

Sehr erfreulich ist, dass die Mitarbeiter die Unternehmensphilosophie der memo AG gut finden und diese auch unterstützen (87,44 %). Eine positive Entwicklung auf hohem Niveau beschreibt das „Betriebsklima in den Teams“ (84,28 %) sowie ein „Respektvoller und fairer Umgang“ untereinander (87,04 %). Gut beurteilt werden auch die flexible „Arbeitszeitregelung“ (80,95 %) und die „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ (84,94 %). Deutlich gesunken ist dagegen die Zufriedenheit mit den „Angeboten zur Altersvorsorge“ (80,21 %) oder die „Finanzielle Beteiligung am Unternehmenserfolg“ (62,84 %). Da diese Angebote in den letzten Jahren nicht grundlegend verändert wurden, lässt sich diese Bewertung zum einen auf die bereits beschriebene, gestiegene Anspruchshaltung zurückführen. Zum anderen fehlt es jedoch auch an der richtigen internen Kommunikation dieser und weiterer Themen. Obwohl die Geschäftsführung der memo AG im Rahmen regelmäßiger Personalversammlungen alle wichtigen Ziele, Maßnahmen und Kennzahlen sowie die Geschäftsentwicklung des Unternehmens kommuniziert und in diesem Rahmen die Möglichkeit gibt, eventuelle Probleme und Fragestellungen direkt an die Geschäftsführung heranzutragen, wurde die „Informationspolitik der Geschäftsführung“ nochmals deutlich schlechter bewertet als schon in den Vorjahren (53,81 %). Als Optimierungsmaßnahme wurde deshalb im Dialog mit den Mitarbeitern ein neues Konzept zur Durchführung von Informationsveranstaltungen erarbeitet. Zukünftig werden zum Beispiel die Themen konzentrierter dargestellt. Außerdem wurde der zeitliche Rahmen der Veranstaltungen verändert.

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT

Eine weitere Erkenntnis aus der Umfrage ist, dass die Betriebszugehörigkeit einen entscheidenden Einfluss auf die Beurteilung hat. Bei den Mitarbeitern, die weniger als fünf Jahre im Unternehmen sind, liegt die durchschnittliche Zufriedenheit über 10 % höher als bei denjenigen, die bereits länger bei der memo AG tätig sind. Dieses Ergebnis zeigt, wie wichtig es ist, dass insbesondere die Geschäftsleitung ALLE Mitarbeiter immer wieder „ins Boot holt“ und dabei einerseits die Impulse, die neuere Mitarbeiter setzen, aber auch die Erfahrung älterer Mitarbeiter gleichermaßen berücksichtigt.

Bewertung der Hauptkategorien 2014 bis 2018





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.

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.

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.

KAPITALBETEILIGUNG

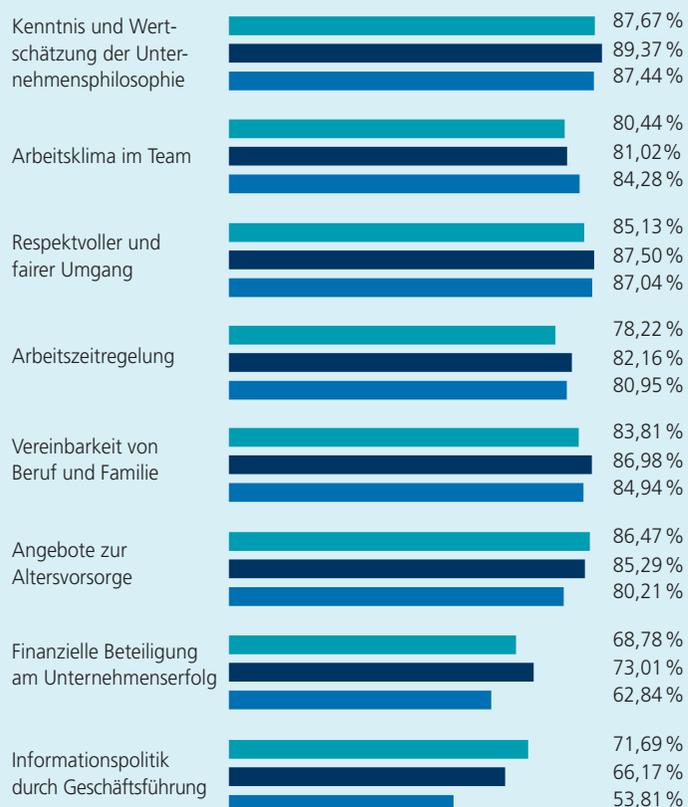
Eine unserer Unternehmensvisionen ist es, alle fest angestellten Mitarbeiter langfristig am wirtschaftlichen Erfolg und am wachsenden Unternehmenswert der memo AG partizipieren zu lassen. Zu diesem Zweck haben wir die memo Mitarbeiter-Beteiligungsgesellschaft gegründet. Nach einem Jahr der Betriebszugehörigkeit kann ihr jeder Mitarbeiter als stiller Gesellschafter beitreten. Jährlich stellt die memo AG 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.

ZIELVEREINBARUNGEN

Im Rahmen der Jahresgespräche zwischen Bereichsleitung 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 14. 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.



Bewertung wichtiger Einzelaspekte



WERT 2014 2016 2018

ALS VERSANDHANDELSUNTERNEHMEN

**WOLLEN WIR WIRTSCHAFTLICHES WACHSTUM –
ALLERDINGS NICHT UM JEDEN PREIS.**

WIR SETZEN AUF LANGFRISTIGEN ERFOLG

DURCH EINE NACHHALTIGE WIRTSCHAFTSWEISE

STATT AUF KURZFRISTIGE GEWINNMAXIMIERUNG.



ÖKONOMIE

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 bisher nicht börsennotiert. 100 % der Stammaktien befinden sich in den Händen von vier Gesellschaftern, von denen drei 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 über 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 2018 konnten wir erstmals einen Umsatz von über 22 Mio. Euro verzeichnen. Gegenüber dem Vorjahr erzielten wir damit ein Wachstum von knapp 6 % und konnten die positive wirtschaftliche Entwicklung der letzten fünf Jahre mit einem Wachstum von insgesamt knapp 16 % seit dem Jahr 2014 bestätigen. Wesentlich begründet ist die wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2018 durch unseren

Erfolg im Geschäft mit unserer Kernzielgruppe, dem gewerblichen Endverbraucher und hier insbesondere mit Key-Account-Kunden. Mit einem zweistelligen Umsatzwachstum gestaltete sich auch der Verkauf von individualisierten Werbeartikeln sehr erfolgreich. Leicht rückläufig entwickelte sich dagegen in den letzten beiden Jahren das Geschäft mit Privatkunden. Um diesem Trend entgegen zu wirken, haben wir Anfang 2019 die personelle Verantwortung im Vertrieb für die Kundengruppe B2B und B2C auch organisatorisch getrennt und einen eigenen Bereichsleiter für den B2C-Vertriebskanal eingestellt.

Unser Betriebsergebnis fällt mit T€ 375 positiv aus. Gegenüber dem Vorjahreswert stellt dies eine deutliche Steigerung von über 50 % 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 34 %, auch wenn diese aufgrund einer Ausschüttung gegenüber dem Vorjahr gesunken ist.

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.



„IMMER MEHR MENSCHEN INTERESSIEREN SICH BEI IHREM EINKAUF FÜR NACHHALTIGE PRODUKTALTERNATIVEN. DIE GROSSE HERAUSFORDERUNG FÜR UNS IST ES, UNSER SORTIMENT FÜR DEN PRIVATKUNDEN NEU AUSZURICHTEN UND GLEICHZEITIG DIE KOMMUNIKATION SO ZU GESTALTEN, DASS MENSCHEN ANTWORTEN AUF IHRE AKTUELLEN GESELLSCHAFTLICHEN FRAGEN FINDEN.“ MANUEL BALDAN | BEREICHSLEITUNG PRIVATKUNDE

DIE MEMO AG IN ZAHLEN

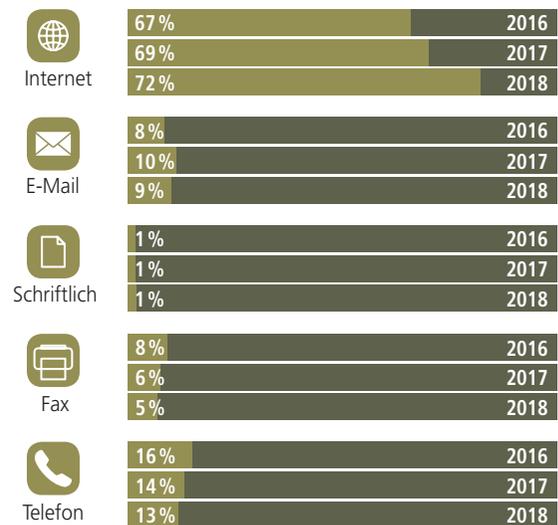
	2014	2015	2016	2017	2018
Umsatz gesamt	19.050	19.276	20.647	20.897	22.079
davon in Deutschland	17.264	17.458	18.716	18.904	19.911
davon im Ausland	1.786	1.818	1.931	1.993	2.168
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	354	246	321	249	375
Jahresüberschuss	140	108	170	160	41
Eigenkapital	3.150	3.255	3.422	3.499	2.421
Bilanzsumme	7.644	7.406	7.392	6.876	7.098
Umsätze nach Kundengruppen					
Gewerbliche Endverbraucher	14.091	13.902	14.546	14.863	15.975
Wiederverkäufer	2.148	2.221	2.649	2.809	2.903
Privatkunden	2.811	3.153	3.452	3.225	3.201

Alle Angaben in Tausend €.

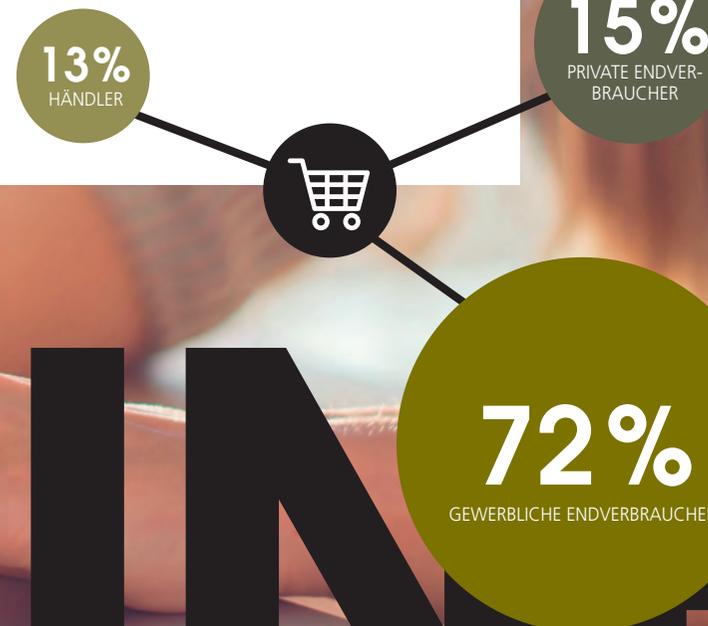
KUNDENSTRUKTUR UND BESTELLVERHALTEN

Die memo AG vertreibt ihre Produkte online und über Katalog direkt an gewerbliche und private Endverbraucher sowie an Groß- und Einzelhändler in Deutschland und im europäischen Ausland. In den Jahren 2017 und 2018 haben ca. 75.000 Kunden bei uns eingekauft. Gewerbliche Endverbraucher besitzen mit rund 72 % den größten Anteil am Gesamtumsatz der memo AG. Sie sind auch zukünftig unsere Kernzielgruppe. Nach mittlerweile 28 Jahren Erfahrung im B2B-Versandhandel haben wir unser Sortiment und unsere Dienstleistungen nahezu 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 15%. Die Bedeutung unserer Onlineshops als Vertriebsweg nahm in den letzten Jahren immer weiter zu. Wir erhalten inzwischen 81 % 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. Positiv aus ökologischer Sicht ist, dass uns immer weniger Fax-Bestellungen – und dann in erster Linie von gewerblichen Endverbrauchern – erreichen. Der Anteil daran liegt nur noch bei knapp 5 % 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. Bei 13 % der Bestellungen bevorzugen unsere Kunden jedoch weiterhin eine persönliche Produktberatung per Telefon.

AUFTRAGSANTEIL NACH BESTELLWEG



UMSATZVERTEILUNG NACH KUNDENGRUPPE 2018



ONLINE

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, Organisationen und Institutionen aus den 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 Werbemittel 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 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 verschiedener Standorte, 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 2018 ein deutliches Umsatzwachstum von über 13 % erzielen.

GROSS- UND EINZELHANDEL

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 sowie Hygiene- und Reinigungsartikel. Weitere Informationen zum memo Markensortiment erhalten Sie auf Seite 43. 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 im Bio-Fachhandel – vom kleinen Einzelhandelsgeschäft bis hin zum Großhandel. Darüber hinaus beliefern wir auch die stetig steigende Anzahl von Unverpackt-Läden in Deutschland. In unserem Sortiment bieten wir aktuell über 3.000 geeignete Produkte an. Um unseren Bekanntheitsgrad weiter zu erhöhen, haben wir in den letzten beiden Jahren unsere Teilnahme an Messen im In- und Ausland verstärkt und dabei sehr gute Resonanz erhalten. Das Umsatzwachstum von 35 % in den letzten fünf Jahren belegt den Erfolg unserer Vertriebsstrategie mit dem Wiederverkauf.



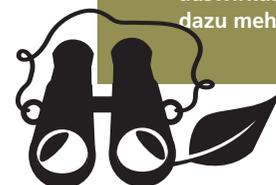


AUSLANDSAKTIVITÄTEN DER MEMO AG

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- und Einzelhändlern 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. Passende Partner haben wir mittlerweile auch in England, 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. Da der private Konsument jedoch ganz andere Wünsche und Bedürfnisse hinsichtlich Produktsortiment und -kommunikation als der Gewerbekunde hat, haben wir 2015 unseren Vertriebsweg memolife gegründet. Mit unserem Onlineshop memolife.de bieten wir unseren Privatkunden einen emotionalen Vertriebskanal mit einem erweiterten Sortiment speziell für den privaten Bedarf, wie Bekleidung, Wohnaccessoires oder Naturkosmetik. Dennoch war die Umsatzentwicklung dieses Vertriebskanals in den letzten beiden Jahren leicht rückläufig. Um diesem Trend entgegen zu wirken, haben wir Anfang 2019 verschiedene Maßnahmen in Angriff genommen. Dazu gehört vor allem eine weitere Schärfung des Produktsortiments, die Einführung von Kundenbindungsprogrammen, die Optimierung bestehender und der Aufbau neuer Kommunikationskanäle sowie der gezielte Ausbau von Online-Marketingaktionen und die Konzentration auf Social Media Marketing. Dagegen verzichten wir bei dieser Kundengruppe konsequent auf den Versand von umfangreichen, gedruckten Werbekatalogen, da uns schon jetzt 85 % der Bestellungen von Privatkunden online oder per E-Mail erreichen. Auf diese Weise reduzieren wir Umweltauswirkungen durch den Druck und Versand der Kataloge. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 50.



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.

MEMO IM GESPRÄCH

„DA NACHHALTIGE UNTERNEHMEN LANGFRISTIGER UND ZUKUNFTSFÄHIGER DENKEN UND HANDELN, HABEN SIE DIE GLEICHEN ODER SOGAR BESSEREN RENDITEN ALS UNTERNEHMEN, DENEN NACHHALTIGKEIT NICHT SO WICHTIG IST.“



Prof. Dr. Maximilian Gege ist Mitbegründer und Vorsitzender des geschäftsführenden Vorstands des Unternehmensverbands B.A.U.M. e.V. Der gelernte Bankkaufmann hat zusammen mit seinem Team ein Konzept sowie eine Analyse- und Bewertungsmatrix entwickelt, um bevorzugt kleine und mittelständische Unternehmen, die für einen nachhaltigen Fonds in Frage kommen, zu suchen und zu bewerten. Im Oktober 2018 wurde in Zusammenarbeit mit der GLS Bank als Anlageberater und der Green Growth Futura GmbH (GGF), einer eigens von Prof. Dr. Gege gegründeten Dienstleistungs-Agentur für nachhaltigkeitsinteressierte Investoren, der B.A.U.M. Fair Future Fonds (FFF) aufgelegt. Am 18. Juni 2019 war Prof. Dr. Gege zu Besuch bei uns in Greußenheim und Lothar Hartmann, Leiter Nachhaltigkeitsmanagement der memo AG, hat ihn zu den Vorteilen nachhaltigen Investments befragt.

Lothar Hartmann: Wie kann ein Laie erkennen, ob eine Finanzanlage, die ihm empfohlen oder angeboten wird, tatsächlich nachhaltig ist?

Prof. Dr. Gege: Als Laie ist das praktisch nicht zu erkennen. Leider werden viel zu oft nachhaltige Investments von Banken oder Anlageberatern empfohlen, die es bei genauem Hinsehen gar nicht sind. Dabei steckt oft gar keine böse Absicht dahinter, sondern es fehlt einfach an entsprechender Schulung und am nötigen Hintergrundwissen. Wer nachhaltig investieren möchte, muss also klare Fragen stellen, um welche Aktien es sich handelt und ob die Unternehmen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsleistungen geprüft sind. Eine gute Informationsplattform ist auch das Forum Nachhaltige Geldanlagen. Der Verein hat gemeinsam mit Finanzfachleuten und Akteuren der Zivilgesellschaft ein Siegel für nachhaltige Investmentfonds erarbeitet.

Lothar Hartmann: Ein Vorurteil gegen nachhaltige Investments ist ja häufig, dass diese durch die langfristige Ausrichtung eine geringere Rendite hätten und das Risiko höher wäre. Was sagen Sie dazu?

Prof. Dr. Gege: Es trifft nicht zu, dass nachhaltige Fonds eine schlechtere Rendite haben als konventionelle. Da nachhaltige Unternehmen langfristiger und zukunftsfähiger denken und handeln, haben sie die gleichen oder sogar besseren Renditen als Unternehmen, denen Nachhaltigkeit nicht so wichtig ist. Hinzu kommt, dass nachhaltige Unternehmen viel weniger skandalbehaftet sind als Risikounternehmen. Wenn man sich Letzere anschaut – ohne dabei Namen zu nennen – wären das früher allesamt gut geführte Unternehmen mit guten Renditen und guten Dividenden. Dann kamen die Einbrüche durch Korruption, durch Fehlinvestitionen, durch Cum-Cum-Geschäfte. Dadurch sind die Börsenkurse gefallen und die Anleger, die mit gutem Gefühl dort investiert haben, haben ihr Geld verloren. Bei nachhaltigen Unternehmen werden auch nicht sofort Mitarbeiter entlassen oder von Unternehmensberatungen weggeduziert. Neben den ökologischen Faktoren sind uns beim FFF

IN DIE ZUKUNFT

deshalb auch die sozialen Indikatoren sehr wichtig, weil wir mit unserem Investment Arbeitsplätze erhalten und schaffen wollen.

Lothar Hartmann: Herr Prof. Dr. Gege, der B.A.U.M. Fair Future Fonds ist ein Aktienfonds, der vorwiegend in kleine und mittelständische Unternehmen investiert. Warum gerade KMUs?

Prof. Dr. Gege: Der Mittelstand ist für uns von zentraler Bedeutung, da es sich um Unternehmen handelt, die häufig eine lange Geschichte haben und meist inhabergeführt sind. Sie sind an der Börse notiert, aber nicht börsen- und aktionärsgetrieben. Und sie haben ein klares Leitbild und klare Zielsetzungen. Großkonzerne dagegen haben immer den Druck der Aktionäre: Sie müssen von Jahr zu Jahr in Umsatz und Ergebnis wachsen und die Dividende steigern. Der Vorstand wird hauptsächlich am Ergebnis gemessen und auch dessen Tantiemen sind oft an die Umsatz- und DAX-Entwicklung gekoppelt. Anstatt langfristig wird dort eher mittel- und kurzfristig gedacht und gehandelt. Schlechte Nachrichten an der Börse können den Kurs von heute auf morgen einbrechen lassen und der Anleger verliert Geld. Das passiert im Mittelstand relativ selten. Natürlich fallen die Kurse dort auch einmal um einige Prozent und es läuft nicht immer nach Plan. Aber viele mittelständische Unternehmen bieten gute, nachhaltige Produkte an, die nicht auf Kosten von Mensch und Umwelt hergestellt und weltweit benötigt werden. Deshalb sehen wir mit unserem Investment mittel- und langfristig gerade im Mittelstand und angesichts einer nachhaltigen Ausrichtung die allergrößten Chancen.

Lothar Hartmann: Um in das Portfolio des FFF zu kommen, werden die Unternehmen einem strengen Auswahl- und Prüfprozess unterzogen. Wie sieht dieser aus?

Prof. Dr. Gege: Wir prüfen nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex, der ja in der Politik und in der Wirtschaft sehr anerkannt ist. Und wir stellen sehr viele Fragen, die die Nachhaltigkeit eines Unterneh-

mens betreffen: Wird das Unternehmen nachhaltig geführt? Hat es Nachhaltigkeitsziele? Wie viel CO₂ will das Unternehmen in den nächsten Jahren einsparen? Hat es bereits klimaschädliche Emissionen reduziert und will es das auch zukünftig (in den nächsten fünf bis zehn Jahren) tun? Handelt es sozial verantwortlich? Gibt es ein Energiemanagement und ein Supply Chain Management? Was macht das Unternehmen mit ausländischen Gesellschaften? Gibt es Konzepte zur Abfallvermeidung, für Recycling und für Wiederverwertung? Anhand dieser Informationen erstellen wir dann ein Unternehmensprofil und analysieren die Stärken und Schwächen sowie die Chancen und Risiken eines Unternehmens. Bevorzugt werden sogenannte „Hidden Champions“: Das sind Unternehmen, die Weltmarktführer auf ihrem Gebiet sind, die inhabergeführt sind, nicht rein aktionärsgetrieben, mittelstandsorientiert und die Produkte anbieten, die weltweit benötigt werden und auf die man gar nicht verzichten kann. Es sind Unternehmen, die eine gute und langfristige Marktentwicklung aufweisen.

Unsere Empfehlungen diskutieren wir dann mit unserem Nachhaltigkeitsbeirat, in dem herausragende Persönlichkeiten und Experten sitzen. Sie bewerten die Unternehmen nochmals akribisch und geben dann unsere Empfehlung frei – oder eben auch nicht. Nach erfolgter Freigabe übernimmt dann die GLS Bank die Informationen und legt die Stückzahl der Aktien und das Investment fest.

Lothar Hartmann: Der FFF bietet noch eine weitere Besonderheit. Wenn die Rendite eine bestimmte Grenze überschreitet, wird in soziale Projekte weltweit investiert. Was hat es damit auf sich?

Prof. Dr. Gege: Das ist richtig. Wenn der Fonds gute Ergebnisse liefert – wir sind da bereits auf dem Weg – und die Rendite über 6% erreicht, wird Geld frei, das wir dann in soziale Projekte investieren. Bei einer Rendite von z.B. 10% im Jahr werden rund 400.000 Euro als Fördermittel für Kinder- und Umweltprojekte weltweit zur Verfügung gestellt. Wir stecken uns dieses Geld also nicht in die eigene Tasche, sondern lassen

bewusst neben unseren Anlegern auch andere Menschen, vor allem benachteiligte Kinder, davon profitieren.

Lothar Hartmann: Ich kenne nun also die ganzen Vorteile des FFF und möchte gezielt dort investieren. Wie mache ich das in der Praxis? Geht das über jede Bank oder nur über die GLS Bank?

Prof. Dr. Gege: Am besten nehmen Sie erst einmal direkt mit uns Kontakt auf. Wir vermitteln Ihnen dann je nach Wohnort die nächste Beratungsstelle, denn gute Beratung ist uns enorm wichtig. Diese ist selbstverständlich kostenlos. Natürlich haben Sie auch die Möglichkeit, zu Ihrer Hausbank zu gehen. Hier kommt es allerdings darauf an, ob unser Fonds dort bereits bekannt ist und Ihnen nicht ein anderer, vordergründig nachhaltiger Fonds aus deren Portfolio, empfohlen wird. Wenn Sie den Fonds aber kennen und auf ein Investment bestehen, können Sie unseren Fonds rein theoretisch bei jeder Bank ordern.

Lothar Hartmann: Der FFF ist noch vergleichsweise unbekannt. Was wollen Sie tun, um diesen und generell das Thema Nachhaltiges Investment mehr in die Öffentlichkeit zu bringen?

Prof. Dr. Gege: Über die gängigen Medien Zeitung, Zeitschrift, Funk und Fernsehen werden wir das nicht schaffen. Das würde einerseits zu viele finanzielle Mittel benötigen, die wir nicht haben. Diese Medien berichten zudem nach wie vor ausschließlich über den DAX, die Großkonzerne und deren Erfolge oder Skandale. Andererseits erreichen wir darüber kaum junge Menschen, bei denen es besonders wichtig wäre, dass sie nachhaltig für die Zukunft vorsorgen. Hier überlegen wir uns aber gezielte Social Media-Kampagnen oder auch die Zusammenarbeit mit BloggerInnen.

Lothar Hartmann: Noch eine letzte Frage: Wie gelingt es dem Anleger bei fallenden Kursen nicht nervös zu werden?

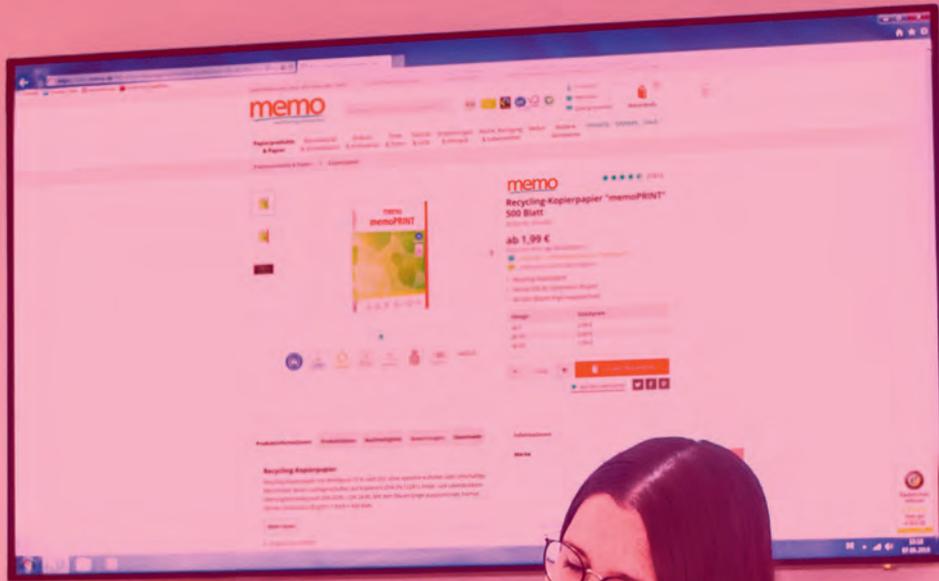
Prof. Dr. Gege: Der entscheidende Punkt ist Geduld. Anleger machen häufig den Fehler dann zu verkaufen,

wenn die Kurse fallen. Dabei sollten sie eigentlich gerade zu diesem Zeitpunkt kaufen. Dadurch erhöht sich die Stückzahl der Aktien, was finanziell belohnt wird, wenn die Kurse wieder steigen. Und ich empfehle den Menschen, die jeden Monat vielleicht auch nur eine kleine Summe zurücklegen können, nachhaltig zu investieren. Denn auf dem Sparbuch bringt das Geld keine Zinsen und wird durch die Inflationsrate sogar weniger im Laufe der Zeit.

Lothar Hartmann: Herr Prof. Dr. Gege, wir bedanken uns für Ihren Besuch und für das Gespräch.

MEHR INFORMATIONEN ZUM B.A.U.M. FAIR FUTURE FONDS FINDEN SIE UNTER [GLS-FONDS.DE/FAIR-FUTURE-FONDS.HTML](https://www.gls-fonds.de/fair-future-fonds.html).

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.



PRODUKTE

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 ökologische und sozialverträgliche Alternative: Bei memo findet er für jeden Bedarf ein nach unseren strengen Beschaffungskriterien intensiv geprüftes Produkt. Aktuell führen wir in unserem Sortiment über 20.000 Artikel – vom klassischen Bürobedarf 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, ressourcenschonende Herstellung, sparsame recyclingfähige Verpackung, möglichst geringe gesundheitliche Belastung des Benutzers und Energieeffizienz während des Gebrauchs sowie die Recyclingfähigkeit bzw. problemlose Rückführung des Produktes in natürliche Kreisläufe. Die Beurteilung eines Artikels erfolgt dabei in zwei Schritten. Zunächst dient ein umfassender Kriterienkatalog (die memo Beschaffungskriterien) mit Fragestellungen zu den wichtigsten Aspekten wie eingesetzte 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 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 Sortimentgestaltung. 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 2018 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 SA8000 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 Branche 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 drei 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 (memoworld.de/nachhaltigkeitsbericht). Gerade für ein vergleichsweise kleines Unternehmen wie die memo AG,

die zudem als Händler nicht für den eigentlichen Herstellungsprozess verantwortlich ist, 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.



100%

DIE ÖKOBILANZ HAT ERGEBEN, DASS DIE UMSTELLUNG AUF RECYCLING-MATERIAL FÜR DIE FLASCHE DES MEMO „ECO SAPONINE“ VOLLWASCHMITTELS ZWISCHEN 30 UND 50% CO₂e-EMISSIONEN EINSPART. SEIT 2018 BIETEN WIR DESHALB DAS WASCHMITTEL IN EINER 1L-FLASCHE AUS 100% POST-CONSUMER-KUNSTSTOFF AN.



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. 2018 lag der Anteil der bei uns verkauften Papiere mit Blauem Engel bei 86 %. 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. Eine mögliche Alternative zu bestimmten Papierprodukten ist Graspapier. Dieses besteht entweder bis zu 50 % aus Grasfasern oder Graspellets und Frischfaser- oder Recyclingpapier. Der Vorteil von Graspapier ist, dass pro Tonne Graszellstoff weniger als ein Liter Wasser benötigt und der Energieverbrauch um bis zu 80 % reduziert wird. Entsprechend geringer sind dann auch die klimaschädlichen Emissionen, die bei der Herstellung entstehen. Ein großer Nachteil von Graspapier ist die eingeschränkte Recyclingfähigkeit: Graspapier darf in nur sehr geringer Menge in den Papiermüll, da es zu Problemen im Altpapierrecycling führen kann. Allerdings kann Graspapier in der Regel zu Hause im Kompost entsorgt werden. 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.



DIE NOTIZBÜCHER VON MATABOOKS SIND AUS GRASPAPIER. IM COVER SIND SAMEN EINGEARBEITET, SO DASS DER UMSCHLAG NACH GEBRAUCH IN DIE ERDE „GEPFLANZT“ WERDEN KANN.

SORGFÄLTIGE ABWÄGUNG BEI DER PRODUKT-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. Jedes Produkt 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 sehr genau anzusehen. Die Vorgehensweise und Bewertung für jeden einzelnen Artikel in 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 neun für uns wichtige Produktbereiche dar.



MÖBEL UND HOLZPRODUKTE

In unserem Möbelsortiment führen wir vorwiegend Produkte, die aus Holz gefertigt sind. Alle unsere Holzprodukte bestehen aus Rohstoffen aus verantwortungsvoll bewirtschafteten 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, können sich aber nicht zertifizieren lassen, da die notwendigen finanziellen oder personellen Ressourcen fehlen. Jeder Lieferant muss uns 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.



TECHNIK UND BELEUCHTUNG

Die Sortimente Technik, Elektronik und Beleuchtung sind für uns nach wie vor 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 Komplettortiment 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 ist das 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 von Taschenrechnern 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 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 HSM, die u.a. Aktenvernichter in Deutschland herstellen, oder ritterwerk, die ebenfalls ausschließlich in Deutschland u.a. Haushaltsgeräte fertigen. Bei Herstellern außerhalb Europas achten wir besonders darauf, dass sie nach Umwelt-, Arbeitssi-

cherheits- und Sozialstandards zertifiziert oder der BSCI-Initiative angeschlossen sind. Innovative Leuchtturmprodukte wie das Fairphone, das Shift Smartphone, „Die Faire Maus“ von Nager IT oder die Sonnenglas Solar-LED-Dekoleuchte 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.

Eine umwelt- und ressourcenschonende Alternative zu neuen Geräten sind wiederaufbereitete („refurbished“) Produkte, die wir mittlerweile je nach Verfügbarkeit in unseren Onlineshops anbieten. Bei den Geräten handelt es sich in erster Linie um gebrauchte Hardware, die von unserem deutschen Lieferanten gründlich getestet, sorgfältig gereinigt und generalüberholt, bzw. umfangreich wiederaufbereitet ist. Wer ein derartiges Gerät erwirbt, spart aktiv klimaschädliche Emissionen, die in der Herstellung entstehen, und wertvolle Ressourcen, die dafür benötigt werden, ein. Zusätzlich gewähren wir unseren Kunden bis zu drei Jahre Garantie auf diese Produkte. Durch die Wiederverwendung bestehender Geräte entsteht nicht noch weiterer Elektroschrott, der entweder aufwändig entsorgt werden muss oder in Entwicklungsländern landet, wo er Mensch und Umwelt belastet. Laut einer Studie von Basel Action Network und Greenpeace landet trotz internationaler Verbote nach wie vor illegaler Elektroschrott in Afrika und Asien. Beim Zerlegen und Verbrennen sind die Menschen dort gesundheitsgefährdenden Schadstoffen meist ungeschützt ausgesetzt.



DAS MODULAR AUFGEBAUTE SHIFT SMARTPHONE IST SEHR GUT REPARATURFÄHIG. DAS GEHÄUSE BESTEHT AUS SORTENREIN TRENNBAREN, CHLORFREIEN KUNSTSTOFFEN. DER SAR-WERT LIEGT MIT 0,165 W/KG (KOPF) WEIT UNTER DEM GESETZLICHEN MAXIMALWERT VON 2 W/KG. DIE MITARBEITER DER KLEINEN CHINESISCHEN MANUFAKTURFERTIGUNG ERHALTEN DIE GLEICHE BEZAHLUNG WIE DIE SHIFT-MITARBEITER IN DEUTSCHLAND.



TINTE UND TONER

Mit den memo Recycling-Tonerkartuschen und -Tintenpatronen 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. Alle Produkte werden von unabhängigen Institutionen wie der LGA geprüft und erfüllen gängige Qualitätsnormen wie die DIN 33870 oder die DIN 33871. Zudem sind viele Produktserien mit anerkannten Umweltzeichen und Labels, wie dem Blauen Engel oder dem Nordic Swan, ausgezeichnet. Bei den verwendeten Tinten, die auf Wasserbasis hergestellt sind, 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 Vollsortiment-Anbieter für Gewerbekunden bieten wir jedoch auch original Verbrauchsmaterialien der Gerätehersteller an. 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

Allgemein anerkannte Standards wie NATRUE, NCCO, Ecocert oder BDIH definieren unsere Leistungsentscheidungen 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.



BEKLEIDUNG UND TEXTILIEN

Ökologische und faire Bekleidung ist kein Nischenprodukt mehr. Die Auswahl umwelt- und sozialverträglicher Textilien steigt stetig. Immer mehr Konsumenten kaufen Textilien, die unter nachhaltigen Bedingungen hergestellt wurden und beim Tragen keine 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 für Mensch und Umwelt 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. 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. Unsere memo Reinigungsreihe „Eco Saponine“, für die Seifenkraut eingesetzt wird, ist nach den strengen Kriterien des Nature-Care-Product-Standard (NCP) zertifiziert. Desweiteren achten wir auf eine hohe Ergiebigkeit der Reinigungsmittel. Mit den wichtigsten Lieferanten aus diesem Produktbereich pflegen wir seit vielen Jahren den persönlichen Kontakt und waren bereits mehrmals bei ihnen vor Ort.



PRODUKTE AUS KUNSTSTOFF

Produkte, bzw. Bauteile von Produkten aus Kunststoff findet man in nahezu jedem Anwendungsbereich. Kunststoffe kommen auf vielfältige Art und Weise in unserem Alltagsleben vor. Trotz großer und zum Teil auch berechtigter Kritik an „Plastik“, bietet das Material auch Vorteile wie beispielsweise sein geringes Gewicht oder die hervorragende Recyclingfähigkeit vieler Kunststoffe. Ein großer Nachteil ist, dass Kunststoffe nahezu nicht abbaubar sind und ihr Abfall mittlerweile alle Ökosysteme belastet. Aus diesem Grund 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, haben wir uns am Forschungsprojekt BiNa (siehe dazu Seite 69) beteiligt. 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.



LEBENSMITTEL

Laut dem Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) geben die Deutschen immer mehr Geld für Bio-Lebensmittel aus – 2018 knapp 11 Mrd Euro. Immer mehr Menschen sind bei Lebensmitteln eine umwelt-, klima- und gesundheitsverträgliche Herstellung und eine artgerechte Tierhaltung wichtig. 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.

ARTIKEL MIT UMWELTZEICHEN UND LABELS

	2016	2017	2018	2019
Blauer Engel	1.286	1.170	1.403	1.343
FSC®	2.711	3.869	3.208	3.378
EG-Öko-Label (Bio-Logo)	312	328	317	386
Fairtrade	626	2.145	1.763	1.811
GOTS	1.935	3.070	2.337	2.154
NATRUE	95	184	188	165

Auszug aus der Gesamtliste aller Artikel mit Umweltzeichen und Labels.



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 über 1.300 Artikel mit dem Blauen Engel im Sortiment. Relevante Produktbereiche sind hierbei vor allem Recyclingpapier, -karton und -pappe, Hygienepapiere und 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 3.300 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



FAIRTRADE UND FAIRTRADE CERTIFIED COTTON

Der gemeinnützige Verein TransFair ist eine unabhängige Initiative, die das Fairtrade-Label 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 1.800 Produkte im memo Sortiment sind fair gehandelt. www.transfair.org



FAIR WEAR FOUNDATION

Die gemeinnützige Organisation Fair Wear Foundation setzt sich gemeinsam mit ihren Mitgliedsunternehmen und weiteren Partnern für eine stetige Verbesserung der Arbeitsbedingungen, der Menschenrechte und der Arbeitssicherheit in der Bekleidungsindustrie ein. Der Kodex der Organisation für Arbeitspraktiken und die Rechte von Arbeitnehmern enthält acht Punkte, die auf den UN-Menschenrechtskonventionen und den ILO-Kernarbeitsnormen beruhen.

www.fairwear.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



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 kontrolliertem Bioanbau stammen (bzw. sich in Umstellung auf Bioanbau befinden). Für die über 2.000 GOTS-zertifizierten Artikel in unserem Textilsortiment 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



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 380 Artikel im memo Sortiment das EU-Bio-Siegel. www.bio-siegel.de

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



NATRUE

Das NATRUE-Label garantiert, dass das Hautpflege-Erzeugnis so natürlich wie 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. 165 Produkte im memo Sortiment tragen das NATRUE-Label. www.natrue.org

Für den Konsumenten bieten unabhängige Umweltzeichen und Labels beim Einkauf einen verlässlichen Anhaltspunkt und fördern damit bewussten und nachhaltigen Konsum. Umfassende Informationen zu Labels und Management-Standards sowie Tipps zum Einkauf nachhaltiger Produkte liefern u.a. folgende Seiten: www.label-online.de (Verbraucher Initiative e.V.), www.siegelklarheit.de (Initiative der Bundesregierung), www.nachhaltiger-warenkorb.de (Rat für Nachhaltige Entwicklung).

MEMO MARKENPRODUKTE

Über 1.100 Produkte und damit mehr als zehnmals so viele wie im Jahr 2002 tragen heute den Namen memo. Während die ersten memo Markenartikel wie Papiere, Etiketten und 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 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.

Im Jahr 2012 haben wir 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. 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.

BLAUER ENGEL FÜR MEMO MARKENPRODUKTE

Seit Anfang 2019 tragen die naturfarbenen memo Bio-Baumwoll-Tragetaschen und -Rucksäcke aus kontrolliert biologisch angebaute Baumwolle den Blauen Engel für Textilien (DE-UZ 154). Die Kriterien dieses Blauen Engels berücksichtigen die gesamte textile Kette – von der Rohfaser bis zum fertigen Produkt. Im Herstellungsprozess müssen hohe Umweltstandards eingehalten werden, zudem müssen Arbeitssicherheit und sozialverträgliche Bedingungen in der Herstellung gewährleistet sein. Das Endprodukt darf keine gesundheitsbelastenden Chemikalien enthalten. Nur so kann sich der Verbraucher sicher sein, ein umweltverträglich und fair hergestelltes, schadstoffgeprüftes Produkt zu kaufen. Die Einhaltung der Kriterien des Blauen Engel wird durch umfassende Prüf- und Nachweispflichten bei der Zertifizierung sichergestellt. So müssen etwa Testergebnisse von unabhängigen Prüfinstituten vorgelegt werden. Neben dem Blauen Engel sind die Tragetaschen bereits mit dem GOTS und mit dem Fairtrade-Label ausgezeichnet. Die sozialverträglichen Arbeitsbedingungen in der Produktionsstätte werden darüber hinaus durch die Norm SA8000 garantiert. Unser Ziel aus dem Managementprogramm, auch ausgewählte Schreibgeräte aus unserem memo

Markensortiment mit dem Blauen Engel auszeichnen zu lassen, haben wir leider bisher nicht erreicht. Für unsere Kugelschreiber aus FSC®-zertifiziertem Holz konnten wir trotz intensiver Bemühungen am gesamten Markt keine Mine finden, die die sehr strengen Anforderungen des Umweltzeichens erfüllt. Selbstverständlich werden wir dazu weiter „am Ball bleiben“. Auch für unsere FSC®-zertifizierten Bleistifte konnten wir die erforderlichen Informationen und Laborprüfungen erst nach monatelanger Recherche ermitteln. Inzwischen haben wir die Antragsunterlagen bei der Zeichenvergabestelle RAL gGmbH eingereicht und befinden uns nun im laufenden Prüfverfahren.

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, liegt deren Umsatz mittlerweile bei rund 26 %. 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. Für besonders erfolgreiche memo Markenserien investieren wir gezielt und kontinuierlich in die Ausweitung der Sortimentstiefe. Jüngst hinzugekommen sind zwei neue Kaffees: der memo Bio Kaffee aus 100 % Arabica ganze Bohne und der memo Bio Espresso aus 70 % Arabica und 30 % Robusta ganze Bohne. 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.

DIE MEMO BIO BAUMWOLL CITY-TASCHE IST GOTS-ZERTIFIZIERT, TRÄGT DAS FAIR-TRADE-LABEL UND NUN AUCH DEN BLAUEN ENGEL.



VERPACKUNGEN

Verpackungen – insbesondere aus Kunststoff – stehen aktuell im Fokus gesellschaftlicher Diskussionen. Sie sind neben Aspekten wie dem Abrieb von Autoreifen oder Kunststoffpartikeln aus synthetischer Kleidung, Kosmetika oder Reinigungsmitteln hauptverantwortlich für die weltweite Belastung der Umwelt durch Plastik. Verpackungen aus Kunststoff werden vor allem nach der Nutzung durch ein unzureichendes Abfallmanagement problematisch. Vielen Medienberichten war in den letzten Monaten zu entnehmen, dass die Bemühungen der deutschen Bevölkerung beim Sammeln und Trennen von Müll ins Leere laufen. Denn ein großer Teil der in Deutschland gesammelten Kunststoffabfälle wird demnach nicht recycelt, sondern verbrannt oder exportiert. Fakt ist: Genauso wie bei Produkten, werden für Herstellung, Gebrauch und Recycling, bzw. Entsorgung von Verpa-

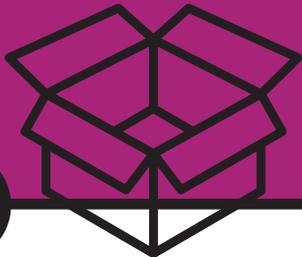
ckungen Ressourcen und Energie benötigt – unabhängig davon, ob diese aus Kunststoff, Papier, Karton oder einem anderen Material bestehen. Auf den ersten Blick wäre es also die beste Alternative komplett auf Verpackungen, die oft ein kurzes Leben haben, zu verzichten. In der Praxis ist dies meist nicht sinnvoll, denn Verpackungen können auch zum Umwelt- und Klimaschutz beitragen, indem sie Produkte vor Beschädigungen und Verschmutzung schützen und sie länger haltbar machen. Verschiedene wissenschaftliche Umfragen haben ergeben, dass Verbrauchern der Schutz der Produkte wichtiger ist als die Eigenschaften der Verpackung. Diese Einstellung können wir aus unserer täglichen Praxis bestätigen. Das Ziel sollte also sein, Verpackungen so zu gestalten und zu verwenden, dass die negativen Auswirkungen für Mensch, Tier und Umwelt reduziert oder sogar vermieden werden.

1 2 3

Im Rahmen der Geschäftstätigkeit der memo AG fallen Verpackungen im Wesentlichen in drei Bereichen an:

memo BOX

1



BESCHAFFUNGSLOGISTIK

Unter Berücksichtigung der konkurrierenden Zielvorgaben „Minimierung der Umweltauswirkungen bei Warenanlieferungen“ und „Minimierung der Kapitalbindungskosten“ analysieren wir systematisch die optimalen Losgrößen für Bestellungen bei unseren Lieferanten. Dadurch vermeiden wir negative Umweltauswirkungen und Verpackungsabfall durch unnötige Warenlieferungen. Da die Warenlieferung selbst in den meisten Fällen von unseren Lieferanten organisiert wird und wir als vergleichsweise kleines Unternehmen nur geringe Mengen abnehmen, haben wir auf die tatsächlich eingesetzten Materialien und die Menge der Transportverpackungen nur sehr wenig Einfluss. Dennoch arbeiten wir auch hierbei eng mit unseren Lieferanten zusammen und motivieren sie zu einem sparsamen Umgang mit Transportverpackungen. Bei der Anlieferung von Waren fällt vor allem Kunststoff und Kartonage an. Wir sammeln und trennen diese Materialien in unserem Lager und geben diese dann an ein zertifiziertes Recyclingunternehmen aus der Region weiter. In den letzten fünf Jahren ist die Abfallmenge beider Materialien – trotz gestiegenem Handelsvolumen – um etwa 6 % gesunken (siehe Seite 63).

2

VERSANDLOGISTIK

Für den Paketversand seiner bestellten Ware hat der Kunde bei der memo AG die Wahl zwischen einem herkömmlichen Versandkarton aus Recyclingmaterial oder der „memo Box“, unserem Mehrweg-Versandssystem, mit dem wir im Branchenvergleich ökologische Maßstäbe setzen. Aufgrund der Vermeidung von Abfällen sowie der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung ist die „memo Box“ mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Um die Umweltauswirkungen des Mehrweg-Versandsystems weiter zu minimieren, wird die „memo Box“ seit Herbst 2016 aus dem Recycling-Kunststoff „Procyden“, der aus der haushaltsnahen Wertstoffsammlung des Dualen Systems besteht, produziert. Durch das Recyclingmaterial werden die Treibhausgasemissionen bei der Herstellung der Box gegenüber herkömmlichem Kunststoff um bis zu 30 % verringert. Hinsichtlich Langlebigkeit, Stabilität und Transportsicherheit ist die „memo Box“ aus Recyclingmaterial den Behältern aus rohölbasierendem Neumaterial absolut ebenbürtig. Der Versandanteil der „memo Box“ liegt inzwischen bei 23 %. Weitere Informationen finden Sie auf Seite 54 oder unter

www.memoworld.de/memobox. Als Füllstoff zur Warensicherung für den Paketversand aus unserem Lager verwenden wir ausschließlich Recyclingpapier und setzen keine Kunststoffolie und kein Styropor ein. Um die Menge an Füllmaterial im Karton zu minimieren, schneiden unsere Mitarbeiter am Packplatz Versandkartonagen bei Bedarf passend zu. Für den Palettenversand großvolumiger Produkte und umfangreicher Bestellungen verwenden wir bevorzugt Europaletten und Gitterboxen im Mehrwegsystem. 2018 haben wir drei von vier Palettensendungen auf diese Weise verschickt. Leider lehnen die Speditionen mittlerweile bei Privatkunden Mehrwegsysteme im Palettenversand ab. Ursache dafür ist die schlechte Erreichbarkeit von Privatkunden während der Geschäftszeiten und damit die hohe Anzahl an erfolglosen Anfahrten, bzw. ein sehr hoher Aufwand für die Abholung. Aus diesem Grund setzen wir in diesen Fällen, wenn möglich, Einwegpaletten aus Recyclingkartonage ein oder verwenden Einwegpaletten aus Warenanlieferungen unserer Lieferanten wieder. Auf den Einsatz von Stretchfolie aus Kunststoff zur Transportsicherung können wir beim Palettenversand leider nicht vollständig verzichten. Soweit möglich minimieren wir jedoch die verwendete Menge.

3

PRODUKT- BZW. VERKAUFSPACKUNGEN

Bei der Listung von Waren für unser Sortiment bewerten wir selbstverständlich auch die jeweilige Produktverpackung. Soweit es in der Praxis sinnvoll ist und der Hersteller, bzw. Lieferant diese Option anbietet, beziehen, lagern und versenden wir Produkte ohne Einzelverpackung. Möglich ist dies z.B. bei Aktenordnern und vielen Schreibgeräten. Bei den meisten Produkten ist eine Einzelverpackung jedoch sinnvoll und auch wichtig. Der Versand von unverpackten, empfindlichen Produkten zusammen mit anderen führt oft zu Beschädigungen, womit diese schon vor der Nutzung unbrauchbar werden. Auch eine unverpackte Lagerung von Waren birgt Probleme. In einer Lagerhalle können Staub und Schmutz nicht komplett verhindert werden. Die Frage, welche Verpackung aus welchem Material für ein Produkt am besten geeignet ist, gestaltet sich sehr komplex und ist in vielen Fällen nicht eindeutig zu beantworten. Die unterschiedlichen Materialien wie Papier bzw. Karton, Kunststoff, Glas oder Metall haben unterschiedlichste Vor- und Nachteile, die zudem abhängig von der Verwendung variieren können. Deshalb lehnen wir – außer PVC – prinzipiell keinen Werkstoff ab, sondern achten auf eine möglichst sparsame, sortenreine und gut recyclingfähige, bzw. im besten Fall bereits recycelte Verpackung.

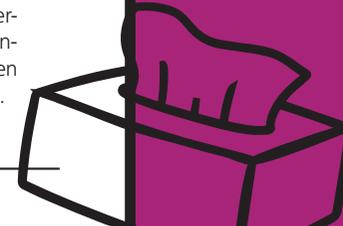
Unser **memo Toilettenpapier „Recycling Tissue“** versenden wir beispielsweise aktuell in einer Kunststoffolie aus sortenreinem, gut recyclingfähigem Polyethylen. Die Vorteile gegenüber einer Papierverpackung sind insbesondere eine hohe Reißfestigkeit, ein geringes Gewicht und eine einfachere Verarbeitung im Herstellungsprozess. Eine mögliche Umstellung auf Recyclingpapier, die aufgrund der aktuellen gesellschaftlichen Diskussion auch vermehrt von Kunden angefragt wird, sollte also gut überlegt sein und auch gegen andere Möglichkeiten wie den Einsatz von bereits recycelter Kunststoffolie abgewogen werden. Aktuell analysieren wir zusammen mit unserem Lieferanten die verschiedenen Optimierungspotenziale. Auch die **Textilien** in unserem Sortiment versenden wir mit einer Verpackung – die meisten davon in einem Kunststoffbeutel. Nach unseren Erfahrungen reagieren die Verbraucher gerade bei solchen Produkten verständlicherweise besonders sensibel auf geringste Beeinträchtigungen. Zudem werden viele Textilien weiterhin in Übersee produziert. Gerade bei diesen Produkten ist eine Einzelverpackung aus Kunststoff nahezu nicht zu vermeiden, da sich ansonsten z.B. beim Transport per Seefracht Schimmel bilden kann.

Auf Basis einer umfassenden Ökobilanzierung des **memo Vollwaschmittels „Eco Saponine“** im Jahr 2012, lassen wir dieses Produkt seit Anfang 2018 in Flaschen aus 100% Recyclingkunststoff abfüllen. Die Suche nach einem geeigneten Material hat mehrere Jahre in Anspruch genommen. Besondere Herausforderung war es einerseits ein Material zu finden, das keine negativen Auswirkungen auf die Qualität des enthaltenen Waschmittels hat und andererseits auch in vergleichsweise geringen Mengen am Markt zu beziehen ist. Der Hersteller unseres Waschmittels hat in diesem Zeitraum zahlreiche Tests und Analysen durchgeführt. Für die finale Umsetzung der Maßnahme war es zudem erforderlich das Design der Verpackung neu zu gestalten.

Dies sind nur einige Beispiele, die zeigen sollen, wie vielfältig das Thema Produktverpackungen in seiner Gesamtheit ist und wie nachhaltige Verpackungen für einzelne Produkte gestaltet sein können. Selbstverständlich prüfen wir laufend die Verpackungen der Produkte in unserem Sortiment und versuchen zusammen mit den jeweiligen Lieferanten und Herstellern weitere Verbesserungen zu erzielen. So haben wir Anfang 2019 unsere Lieferanten zu den aktuell verwendeten Verpackungen und laufenden Optimierungsmaßnahmen befragt und beteiligen uns am Forschungsprojekt InnoRedux „Geschäftsmodelle zur Reduktion von Plastikmüll entlang der Wertschöpfungskette: Wege zu innovativen Trends im Handel“ (siehe Seite 69).



Unsere **memo Bio-Baumwollbeutel für Obst und Gemüse** sind ein Beispiel dafür, wie ein Produkt aus unserem Sortiment als nachhaltige, vielfach wiederverwendbare Verpackung beim Verbraucher verwendet werden kann. Wir bieten das Fairtrade- und GOTS-zertifizierte Produkt im 2er-Pack an, minimal verpackt in einer innovativen Banderole, die aus Abfällen der Bio-Baumwollproduktion besteht.



FAZIT: UM GANZHEITLICHE, SINNVOLLE UND SYSTEMATISCHE LÖSUNGEN DES KOMPLEXEN THEMAS VERPACKUNGEN ZU FINDEN, SIND AUS UNSERER SICHT ALLE INTERESSENSGRUPPEN GEFORDERT: PRODUKTHERSTELLER, VERPACKUNGSINDUSTRIE, HANDEL, ENTSORGUNGSBRANCHE, KONSUMENTEN, WISSENSCHAFT, POLITIK, NGOS UND MEDIEN. JEDE GRUPPE KANN FÜR SICH EINEN WESENTLICHEN BEITRAG LEISTEN UND AM BESTEN SOLLTEN ALLE AN DEM THEMA KONSTRUKTIV ZUSAMMENARBEITEN. UM EINE WIRKLICHE VERBESSERUNG ZU ERZIELEN, MÜSSEN MIT SICHERHEIT AUCH GEWOHNTE ROUTINEN GEÄNDERT WERDEN, ZUM BEISPIEL BEIM EINKAUFVERHALTEN DER KONSUMENTEN, BEI DER GESTALTUNG UND ENTWICKLUNG VON VERPACKUNGEN DURCH DIE HERSTELLER UND BEI DER VERMARKTUNG VON PRODUKTEN DURCH DEN HANDEL.

**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.**



PROZESSE



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 essentiell für nachhaltige Kaufentscheidungen wären. Bei Printmedien kommt erschwerend hinzu, dass der verfügbare Platz für die Produktkommunikation sehr 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 liefern wir durch einen eigenen Reiter „Nachhaltigkeit“, der bei nahezu allen Produkten in unserem Sortiment zu finden ist, weiterführende Informationen zur Nachhaltigkeit der Produkte für die

besonders interessierten Leser. Dieser Bereich wird mittlerweile durch Videos und umfassende Downloads laufend ergänzt. Bei einem Sortiment mit aktuell über 20.000 Artikeln, das sich stetig verändert und ständig 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. Dass wir mit dieser Vorgehensweise auf dem richtigen Weg sind, bestätigt eine Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) in Zusammenarbeit mit Fo.KUS e.V. (Forschung und Kommunikation für Konsum, Umwelt & Soziales) aus dem Jahr 2017. Sie untersuchte die nachhaltigkeitsrelevanten Produktinformationen bei den bedeutendsten Onlineshops aus dem Kreis der Top-100-Webshops in Deutschland wie auch bei den größten Öko-Shops, auf Basis von insgesamt 4.400 Produktangeboten. Das Ergebnis: Der E-Commerce informiert im Gegensatz zu den Öko-Onlineshops sehr wenig über Nachhaltigkeitsaspekte seines Warenangebots. Unser Onlineshop für Privatkunden memolife.de wurde als der beste der drei untersuchten Öko-Shops beurteilt, da hier eine fast perfekte Suchtechnik mit 99% Trefferqualität, die beste Bewerbung nachhaltiger Produkte, das viertbeste Ergebnis in der Informationsdichte und der zweitbeste Wert bei den weiteren Orientierungsleistungen festzustellen war. Damit lag memolife.de mit einem enormen Abstand von 42% weit vor dem besten konventionellen Shop. Das anspruchsvolle Gesamtkonzept wurde – so die Untersuchung – bereits auf der informationsreichen und orientierungsstarken Startseite erkennbar.



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 Fragen zu Biokunststoff oder Verpackungen. 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.



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.

KOMMUNIKATION MIT DEM KONSUMENTEN



CRM, DMS UND PIM

Um die Beziehung – insbesondere zu unseren Key-Account-Kunden (siehe auch Seite 32) – zu stärken, planen wir seit längerem 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 für ein kombiniertes System wurde allerdings vorerst zurückgestellt. Grund ist die in diesem Jahr notwendige Einführung eines neuen PIM (Product Information Management System), über das wir die Daten zu unseren Produkten zentral und standardisiert speichern, verwalten und einsetzen. Für die parallele Einführung von CRM-System, DMS und neuem PIM fehlen uns aktuell vor allem die erforderlichen personellen Ressourcen.

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 unversehrte zum richtigen Zeitpunkt an den korrekten Bestimmungsort liefern. Um dieses Ziel zu erreichen, analysieren wir unsere Produkte und Prozesse laufend und entwickeln diese im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses 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 im Jahr 2018 bei 0,48 %. 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 2018 haben unsere Kunden bei knapp 5 % aller Sendungen 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 teils über 60 % 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

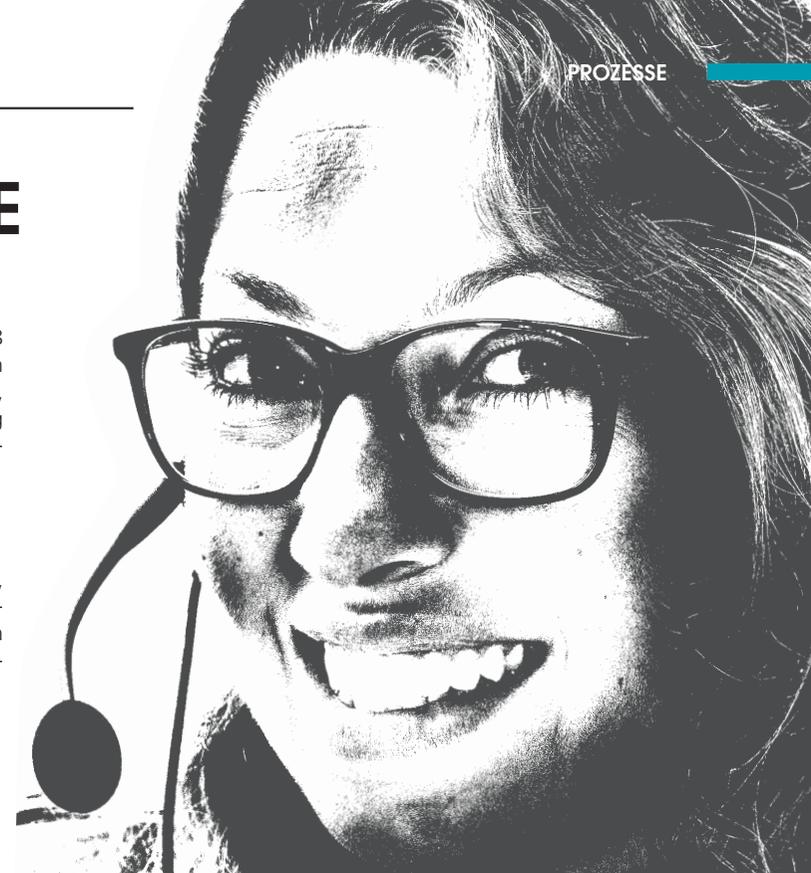
Die Reklamationsquote über alle Kundenaufträge im Jahr 2018 betrug 4,88 %. Unseren Zielwert von 5 % haben wir, wie schon in den letzten Jahren, erreicht. Betrachtet werden alle Kundenaufträge, die wenigstens eine Kundenbeschwerde enthielten – unabhängig von der Schwere der Reklamation. Es kann sich also 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 72 % unserer Kundenaufträge online erhalten und diese weitestgehend vollautomatisch über unser Warenwirtschaftssystem abgewickelt werden, gehören interne 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.

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

Ausführliche Informationen zur Handhabung des Datenschutzes bei der memo AG finden Sie am Ende dieses Berichts auf Seite 74.



REKLAMATIONSQUOTEN:

PRODUKT – QUALITÄT



KUNDENAUFTRÄGE



AUFTRAGSERFASSUNG



MEMO PRINTMEDIEN

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

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 diesem Umweltzeichen ausgezeichnet wurde. Mittlerweile tragen auch alle unsere Kataloge und Mailings den Blauen Engel für Druckerzeugnisse.

AUFLAGENHÖHE UND UMFANG

Durch systematische Kundensegmentierung und entsprechende Auflagenplanung können wir die Umweltauswirkungen durch die Herstellung und den Versand unserer Kataloge und Mailings kontinuierlich analysieren und reduzieren. Im Jahr 2018 produzierte die memo AG einen Jahres-, einen Möbel- und einen Werbeartikelkatalog für Gewerbekunden mit einer Gesamtauflage von 177.000 Exemplaren. Das waren knapp 36 % mehr als im Jahr 2017, da der Katalog für Büromöbel und -einrichtung neu aufgelegt wurde. Beim Jahreskatalog wurde der Umfang gegenüber dem Vorjahr um 40 Seiten reduziert. Außerdem wurde für alle drei Gewerbekunden-Kataloge ein nochmals kleineres Format als 2017 gewählt. Im Jahr 2018 ist nur noch ein memolife Katalog für Privatkunden mit einer Auflage von 38.500 – und damit um 10,5 % weniger als im Vorjahreszeitraum – erschienen. Der Katalog wird seitdem durch regelmäßige Mailings zu verschiedenen Produktbereichen ersetzt. 2018 haben wir insgesamt 35 Mailings für Gewerbe- und Privatkunden in unterschiedlichen Formaten – von der Postkarte bis zum 16-Seiter – mit einer Gesamtauflage von 734.100 verschickt.

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 in den letzten drei Jahren 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. Hierbei haben wir zusammen mit anderen Unternehmen, die an der gesamten Wertschöpfungskette von Druckerzeugnissen beteiligt sind, an mehreren Workshops teilgenommen. Es hat sich gezeigt, dass in erster Linie bei den Druckfarben ökologisches und gesundheitliches Optimierungspotenzial besteht. Aus diesem Grund planen wir eine Analyse

der für unsere Printmedien verwendeten Druckfarben, um die für uns optimalen Farboptionen hinsichtlich Ökologie, Qualität und Gesundheitsverträglichkeit zu finden (siehe Managementprogramm Seite 15). 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 drei Kataloge für Büromaterial, Büroeinrichtung und Werbeartikel 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. Unsere 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.

MEMO PRINTMEDIEN – ÖKOLOGISCH PRODUZIERT

PRINT

ONLINE

PROZESSE

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 unsere Druckerei für die Jahreskataloge davon überzeugen, diese seit 2016 mit Ökostrom zu produzieren, wodurch die anfallenden Emissionen beim Druck erheblich reduziert werden.

KLIMANEUTRALER KATALOG-DRUCK 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. Durch die Herstellung und den Versand unserer Werbemedien haben wir im Jahr 2018 insgesamt 103,5 Tonnen CO₂e und damit knapp 12 % weniger als im Jahr davor verursacht. Über die letzten Jahre gesehen macht sich vor allem der Einsatz von Ökostrom bei der Produktion unserer Kataloge positiv bemerkbar.

CO₂e-EMISSIONEN WERBEMEDIEN



ONLINE: ENERGIESPAREND UND KLIMANEUTRAL

Der Onlinehandel in Deutschland wächst nach wie vor kräftig weiter und umfasst mittlerweile alle Warengruppen. Auch unsere Kunden nutzen überwiegend das Internet als Informationsquelle und vor allem für ihre Bestellungen. Der Auftragsanteil liegt aktuell bei 72 % – Tendenz weiter steigend. Aus diesem Grund wird dieser Vertriebsweg 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 sicher, attraktiv und einfach machen.

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, Instagram und Pinterest unterwegs.

KLIMANEUTRALES HOSTING

Wer konsequent nachhaltig und bewusst lebt sollte auch beim Onlinekauf darauf achten, bei einem klimaneutralen Onlineshop zu kaufen. Alle unsere Shops memolife.de, memo.de und memo-werbeartikel.de sowie die Unternehmens-Homepage memoworld.de sind klimaneutral. Auch an dieser Stelle arbeiten wir 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 vor allem stark visuell orientiert. Anhand von Bildern und Videos ziehen wir unterbewusst Rückschlüsse auf die Qualität eines Produkts und auf die Glaubwürdigkeit des betreffenden Onlineshops. (Bewegte) Bilder zeigen uns auch, dass ein bestimmtes Produkt die Kriterien erfüllt, nach denen wir suchen. Gute Bilder und Videos führen letztlich zum Kauf. Für unsere Onlineshops setzen wir einerseits Bildmaterial ein, das wir in unserem eigenen Fotostudio erstellen, und greifen andererseits auf geeignetes Material unserer Lieferanten zurück. 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 zu mehr Zufriedenheit beim Kunden und zu (noch) weniger Reklamationen. Außerdem platzieren wir bei bestimmten Produkten Videos, die wir ebenfalls von unseren Lieferanten erhalten und die nicht nur den Nutzen der Produkte, sondern auch deren nachhaltige Eigenschaften hervorheben. Wie generell bei unseren Onlineshops legen wir auch an dieser Stelle großen Wert auf Sicherheit: Unser dafür ausgewählter Dienstleister garantiert aktuellste Sicherheitsstandards. Ohne unsere Authorisierung können die Videos von Dritten nicht erreicht und nur auf den von uns definierten Domains abgespielt werden. Die SSL-Verschlüsselung stellt eine sichere Datenübertragung zwischen dem Browser und den Servern sicher. Damit gewährleisten wir unseren Lieferanten, dass ihre Videos nicht in unbefugte Hände geraten. Unsere Kunden können sich dagegen sicher sein, Videos mit wahrheitsgetreuen Inhalten zu sehen.



NACHHALTIGE LAGERLOGISTIK

Ein wesentlicher Aspekt unserer nachhaltigen Lagerlogistik ist der ökologische Umgang mit 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 75 % an gewerbliche und 25 % an private Endverbraucher. Für bestimmte Produkte 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 Kommissionierlager, 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. Hierfür nutzen wir ausschließlich den in diesem Jahr angeschafften Erdgas-Lkw (Lesen Sie mehr auf Seite 61). Auch Komplettpaletten werden von dort aus direkt an Kunden verschickt. Durch die Nutzung eines deutlich umwelt- und klimaschonenderen Fahrzeugs und die Einsparung von Transporten minimieren wir negative Umweltauswirkungen.



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 konnten wir den Verbrauch an Hilfsstoffen für den Warenversand trotz steigendem Sendungsvolumen sukzessive reduzieren. Unsere erfahrenen Mitarbeiter an den Packtischen schneiden Kartonagen beispielsweise zurück, um den leeren Raum im Paket zu minimieren. Durch den Einsatz unseres Mehrwegversandsystems „memo Box“ (siehe Seite 54) können wir zudem bei über 23 % unserer Warensendungen auf Klebeband verzichten. Für die Pakete verwenden wir Klebebänder aus Papier anstatt aus Kunststoff.

LAGER- UND VERSANDLOGISTIK



LAGERPLATZ-ORGANISATION

Wir arbeiten mit einer 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 immer wieder verwendet.



PARTNERUNTERNEHMEN FÜR DEN WARENVERSAND

Wie alle unsere Partner wählen wir auch unsere KEP-Dienstleister (Kurier-, Express- und Paketdienste) für unseren Warenversand sorgfältig nach ökologischen und sozialen Kriterien aus. Mit ihnen gehen wir partnerschaftliche, dauerhafte Geschäftsbeziehungen ein. Im Bereich Paketversand, der den größten Anteil an unseren Warensendungen hat, kooperieren wir aktuell mit zwei Partnern. Mit der Deutsche Post DHL Group arbeiten wir bereits seit über 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. Seit Anfang 2016 arbeiten wir parallel mit der DPD Deutschland GmbH zusammen. Wir haben uns bewusst für DPD als zweiten Partner entschieden, da auch dieses Unternehmen gezielt in die Entwicklung ökologischer Warenzustellung investiert. DPD transportiert in Deutschland täglich bis zu zwei Millionen Pakete. Wie bei allen anderen Paketdienstleistern fällt dabei eine bedeutende Menge schädlicher Treibhausgasemissionen an. Im Juli 2012 hat DPD den CO₂-neutralen Paketversand eingeführt und garantiert damit, dass sämtliche Pakete klimaneutral transportiert werden. Zusätzlich arbeitet das Unternehmen kontinuierlich daran, seinen ökologischen Fußabdruck durch innovative Lösungen zu reduzieren. In der Hamburger Innenstadt will DPD beispielsweise in Kürze vollständig auf umweltfreundliche Elektroantriebe umstellen.



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.



ZUSTELLUNG PER RADLOGISTIK

Da ein bedeutender Teil der Kunden der memo AG in Großstädten angesiedelt ist und wir uns auch an dieser Stelle unserer gesellschaftlichen Verantwortung durch innovative Lösungen stellen wollen, arbeiten wir mit Radlogistikern zusammen. Anstatt konventioneller Zustellfahrzeuge setzen sie Elektro-Lastenräder ein, die durch 100 % Ökostrom komplett emissionsfrei unterwegs sind. Zusätzlich werden Abgase und Lärmbelastigung vermieden. Da die Fahrer der Lastenräder Busspur und Fahrradwege benutzen, durch Parks fahren und Einbahnstraßen entgegen der Fahrtrichtung befahren dürfen, ist die Zustellung in der Regel schneller als mit dem Paketzustellfahrzeug. Letztlich ist auch der Platzverbrauch der Lastenfahräder deutlich geringer als der von konventionellen Zustellfahrzeugen. Mit unserem Pilotpartner Velogista GmbH wurden die ersten Pakete mit dem Rad bereits im September 2016 zugestellt. Seitdem werden unsere Gewerbe- und Privatkunden innerhalb des Berliner S-Bahn-Rings mit Elektrolastenrädern beliefert. Nach den dauerhaft positiven Erfahrungen in Berlin haben wir die Zustellung per Radlogistik im Juli 2018 auf die Städte Frankfurt/Main und Stuttgart ausgebaut. Von 2017 auf 2018 konnten wir insgesamt eine Steigerung der Zustellungen mit Elektrolastenrädern um 25 % verzeichnen. Alle Radlogistiker, mit denen wir zusammenarbeiten, bzw. eine Zusammenarbeit planen, sind Start Ups oder sehr junge Unternehmen. Neben den zusätzlichen Versandkosten, die wir bisher nicht an unsere Kunden weitergeben, besteht die große Herausforderung darin, den kompletten Versandprozess mit den erforderlichen Schnittstellen zur Übermittlung der Versandinformationen und Kundenbenachrichtigungen organisatorisch und technisch abzuwickeln. Zusätzlich kann es gerade in der Anfangsphase zu wirtschaftlichen Problemen kommen, wie bei unserem Partner in Stuttgart, der seine Geschäftstätigkeit leider bereits im April 2019 wieder einstellen musste. Trotz aller Herausforderungen, setzen wir aus Überzeugung den Weg der Radlogistik konsequent fort. Deshalb haben wir mittlerweile auch drei eigene Räder angeschafft, von denen eins bei „Sachen auf Rädern“ in Frankfurt und die beiden anderen bei unseren Partnern in Würzburg (siehe unten) eingesetzt werden.



RADLOGISTIK MIT SAME DAY DELIVERY IN WÜRZBURG

Würzburg ist nicht nur unsere „Heimatstadt“, sondern auch der Ort mit den höchsten Feinstaub- und Stickoxid-Belastungen in der Region. In den vergangenen Jahren lagen die Stickstoffdioxid-Werte in der Innenstadt sowie im nördlichen Bereich des Stadtrings immer wieder über dem zulässigen Grenzwert. Im Radklimatest 2018 des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs (ADFC) landete Würzburg außerdem in Sachen Fahrradfreundlichkeit unter vergleichbar großen Städten bundesweit auf Rang 34 von 38. Für uns sind das zwei gute Gründe, um auch in Würzburg mit gutem Beispiel voranzugehen. Seit April 2019 beliefern wir unsere Kunden dort per Radlogistik. Hierbei arbeiten wir mit zwei Dienstleistern zusammen. Einer ist das Berufsbildungswerk Caritas Don Bosco gGmbH, eine Einrichtung für benachteiligte junge Menschen mit Förderbedarf, die bereits seit Jahren unser Partner ist und uns u.a. bei der Konfektionierung bestimmter Produkte unterstützt. Der andere Partner ist die Radboten GbR, ein 2017 gegründetes Unternehmen für umweltfreundliche Express-Logistik. Geht bei uns die Bestellung von bei memo lagernden Produkten eines Kunden aus Würzburg bis 11.00 Uhr ein, wird diese noch am selben Tag von den Radboten ausgeliefert. Da wir die Pakete aus unserem Lager in Greußenheim ebenfalls mit unserem eigenen Elektrofahrzeug (siehe Seite 61) nach Würzburg zu unseren Partnern transportieren, ist der komplette Warenversand 100 % emissionsfrei. Realisiert wurde das Projekt zusammen mit Studierenden der Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt. Neben einer umfassenden Umweltverträglichkeitsanalyse, ermittelten die Studierenden im Rahmen ihrer Arbeit unter anderem geeignete Partner für die Zustellung, passende Lastenräder und sinnvolle Standorte für Micro-Hubs.

IK





Der stetig steigende Onlinehandel bedingt auch eine stetig steigende Menge an Verpackungsabfall. Wer online bestellt, erhält die Lieferung meist in einem Karton, der dann häufig nach einmaligem Gebrauch im Papiermüll landet. Seit mittlerweile zehn Jahren bieten wir unseren Kunden dafür eine Alternative: unser Mehrweg-Versandssystem „memo Box“.



Entscheidet 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.



www.blauer-engel.de/uz27
• Mehrweg-Transportsystem

Aufgrund der konsequenten Vermeidung von Abfällen sowie der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung ist das Mehrweg-Versandssystem seit 2014 mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.

-30%

Um die Umweltauswirkungen des Mehrweg-Versandssystems weiter zu minimieren, wird dieses seit 2016 aus Recyclingkunststoff hergestellt, wodurch die Treibhausgasemissionen bei der Produktion der Box um etwa 30% verringert werden. Pro Jahr sparen wir außerdem derzeit rund 25 Tonnen Kartonage ein. Paketklebeband wird für die „memo Box“ nicht benötigt.



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.

MEHRWEG IM VERSAND: DIE „MEMO BOX“

10 JAHRE

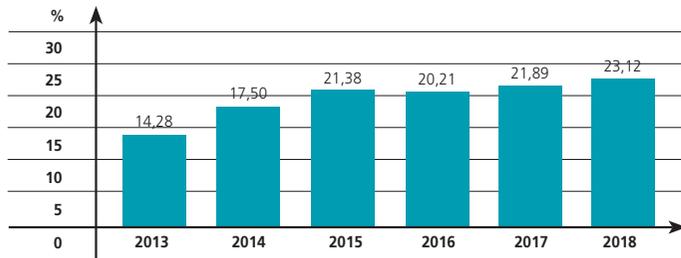




Nach dem Erhalt kann der Kunde die Ware in Ruhe auspacken und die „memo Box“ innerhalb von 14 Tagen bei einem Paketshop von DHL oder DPD abgeben oder einem Zusteller mitgeben. Über den beigefügten Retourenschein erfolgt die Rücksendung für den Kunden kostenlos. Jede „memo Box“ ist mit einem individuellen 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 230 Umläufe zum Kunden und wieder zurück erreicht.

Um den Versandanteil der „memo Box“ kontinuierlich zu erhöhen, bewerben wir diese intensiv. Bei telefonischen Bestellungen bietet unser Vertrieb die „memo Box“ aktiv an. Im Jahr 2018 lag der Versandanteil bei 23,1% – dem höchsten Wert seit Einführung des Systems.

VERSANDANTEIL „MEMO BOX“



WERTSTOFFE SINNVOLL NUTZEN: DIE MEMO „WERTSTOFF-BOX“

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 – inklusive Verpackungsmaterial – nach Ge- oder Verbrauch zur Verwertung an uns zurückzugeben. Das Recyclingsystem beruht nicht auf dem gesetzlich verankerten Rückgaberecht für alle Verpackungsmaterialien.

Mit dem „Wertstoff-Box“-System bieten wir unseren Kunden bereits seit 1992 – und in direkter Verbindung mit unserem Mehrweg-Versandsystem „memo Box“ auch kostenloses – Rücksendeverfahren für ge- und verbrauchte Produkte an. In Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und zertifizierten Recyclingunternehmen suchen wir für die zurückgesendeten Produkte die jeweils beste Verwertungsmöglichkeit. Nicht weiter nutzbare Produkte demontieren wir – sofern dies technisch und wirtschaftlich möglich ist – in reine Wertstoffe und führen diese einer stofflichen Verwertung zu. 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 2018 waren das insgesamt 4.669. In 96% der Fälle nutzen unsere Kunden die Kombination mit unserem Mehrweg-Versandsystem „memo Box“. Aufgrund der steigenden Ressourcenknappheit sind heutzutage mehr denn je intelligente Lösungen gefragt, wenn es um die Wiederverwendung von Wertstoffen geht. Bevorzugt nehmen wir deshalb Produkte zurück, die wieder verwendet werden können oder wertvolle Rohstoffe enthalten, die zurück in den Produktkreislauf geführt werden können. 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.

Im Durchschnitt erreichten uns in den vergangenen fünf Jahren über 4.000 Wertstoff-Rücksendungen pro Jahr.



**DURCH ZAHLREICHE MASSNAHMEN AM
UNTERNEHMENSSTANDORT GREUSSENHEIM
UND DURCH EINE ZUKUNFTSFÄHIGE
MOBILITÄTSSTRATEGIE SCHONT DIE MEMO AG
WERTVOLLE RESSOURCEN UND SPART DAMIT
KLIMASCHÄDLICHE EMISSIONEN EIN.**

RESSOURCEN



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 hat die Gemeinde ein Biotop angelegt, nach dem auch die Firmenadresse „Am Biotop“ benannt ist. Auf dem über 20.000m² 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 gleichen Jahr 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. Aufgrund einer internen Umstrukturierung wurde der Freizeitraum, in dem u.a. in den Ferien die Kinderbetreuung stattfindet, in dieses Verwaltungsgebäude verlegt. Zusätzlich bietet das Grundstück weitere Parkmöglichkeiten für Mitarbeiter und Gäste.

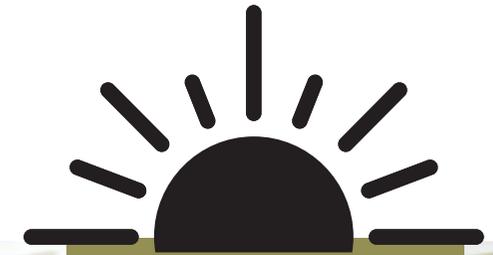
... UND AUSSEN

Vom 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. Ein Teil der Wiese wird einige Monate nicht gemäht. Diese Blumenwiese bietet vor allem Insekten wertvollen Lebens- und Nahrungsraum.

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 keine schädlichen 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 trägt zur Energieeinsparung bei. Durch die Speicherung des Regenwassers im Pflanzensubstrat wirkt sie im Winter wärmend und im Sommer kühlend. Überschüssiges Regenwasser wird in einer Zisterne gespeichert. Im gesamten Lagerbereich werden Deckenstrahlplatten als Heizelemente eingesetzt. Mit dieser

Technik wird die Wärme trotz hoher Räume gleichmäßig verteilt und es entstehen keine gesundheitsschädlichen Staubverwirbelungen. In den Wareneingangs- und -ausgangszonen werden Kaltluftströme durch Anfahrtpuffer und Schleusenbereiche minimiert. 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 20). 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, energieeffizienten Tageslicht-Vollspektrum-Beleuchtung. Mitte 2017 wurde im gesamten Logistikbereich eine bedarfs- und benutzerabhängige, energiesparende LED-Beleuchtung installiert (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 21).

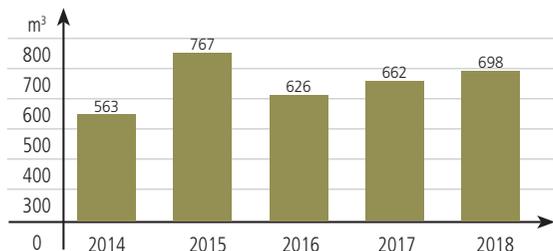


WASSERVERSORGUNG

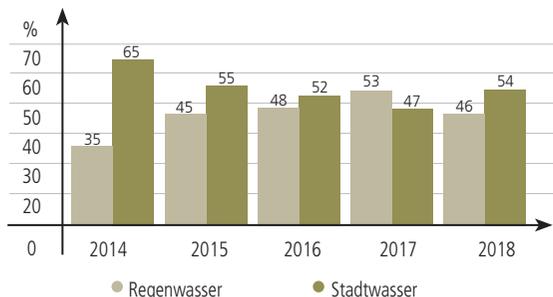


Wasser wird bei der memo AG in erster Linie für die Sanitäreinrichtungen und in der Cafeteria benötigt. Die Brauchwasserversorgung unserer Toiletten kann durch einen separaten Kreislauf aus der 15m³ großen Regenwasserzisterne gesteuert werden. Ist nicht genügend Regenwasser vorhanden, schaltet die Anlage 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 663m³ und pro Mitarbeiter bei 6,1m³ Wasser im Jahr. Nachdem wir den Wasserverbrauch im Jahr 2016 im Vergleich zu 2015 um 18% auf 626m³ senken konnten, ist dieser in den letzten beiden Jahren wieder leicht auf 662m³ in 2017, bzw. 698m³ in 2018 angestiegen. Der Anteil an Regenwasser über unsere Zisterne lag im Jahr 2017 bei 53% und im Jahr 2018 trotz des sehr heißen Sommers bei 46%.

WASSERVERBRAUCH



VERTEILUNG DES WASSERVERBRAUCHS



100%

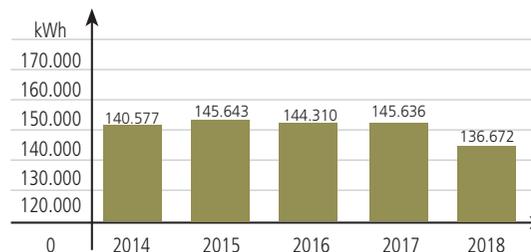
REGENERATIVE ENERGIE AUS WASSER- UND WINDKRAFT



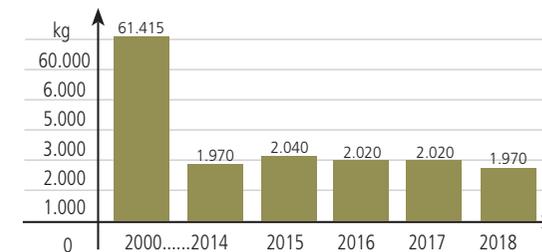
STROMBEDARF

Strom wird bei der memo AG vor allem für EDV- und Bürogeräte sowie für die Raumbeleuchtung 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. Im Sommer 2017 haben wir in unser Logistikhalle eine neue LED-Beleuchtungsanlage installiert. Durch die energieeffizienten LED-Leuchtmittel in Kombination mit einer intelligenten, bedarfsgerechten Systemsteuerung haben wir unseren Stromverbrauch um 6% im Vergleich zum Vorjahr reduziert. Um wertvolle Ressourcen zu schonen, setzen wir energieeffiziente IT-Hardware, Bürogeräte und technische Anlagen – wo sinnvoll mit zusätzlichen Energiespargeräten – ein. Die memo AG bezieht bereits seit 2001 Strom aus 100% regenerativen Energien. Seit Januar dieses Jahres sind wir Kunde der Naturstrom AG, deren Strom klimaneutral aus Wasser- und Windkraft erzeugt wird und seit 1999 kontinuierlich mit dem Grüner Strom-Label ausgezeichnet ist. Das Label wird von namhaften Umwelt- und Verbraucherschutzverbänden getragen und kennzeichnet Ökostromprodukte mit besonders hohem Umweltnutzen. In den letzten fünf Jahren verbrauchte die memo AG im Durchschnitt 142.568 kWh Strom. Mit einem Verbrauch von 136.672 kWh in 2018 erreichten wir den geringsten Wert seit zehn Jahren.

STROMVERBRAUCH



CO₂e-EMISSIONEN STROMVERBRAUCH

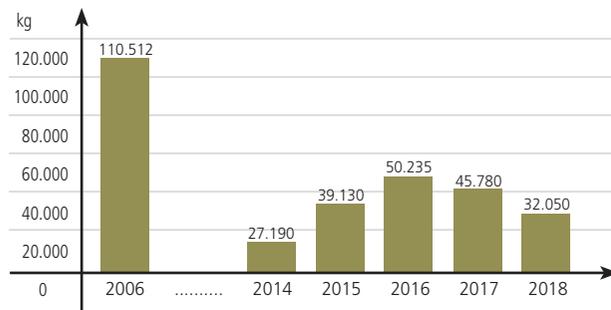


ENERGIEVERBRAUCH ZUR WÄRMEERZEUGUNG

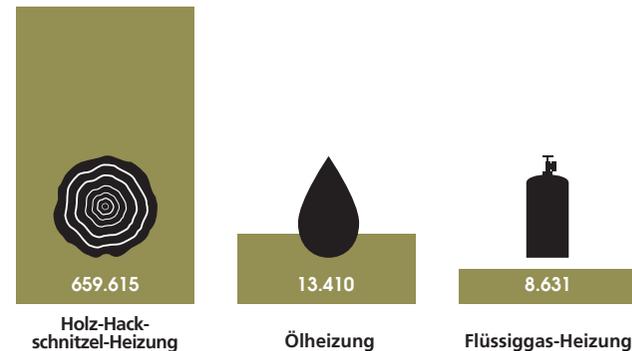
Schon beim Bau unseres Firmengebäudes 1995 sorgten wir durch entsprechende Dämmung im Außen- und Innenbereich dafür, den Energieverbrauch für die Wärmeversorgung auf möglichst niedrigem Niveau zu halten. Details dazu finden Sie auf Seite 58. Um unnötigen Energieverbrauch zu vermeiden, ist die Steuerung 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. Den sehr geringen Warmwasserbedarf decken wir effizient mit dezentralen Elektrogeräten. 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 706 t CO₂e-Emissionen einsparen. Wesentliche Faktoren 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 auch von der Qualität

der Holz-Hackschnitzel ab. Unter optimalen Bedingungen decken wir etwa 99 % – mindestens aber 90 % – unseres erforderlichen Energiebedarfs zur Wärmezeugung durch erneuerbare Ressourcen. Im Winter 2016/17 lag die Temperatur wochenlang unter Null Grad. Dementsprechend hoch war unser Heizölverbrauch. Die CO₂e-Emissionen lagen mit 45.780kg deutlich über dem Durchschnittswert der letzten fünf Jahre von 38.877 kg. Der Winter 2017/18 dagegen war im Schnitt zu warm. Im Vergleich zu 2017 benötigten wir deshalb knapp 80 % weniger Heizöl. Durch die milden Temperaturen und einen reibungslosen Betrieb der Holz-Hackschnitzel-Heizung konnten wir unseren Wärmebedarf größtenteils mit Holz decken. Daher lagen die CO₂e-Emissionen in 2018 bei 32.050kg und damit 30 % unter dem Vorjahr sowie 17,6 % unter dem Durchschnittswert der letzten fünf Jahre. Von 2015 bis Februar 2019 nutzten wir das Gebäude auf dem 2013 erworbenen Nachbargrundstück als Bürofläche. Aus technischen Gründen kann dieses nicht an die Holz-Hackschnitzel-Heizung angebunden werden. Es wird daher mit einer bestehenden Flüssiggasheizung betrieben. Da es sich um ein kleines Gebäude handelt, ist der Verbrauch von Flüssiggas gering (2017: 322 m³ / 2018: 318 m³). 2018 entstanden durch diesen Energieträger 2.410kg CO₂e-Emissionen. Neben den Treibhausgasemissionen verursacht der Betrieb unserer Heizanlagen auch geringe Mengen an Luftschadstoffen wie z.B. Kohlenmonoxid (CO). Alle Anlagen werden regelmäßig durch unabhängige Stellen geprüft. Die rechtlichen Anforderungen zu Emissionsgrenzwerten werden eingehalten.

CO₂e-EMISSIONEN HEIZUNG



ENERGIEVERBRAUCH HEIZANLAGEN IN 2018 (IN KWH)



NACHHALTIGE MOBILITÄT UND GESCHÄFTSREISEN

Der Verkehrssektor in Deutschland hat 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. An den in diesem Jahr in Betrieb genommenen vier Elektroladesäulen können Elektroautos vergünstigt „betankt“ werden. Unser Partner Naturstrom hat uns dafür nicht nur die notwendige Hardware geliefert, sondern versorgt uns dafür auch mit Strom aus 100 % regenerativen Energien (siehe Seite 59). Da sich in nächster Umgebung unseres Standorts bisher keine öffentliche Ladesäule befindet, sehen wir das auch als Anreiz für unsere Mitarbeiter, über die Anschaffung eines Elektrofahrzeugs nachzudenken. Weiterhin unterstützen wir unsere Mitarbeiter bei der Bildung von Fahrgemeinschaften und bieten ein steuervergünstigtes Leasing-Modell für (E-)Bikes an. Regelmäßige Sprit-Spartrainings – zuletzt im April 2019 – 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 68). Vor allem zur Sicherstellung der Umwelt- und Qualitätsstandards unserer Produkte und der laufenden Optimierung unseres Kundenservice sind Geschäftsreisen unvermeidbar und werden in Zukunft eher noch zunehmen. Soweit möglich und sinnvoll legen wir Langstrecken mit der vergleichsweise umweltverträglichen Bahn zurück. Als Geschäftskunde der Deutschen Bahn sind wir damit innerhalb Deutschlands immer mit 100 % Ökostrom unterwegs. Alle Mitarbeiter, die regelmäßig auf Geschäftsreise sind, erhalten vom Unternehmen eine BahnCard. Innerhalb Deutschlands fliegen wir grundsätzlich nicht. Bei Reisen in angrenzende Länder wählen wir, wo sinnvoll und abhängig von der Zugverbindung, ebenfalls die Bahn. Obwohl wir Lieferanten aus Deutschland und Europa bevorzugen, können wir Flugreisen nicht komplett vermeiden. 2017 sind zwei unserer Kollegen zu einem unserer europäischen Händler geflogen. Im Jahr 2018 wurde keine Flugreise unternommen.

„Wir fahren Erdgas-Lkw!“

Der Fuhrpark der memo AG besteht aus einem herkömmlichen Diesel-Lkw, einem in 2019 angeschafften Erdgas-Lkw (siehe Bild Seite 57), zwei Diesel-Pkws, einem Elektro- und vier Erdgasfahrzeugen. Das Elektrofahrzeug nutzen wir seit Mai 2011 für Kurzstrecken in der Region. Es wird ausschließlich mit Strom aus 100 % regenerativen Energien „betankt“. Mittlerweile haben wir mit dem Fahrzeug rund 43.000 km emissionsfrei zurückgelegt. Der Erdgas-Lkw und die Erdgasfahrzeuge werden mit CNG (Compressed Natural Gas) betrieben. CNG hat gegenüber LPG und anderen Kraftstoffarten vor allem den Vorteil, dass es einen höheren Energiegehalt und damit eine größere Reichweite hat. Gasbetriebene Fahrzeuge sind darüber hinaus deutlich umwelt- und klimaschonender als herkömmlich betriebene Fahrzeuge, da sie weniger Kohlendioxid und Rußpartikel sowie nahezu keinen Feinstaub ausstoßen. Für die zusätzliche Anschaffung des Erdgas-Lkws haben wir uns nicht nur aus ökologischen, sondern auch aus ökonomischen Gründen entschieden. Der Lkw wird in erster Linie

für Fahrten in der Region in unsere regionalen Aussenlager und für Lieferungen an Kunden, die wir in Ausnahmefällen selbst vornehmen, eingesetzt. Seit 2011 betreuen wir unsere Key Account- und Wiederverkaufs-Kunden auch durch regelmäßige persönliche Besuche. Mittlerweile beschäftigen wir dafür sechs Mitarbeiter im Außendienst, die in erster Linie die Erdgasfahrzeuge nutzen. Aufgrund des personellen Ausbaus des Außendienstes hat sich in 2018 auch die jährliche Fahrleistung gegenüber den Vorjahren weiter erhöht. Mit knapp 89.000 km liegt diese um 39 % höher als in 2016. 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 2017 bei 24.939 kg, in 2018 mit einer Steigerung von 6 % bei 26.440 kg CO₂e. Die deutlich gestiegene Fahrleistung mit unserem Diesel-Lkw aufgrund von Fahrten zwischen unseren Außenlagern und dem Standort Greußenheim sowie einigen Lieferfahrten zu unseren Kunden konnte dabei zum großen Teil durch unseren vergleichsweise umweltverträglichen Fuhrpark für den Außendienst und das Zurücklegen von Kurzstrecken mit unserem Elektrofahrzeug kompensiert werden.

WIR WOLLEN UNSEREN FUHRPARK – ABHÄNGIG VON DER TECHNISCHEN ENTWICKLUNG UND DEN FINANZIELLEN MITTELN – STETIG WEITER OPTIMIEREN, UM SCHADSTOFF-EMISSIONEN ZU REDUZIEREN. HIERZU BEOBACHTEN WIR DIESEN MARKT MIT SEINEN SEHR DYNAMISCHEN PROZESSEN INTENSIV UND LAUFEND. MIT UNSEREM VOR KURZEM ANGESCHAFFTEN ERDGAS-LKW HABEN WIR EINEN WEITEREN MEILENSTEIN GESETZT.

PAPIERBEDARF UND -VERBRAUCH

DURCH UNSEREN INTERNEN PAPIERBEDARF VERURSACHTEN WIR IN DEN LETZTEN FÜNF JAHREN IM DURCHSCHNITT NUR 2,4T CO₂e-EMISSIONEN. TROTZDEM WERDEN WIR AUCH IN ZUKUNFT UNSERE BEMÜHUNGEN UND MASSNAHMEN ZUR EINSPARUNG VON PAPIER FORTSETZEN, UM WERTVOLLE RESSOURCEN ZU SCHONEN.

Neben namhaften NGOs wie dem BUND, Robin Wood oder Greenpeace empfiehlt auch das Umweltbundesamt die Verwendung von Recyclingpapier, denn: „Für die Produktion von einem Kilogramm neuem Kopierpapier (200 Blatt – Primärfaserpapier) werden ca. 50 Liter Wasser und circa fünf Kilowattstunden Energie verbraucht. Die Produktion von Recyclingpapier hingegen benötigt nur etwa 50 Prozent an Energie und nur rund 33 Prozent der Wassermenge. Außerdem werden pro Kilogramm Sekundärfaserpapier bis zu 2,2 Kilogramm Holz eingespart.“ (Quelle: umweltbundesamt.de)

Die memo AG verwendet für den internen Bedarf und für die gesamte externe Korrespondenz seit jeher und ausschließlich 100% Recyclingpapier mit dem Blauen Engel. Außerdem sparen wir 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. Rechnungen in Papierform werden 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.

537.000 BLATT

DER GESAMTE PAPIERVERBRAUCH DER MEMO AG LAG 2017 BEI KNAPP 489.000 UND 2018 BEI RUND 537.000 BLATT.

17 SEITEN PRO ARBEITSTAG

IM JAHR 2018 HAT JEDER MEMO MITARBEITER IM SCHNITT 17 SEITEN PRO ARBEITSTAG AUSGEDRUCKT. DAS SIND DURCHSCHNITTLICH 4.055 BLATT PRO MITARBEITER UND JAHR. LAUT DEM „MONITOR PAPIERLOSES BÜRO 2018“ DES NIEDERLÄNDISCHEN UNTERNEHMENS VIADESK HAT JEDER DEUTSCHE LETZTES JAHR 26 SEITEN PRO TAG IM BÜRO GEDRUCKT. DAMIT LIEGEN DIE MEMO MITARBEITER 35 % UNTER DEM DEUTSCHEN DURCHSCHNITT.

- 5T HOLZ

DA WIR AUSSCHLIESSLICH RECYCLINGPAPIER VERWENDEN, SPARTEN WIR ALLEINE IM LETZTEN JAHR ÜBER 5T HOLZ, KNAPP 85.000 L WASSER, RUND 17.500 KWH ENERGIE UND 467 KG CO₂ EIN. (WWW.PAPIERNETZ.DE).

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

NACHHALTIGKEITSRECHNER FÜR BÜROPAPIER

Papierverbrauch	537.000	Blatt DIN A4
	Recyclingpapier	Frischfaserpapier
Altpapier / Holz (in kg)	3.000,9	8.027,5
Wasser (in l)	54.928,0	139.865,5
Energie (in kWh)	11.239,6	28.731,6
CO ₂ (in kg)	2.373,1	2.840,2

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 2017 sind bei uns 923 Energiesparlampen und eine Fahrzeugbatterie mit einem Gewicht von 50kg, im Jahr 2018 820 Energiesparlampen angefallen. Diese haben wir an unseren Dienstleister zum Recycling weitergeleitet. 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. Es sollen möglichst nur so viele Kataloge produziert werden, dass sie über deren Gültigkeit hinweg ausreichen. 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 2016 mit 8.490kg um fast 82 % auf 1.680kg in 2018 deutlich reduzieren. Trotz dieser vergleichsweise geringen Menge, setzen wir unsere Maßnahmen auch in diesem Bereich fort.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 50/51.

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 62.

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 2,5 % in 2017, bzw. 2,7 % in 2018 gegenüber 2016 reduzieren.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 52/53.

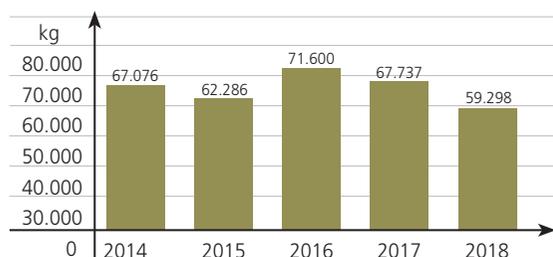
KUNSTSTOFFABFALL

Auch Kunststoffabfälle entstehen bei uns in erster Linie bei Warenanlieferungen. Paletten sind zur Transportsicherung in der Regel mit Kunststoffolie 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 2014 – trotz steigender Anzahl der Produkte in unserem Sortiment – den Kunststoffabfall pro Jahr konsequent unter 5.000kg halten. 2018 sind 4.105kg Kunststoffolie angefallen.

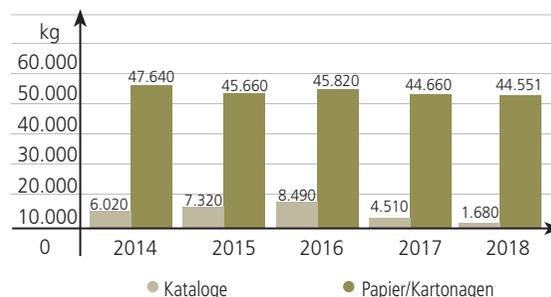
HAUS- UND BIOMÜLL

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.

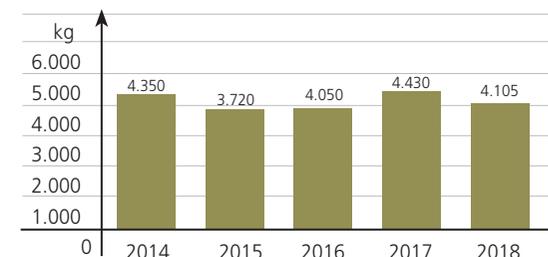
ABFÄLLE GESAMT

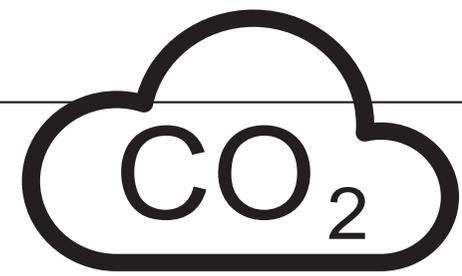


PAPIER- UND KARTONAGENABFALL



KUNSTSTOFFABFALL



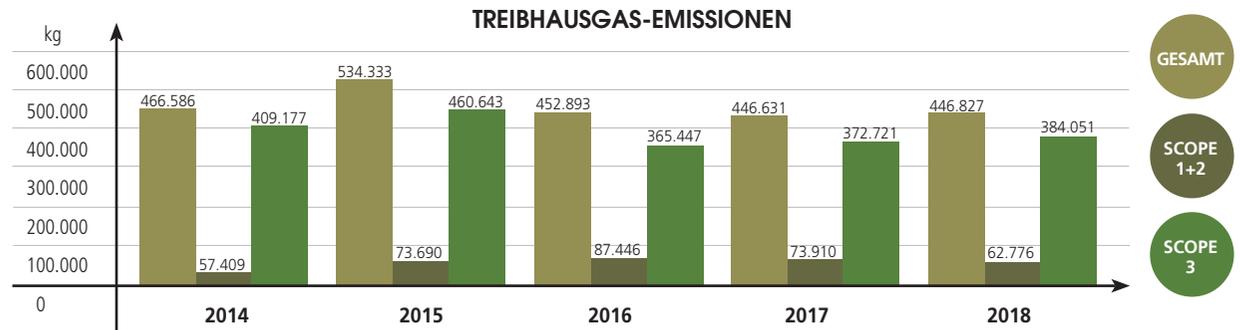


VERMEIDEN VOR REDUZIEREN VOR KOMPENSIEREN

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

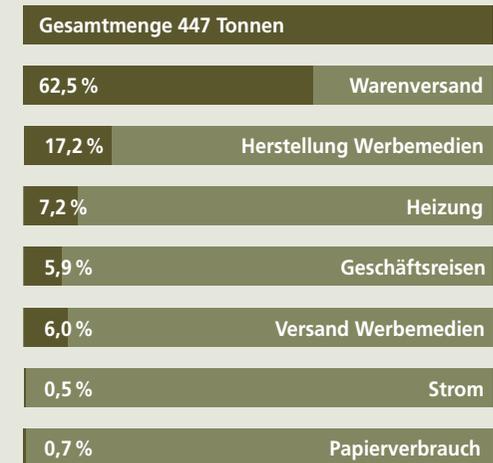
Die Erstellung unserer eigenen Klimabilanz ist eine Grundvoraussetzung für die Identifikation von Optimierungspotenzialen und die Umsetzung geeigneter Maßnahmen zur Vermeidung von Treibhausgas-Emissionen. Bei der Erstellung unserer Klimabilanz orientieren wir uns an den Richtlinien des Greenhouse Gas 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 betrug im Jahr 2018 14 %. 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 2018 betrug 86 %. 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 2018 hat die memo AG knapp 447 t CO₂e erzeugt. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine sehr geringe Zunahme der Emissionen um 0,1 %. Seit dem Jahr 2008 konnten wir unsere Emissionen um 32 % 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 2018



SCOPE 1

PAPIERVERBRAUCH (Details auf Seite 62)

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

Der interne Papierverbrauch verursacht lediglich 0,7 % der gesamten Emissionen unserer Klimabilanz. Seit dem Jahr 2008 konnten wir die Emissionen durch den Papierverbrauch um 29 % auf 2.376 kg CO₂e reduzieren.

SCOPE 3

HERSTELLUNG DER WERBEMEDIEN (Details auf Seite 50)

- 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 77 % senken. Durch die Herstellung unserer Kataloge und Mailings entstanden im Jahr 2018 76.591 kg CO₂e (im Durchschnitt 0,08 kg/Exemplar). Alleine im Jahr 2018 konnten wir die Emissionen gegenüber dem Vorjahr erneut um knapp 15 t reduzieren.

SCOPE 3

GESCHÄFTSREISEN (Details auf Seite 61)

- Bevorzugung der Bahn für Geschäftsreisen
- Weitestgehende Vermeidung von Flugreisen

Im Jahr 2018 sind durch Geschäftsreisen mit der Bahn und mit dem Flugzeug keine 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.

SCOPE 1

RAUMWÄRME-ERZEUGUNG

(Details auf Seite 58, 60)

- 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 706 t CO₂e-Emissionen für unsere Wärmeversorgung einsparen und zuletzt ca. 99 % des Energiebedarfs durch erneuerbare Ressourcen decken. Die Emissionen im Jahr 2018 betragen 32.050 kg (4,86 kg CO₂e/m² Gebäudefläche). Der Anteil an den gesamten Emissionen liegt bei 7,2 %.

WICHTIGE KLIMA-SCHUTZ-MASSNAHMEN DER MEMO AG IM ÜBERBLICK

SCOPE 3

VERSAND WERBEMEDIEN (Details auf Seite 50)

- Einsatz von Recyclingpapier oder Recyclingfolie als Verpackungsmaterial für Gewerbekunden-Kataloge
- Bevorzugung von Dienstleistern mit qualifiziertem Flotten- und Umweltmanagement
- Ständige Optimierung von Umfang + Auflagenhöhe

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 59 % senken. 2018 wurden 26.910 kg CO₂e erzeugt. Dies entspricht etwa 6 % unserer gesamten Emissionen.

SCOPE 1

FUHRPARK (Details auf Seite 61)

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

Im Jahr 2018 haben wir mit unseren Firmenfahrzeugen etwas mehr als 119.000 km zurückgelegt. Knapp 60 % der zurückgelegten Strecke entfiel auf die Erdgasfahrzeuge für den Außendienst im Vertrieb. Trotz Investitionen in energieeffiziente Fahrzeuge sind die Treibhausgasemissionen aufgrund der verstärkten Geschäftstätigkeit und der damit zusammenhängenden, gestiegenen Fahrleistung seit 2008 um 52 % gestiegen. Im Jahr 2018 entstanden 26.440 kg CO₂e.

SCOPE 2

STROMVERBRAUCH

(Details auf Seite 59)

- Energiesparende und bedarfsgerechte 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 2018 wurden durch unseren Strombedarf 1.910 kg CO₂e erzeugt (14,9 kg CO₂e/Mitarbeiter).

SCOPE 3

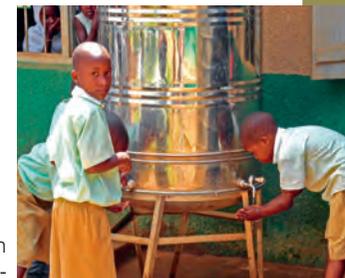
WARENVERSAND (Details auf Seite 52–54)

- 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 2018 insgesamt 279 t CO₂e-Emissionen (ca. 62,5 % der Gesamtemissionen unserer Klimabilanz). Ein Paket an einen Kunden verursacht im Durchschnitt ca. 590 g CO₂e. Die Emissionen durch unseren Paketversand sind im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahr aufgrund erhöhter Geschäftstätigkeit um 20 % angestiegen. Eine Palettensendung erzeugte 2018 im Schnitt 19 kg CO₂e-Emissionen. Trotz der um 15 % gestiegenen Anzahl der Palettensendungen gegenüber dem Vorjahr haben sich hier die Emissionen aufgrund einer geringeren Fahrleistung leicht reduziert.

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. 2018 unterstützten wir unter anderem ein Projekt in Uganda, das ärmere Haushalte und Schulen mit Filtersystemen versorgt, um Trinkwasser zu reinigen. Neben dem sozialen Aspekt vermindert dieses Projekt auch den Verbrauch von Feuerholz und Holzkohle. Der CO₂-Ausstoß wird dadurch reduziert.



**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.**

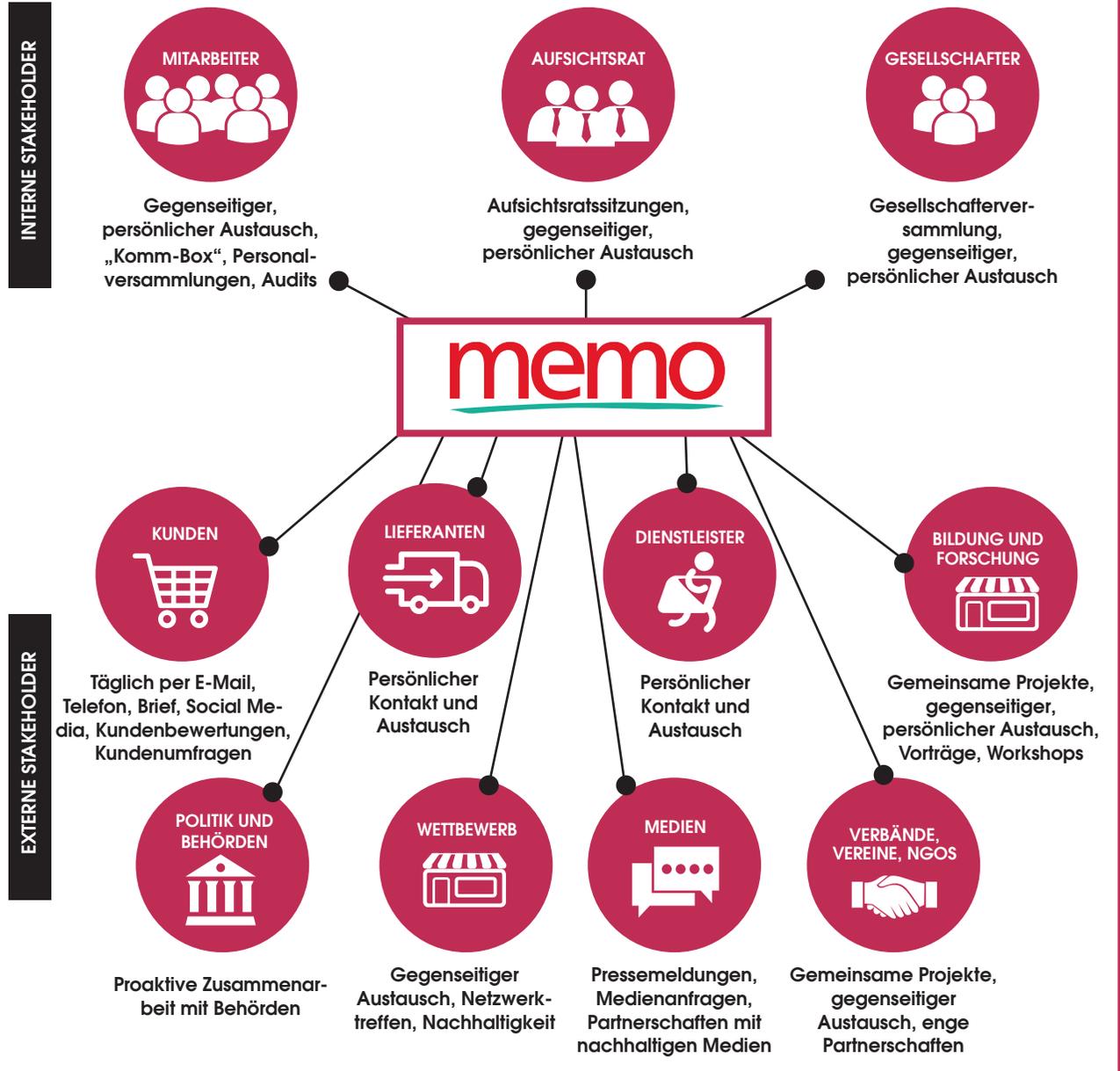


STAKEHOLDER

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 – also die Personen oder Gruppen, die ein berechtigtes Interesse an uns und unseren Projekten haben – kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen. Unabhängig davon, ob sie im Unternehmen oder außerhalb sitzen: Wir tauschen uns mit ihnen regelmäßig oder unregelmäßig, systematisch oder unsystematisch, geplant oder ungeplant und mehr oder weniger intensiv aus 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.

STAKEHOLDER DER MEMO AG UND IHRE EINBINDUNG



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 ab Seite 26). 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 Werbematerial 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.



GESELLSCHAFTER

Die Gesellschafter der nicht börsennotierten memo AG sind Ulrike Wolf, Frank Schmähling und Richard Wolf sowie Jürgen Schmidt. 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 damit 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.



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.



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. Seit Februar 2019 unterstützen wir als Praxispartner das **Forschungsprojekt InnoReduX**, das durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanziert wird. In einem Reallabor in Heidelberg erarbeiten das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und das Institut für Energie- und Umweltforschung (ifeu) gemeinsam mit Handelsunternehmen innovative Verpackungslösungen für den Distanz- und stationären Handel. Ziel des Projekts ist es, Plastikmüll entlang der Wertschöpfungskette zu vermeiden bzw. zu reduzieren. Das Vorhaben analysiert verschiedene Strategien: Plastikverringerung durch effizienteren Materialeinsatz, Ersatz von Plastik durch alternative ökologisch verträglichere Materialien sowie Beeinflussung des Entscheidungsverhaltens der Konsumenten beim Einkauf. Mittlerweile abgeschlossen ist das **Forschungsprojekt „Biokunststoffe Nachhaltig“ (BiNa)**. Wir berichteten darüber im letzten memo Nachhaltigkeitsbericht 2017/18 (Seite 66). Das Projekt befasste sich mit dem Thema Biokunststoffe und der Frage, ob diese über ihren gesamten Lebensweg hinweg nachhaltiger sind als konventionelle Kunststoffe. Die Ergebnisse und viele Dokumentationen zu dem Projekt sind unter **biokunststoffe-nachhaltig.de** zu finden. Im Rahmen des Projektes wurde unter anderem eine umfassende Befragung in der Bevölkerung und bei memo Kunden durchgeführt. Auch wenn die memo Kunden im Durchschnitt wesentlich bessere Kenntnisse über biobasierte Produkte besaßen als die Personen aus der Bevölkerung, wurde aus der Befragung ersichtlich, dass insgesamt Irrtümer zum biologischen Anbau, zur Bioabbaubarkeit und zu den Rohstoffen der Produkte existieren. Aus diesem Grund haben wir uns das Ziel gesetzt, die Vor- und Nachteile von Produkten aus biobasierten Kunststoffen in unserem Sortiment zukünftig noch detaillierter zu beschreiben.



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. 2018 haben wir bereits zum dritten Mal eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex eingereicht. Diese 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 deutscher-nachhaltigkeitskodex.de.

Ende Januar 2018 wurden wir vom Rat für Nachhaltige Entwicklung nach Berlin zu einem „Speed-Dating“ eingeladen. Dort präsentierten die Nominierten des **Bildungswettbewerbs „Zukunft, fertig, los!“** potentiellen Förderern aus Ministerien, Unternehmen und Stiftungen ihre Beiträge. Der Nachhaltigkeitsrat hatte im September 2017 zu dem Wettbewerb aufgerufen, um die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen stärker im deutschen Bildungswesen zu verankern. Mitmachen konnten Kindergärten, Schulen, Berufs- und Hochschulen sowie Organisationen und Institutionen der Fort- und Weiterbildung und der non-formalen und informellen Bildung. Mit einigen Teilnehmern hatten wir auch im Nachgang der Veranstaltung noch Kontakt und unterstützten sie mit Informationen und Sachspenden für ihre Projekte.

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 zwischenzeitlichen 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 Vortragsabende mit Praxisvertretern und Unternehmensbesuche die Lehrgangsinhalte.



IM JUNI 2018 FAND BEI UNS EIN EINTÄGIGER WORKSHOP DER ANGEHENDEN „CSR-MANAGER (IHK)“ STATT. MEMO MITARBEITER AUS DEN BEREICHEN PRODUKTMANAGEMENT, LOGISTIK UND UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION SOWIE LOTHAR HARTMANN ALS LEITER DES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENTS INFORMIERTEN DIE TEILNEHMER, WIE NACHHALTIGKEIT IM UNTERNEHMEN UND IN DEN EINZELNEN BEREICHEN TAGTÄGLICH UMGESETZT WIRD.



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 Pressemitteilungen 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 und Newsletter 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.



„DER ÖKOPIONIER MEMO AG BEWEIST SEIT 30 JAHREN, WIE NACHHALTIGKEIT AUF VERSCHIEDENEN EBENEN BEREITS HEUTE IN DIE TAT UMGESETZT WIRD. ALS VERSANDHANDEL MIT DEM SCHWERPUNKT BÜROARTIKEL IST SIE ZUDEM EIN WICHTIGER MULTIPLIKATOR FÜR RESSOURCENSCHONUNG ÜBER ALLE BRANCHEN HINWEG. UNSERE ZUSAMMENARBEIT IST EIN BEISPIEL DAFÜR, WIE ÖKONOMIE UND ÖKOLOGIE DIE DRINGEND NOTWENDIGE GESELLSCHAFTLICHE TRANSFORMATION GEMEINSAM ANPACKEN.“

STEPHEN WEHNER | GESCHÄFTSFÜHRER UND VORSTAND BERGWALDPROJEKT E.V.



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 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. Eine Auswahl unserer Partner finden Sie auf Seite 73. Einer von ihnen ist seit Oktober 2018 der **Bergwaldprojekt e.V.** Zweck des Vereins ist der Schutz, der Erhalt und die Pflege naturnaher Bergwälder der Mittelgebirge und der Alpen sowie die Förderung des Verständnisses für die Zusammenhänge in der Natur, die Belange der verschiedenen Ökosysteme und die Abhängigkeit des Menschen von diesen Lebensgrundlagen. Aus diesem Grund führt das Bergwaldprojekt Einsätze mit jährlich weit über 2.000 Freiwilligen durch. Ziele der Arbeitseinsätze sind die vielfältigen Funktionen der Ökosysteme zu erhalten, den Teilnehmenden die Bedeutung und die Gefährdung der natürlichen Lebensgrundlagen bewusst zu machen und eine breite Öffentlichkeit für einen naturverträglichen Umgang mit den natürlichen Ressourcen zu bewegen. Eine der zahlreichen Freiwilligen im letzten Jahr war Claudia Silber (Bild rechts Mitte), die bei uns die Unternehmenskommunikation leitet und im Unternehmen die Schnittstelle zu vielen Kooperationspartnern ist. Anfang Dezember 2018 war sie mit dem Bergwaldprojekt und rund 60 weiteren Helfern im südlichen Landkreis Würzburg unterwegs, um Eichen auszusäen – die anhaltende Trockenheit lies keine Pflanzungen zu. Bei jedem Kauf FSC®-zertifizierter Produkte ab 300 Euro durch unsere Kunden von Oktober 2018 bis Juni 2019 erhielten diese ein Zertifikat über die Pflanzung eines standortheimischen Baums. Die insgesamt 1.000 Rotbuchen wurden dann Anfang April 2019 im Bereich Winterhagen im Sauerland gepflanzt (siehe Bild rechts unten). Ziel der Pflanzung war es u.a., zwei bestehende Lücken, die durch Sturm- und Borkenkäferschäden entstanden sind, mit einer natürlichen Hauptbaumart der Region wieder aufzuforsten.

bergwaldprojekt.de





LBV (LANDESBUND FÜR VOGELSCHUTZ)

Mit dem LBV (Landesbund für Vogelschutz) sind wir im September 2018 eine Kooperation eingegangen. Ursprünglich ein reiner Vogelschutzverband, sind die Aufgaben des LBV mittlerweile vielfältig: politische Lobbyarbeit, angewandte Naturschutzforschung, Umweltbildung für Kinder und Erwachsene, Quellschutz-Projekte, Artenhilfsprogramme im Auftrag des Landesamtes für Umwelt (LfU), EU LIFE-Projekte und vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) geförderte Großvorhaben. Seit über 30 Jahren betreibt der LBV Umweltbildung bzw. Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) und erreicht mit seinen Programmen mehr als 130.000 Menschen im Jahr. Von zehn Umweltstationen und weiteren Umweltbildungseinrichtungen aus, bietet der LBV Programme zu Klima, Biodiversität, Erforschung von Lebensräumen wie Wald, Wasser oder Wiese sowie Aktionen zu den Themen Konsum und Lebensstil an. Mit dem gemeinsamen Ziel, der aktuellen und zukünftigen Generation wichtige Kompetenzen und Werte zugunsten von mehr Umwelt- und Naturschutz zu vermitteln, stellen der LBV und wir das Thema Umweltbildung für Kinder und Erwachsene in den Mittelpunkt unserer Zusammenarbeit. Startschuss dafür war ein Umweltbildungstag für die Kinder der memo Mitarbeiter im letzten August. Dabei erfuhren diese von der Biologin Janina Kempf vom LBV Unterfranken sehr viel Interessantes und Wissenswertes zum Vogel des Jahres 2018, dem Star. Einer der Nistkästen, den die Kinder an diesem Tag bauten, hängt seitdem an einer Eiche im memo Garten. lbv.de



DIE ENERGIESPARMEISTER GOLD, SILBER UND BRONZE 2018.

SCHULWETTBEWERB ENERGIESPARMEISTER

Seit einigen Jahren unterstützen wir den Schulwettbewerb Energiesparmeister mit Sachpreisen für die Gewinner. Der Wettbewerb zeichnet die innovativsten, kreativsten und effizientesten Klimaschutzprojekte an deutschen Schulen aus – ob Recycling-Aktion an der Grundschule, Smart-Energy-Programm an der Berufsschule oder Trinkwasserprojekt am Gymnasium. Die 16 Landessieger sowie ein Sonderpreisträger, die von einer Experten-Jury ermittelt werden, erhalten Geld- und Sachpreise im Wert von 50.000 Euro sowie eine Projektpatenschaft mit einem Unternehmen aus ihrer Region. Der Energiesparmeister-Wettbewerb wird unterstützt durch die vom Bundesumweltministerium beauftragte Kampagne „Mein Klimaschutz“ und ist eine Aktion der gemeinnützigen Beratungsgesellschaft co2online, die diese seit elf Jahren durchführt. Durch die Auszeichnung mit dem Energiesparmeister-Titel sollen schulisches Engagement für Klimaschutz honoriert und Schüler, Eltern und Lehrer für das Thema sensibilisiert werden. Dabei kann viel bewirkt werden, denn eine mittelgroße Schule verursacht alleine durch ihren Strom- und Heizenergieverbrauch rund 300 Tonnen CO₂ pro Jahr. Gleichzeitig lernen Schüler in den Projekten, wie sie selbst für den Klimaschutz aktiv werden und so ihre Zukunft mitgestalten können. energiesparmeister.de



AKADEMIE FRANKENWARTE WÜRZBURG

Nach 2017 besuchte uns Ende August 2018 bereits zum zweiten Mal eine Gruppe Radfahrer, die an der Akademie Frankenwarte Würzburg ein „Fahrradseminar“ belegt hatten. Unter der Themenstellung „Mobilität, Umwelt und Nachhaltigkeit. Mit dem Fahrrad Realitäten und gesellschaftspolitische Alternativen (er)fahrbar machen“ haben 16 Personen eine Woche lang ihr Wissen erweitert und eigene Handlungsmöglichkeiten reflektiert. Dazu fuhren sie mit dem Fahrrad verschiedene Stationen in der Region ab und informierten sich dort über Möglichkeiten, Nachhaltigkeit in den privaten und beruflichen Alltag zu integrieren. Die Fahrradseminare der Akademie Frankenwarte können in 14 Bundesländern als Bildungsurlaub genommen werden. Arbeitnehmer haben dabei gesetzlich Anspruch auf drei bis fünf Tage Freistellung von der Arbeit unter Fortzahlung des Arbeitsentgelts, um an einem Seminar ihrer Wahl teilzunehmen. Die Akademie Frankenwarte ist ein politischer Lern- und Begegnungsort für Bildungsarbeit. Mit ihrem Trägerverein „Gesellschaft für Politische Bildung e.V.“ ist es seit 1965 ihr Ziel, mittels politischer und kultureller Bildung zur Stärkung der Demokratie und der Menschenrechte sowie der gerechten Teilhabe aller Menschen beizutragen. Die Seminare, Workshops und Fachtagungen richten sich an Menschen, die sich für politische Themen und Zusammenhänge interessieren oder sich in Gesellschaft und Politik engagieren möchten. Dabei sollen nicht nur politische Inhalte vermittelt, sondern auch zu eigenem gesellschaftspolitischen Engagement motiviert werden. frankenwarte.de



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.



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.



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.



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.



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.



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

WEITERE PARTNER UND AUSFÜHRLICHE
INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER

**MEMOWORLD.DE/
PARTNER**

DATENSCHUTZ BEI DER MEMO AG

Der Schutz persönlicher und personenbezogener Daten hat bei der memo AG seit jeher oberste Priorität. Wir begrüßen daher ausdrücklich die am 25. Mai 2018 in Kraft getretene Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union, auch wenn diese zum Teil mit mehr personellem und zeitlichem Aufwand verbunden ist. Die DSGVO ersetzt die aus dem Jahr 1995 stammende Richtlinie 95/46/EG zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr. Mit der Verordnung soll einerseits der Schutz personenbezogener Daten innerhalb der Europäischen Union sichergestellt und andererseits der freie Datenverkehr innerhalb des Europäischen Binnenmarktes gewährleistet werden. Personenbezogene Daten liegen uns in erster Linie in zwei Bereichen vor, mit denen wir wie folgt umgehen: Als Versandhandel stellen uns unsere Kunden personenbezogene Daten zur Verfügung, die sie uns im Rahmen ihrer Bestellung oder bei einer Kontaktaufnahme mit uns freiwillig mitteilen. Wir verwenden diese Daten zur Vertragsabwicklung und Bearbeitung von Anfragen. Dabei ist es uns wichtig, die Daten auf ein notwendiges Minimum zu beschränken. Soweit uns Kunden ihre Einwilligung dafür erteilt haben, verwenden wir ihre Daten zum Zwecke der Kundenkontoeröffnung. Nach vollständiger Abwicklung des Vertrages oder Löschung des Kundenkontos werden die Daten für die weitere Verarbeitung eingeschränkt und nach Ablauf der steuer- und handelsrechtlichen Aufbewahrungsfristen gelöscht, sofern der Kunde nicht ausdrücklich in eine weitere Nutzung seiner Daten eingewilligt hat oder wir uns eine darüber hinausgehende Datenverwendung vorbehalten, die gesetzlich erlaubt ist und über die wir ihn in unserer Datenschutz-Erklärung informieren. Die Löschung eines Kundenkontos ist bei uns jederzeit möglich und kann entweder durch eine Nachricht an uns oder über eine dafür

vorgesehene Funktion im Kundenkonto erfolgen. Zur Vertragserfüllung werden Kundendaten ausschließlich zur Abwicklung von Versandaufträgen an Hersteller, bzw. Großhändler, die bei einigen Produkten aus unserem Sortiment den Versand für uns übernehmen (Streckenlieferungen), an Zahlungsdienstleister, sofern diese die Daten nicht selbst erheben, und an Versanddienstleister zum Zweck einer zeitnahen und reibungslosen Anündigung und Zustellung der bestellten Ware weitergegeben. Die Datenschutzerklärungen finden unsere Kunden in unseren Katalogen und online unter memolife.de/datenschutz, memo.de/datenschutz, memo-werbeartikel.de/datenschutz sowie unter memoworld.de/datenschutz. Ein weiterer wesentlicher Bereich, der täglich mit sensiblen, personenbezogenen Daten zu tun hat, ist unsere Personalabteilung. Die dort vorliegenden Daten aller aktuell im Unternehmen tätiger Mitarbeiter – von der privaten Anschrift bis hin zur Religionszugehörigkeit und zur Bankverbindung – sind ausschließlich dem betreffenden Mitarbeiter selbst und den beiden Kolleginnen in der Abteilung zugänglich. Jeder Mitarbeiter kann jederzeit seine Personalakte und die von ihm gespeicherten Daten einsehen. Daten von Mitarbeitern, die nicht mehr bei der memo AG tätig sind, werden in einem gesonderten Archiv unter Verschluss unter Einhaltung der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen verwahrt. Auch bei der Arbeit an diesem und an den vorangegangenen Nachhaltigkeitsberichten war Datenschutz ein ständiger Begleiter. Wir bevorzugen in unseren Berichten Bildmaterial mit Mitarbeitern und nutzen in der Regel dafür keine Fotos aus Datenbanken. Jeder Mitarbeiter, der bei der memo AG tätig ist, gewährt freiwillig schriftlich seine Einwilligung zur Verwendung personenbezogener Daten, insbesondere für Foto- und Filmaufnahmen. Für die Fotos in den Nachhaltigkeitsberichten holen wir diese Einwilligungserklärung nochmals zusätzlich ein.

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 aktuelle 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](http://memoworld.de) alle unsere Zertifizierungen sowie die memo Beschaffungskriterien, unser Verhaltenskodex für Lieferanten und Dienstleister sowie unsere Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex zum kostenlosen Download.

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

BESUCHEN SIE UNS AUCH AUF:



MEMOWORLD.DE

IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG

Vielleicht haben Sie ja bei der Lektüre unseres mittlerweile neunten 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 | l.hartmann@memo.de

WIR PRODUZIEREN SO UMWELTGERECHT WIE MÖGLICH

Druck: Druckerei Lokay e. K., Reinheim

Papier: 100 % Recyclingpapier mit Blauem Engel: Vivus 100 white.

Druckfarbe: Mineralölfreie Farbe auf Pflanzenölbasis: hubergroup Quickfast QF260 cofree.

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



www.project-togo.de

IMPRESSUM

Herausgeber: memo AG, Am Biotop 6, 97259 Greußenheim

© 2019 memo AG: Nachdruck, auch auszugsweise,
nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.

Redaktion: Lothar Hartmann, Claudia Silber | **Layout:** Steffi Koob

Fotos: Steffi Koob, Lisa Baberowski, Carina Koch

Bildnachweise: © Bergwaldprojekt e.V. © www.co2online.de/Phil Dera

© myclimate © Gordon Welters/IÖW © DBU/Peter Himself © ShiftPhone © Matabooks

© by-studio – stock.adobe.com © sonyakamoz – stock.adobe.com

© undrey – stock.adobe.com © Photobank – stock.adobe.com © AA+W – stock.adobe.com

© Серафима Манекина – stock.adobe.com © janbussan – stock.adobe.com



www.blauer-engel.de/uz195

- ressourcenschonend und umweltfreundlich hergestellt
- emissionsarm gedruckt
- überwiegend aus Altpapier

**GRÜN AUS ÜBERZEUGUNG:
WIR DENKEN IMMER
WEITER UND HANDELN
ENTSPRECHEND. DASS
MEHRWEGSYSTEME IM
VERSANDHANDEL
FUNKTIONIEREN,
BEWEISEN WIR BEREITS
SEIT ZEHN JAHREN MIT
DER „MEMO BOX“.**