

memo

GEMEINSAM HANDELN

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2021/2022



EDITORIAL

LIEBE LESER*INNEN,

vor 30 Jahren wurde die memo AG gegründet und wir blicken in diesem Jubiläumsjahr mit Freude auf das Erreichte. Unsere Freude gilt auch dem nunmehr zehnten Nachhaltigkeitsbericht, in dem wir über unser Denken und Handeln informieren. Seit jeher ist es unser Ziel, mit unserem Einsatz einen Beitrag zu einer gesunden und intakten Zukunft unserer Erde zu leisten: Als Versandhandelsunternehmen für ökologische, sozialverträgliche und qualitativ hochwertige Produkte ermöglichen wir in allen Lebensbereichen einen verantwortungsvollen Konsum zu fairen Preisen.

Die letzten beiden Jahre haben nicht nur unser Unternehmen vor große Herausforderungen gestellt. Sie waren alles andere als planbar, dennoch aufschlussreich und haben zutage gefördert was wichtig ist. Der Klimawandel bleibt weiterhin die größte Herausforderung unserer Zeit, der Zugriff auf Lieferketten ist essentiell, die Digitalisierung unerlässlich und #teammemo ist unverzichtbar. Dass wir sowohl wirtschaftlich als auch gesundheitlich gut durch die Corona-Krise gekommen sind, ist auf die Zukunftsfähigkeit unseres Geschäftsmodells und die hohe Flexibilität unseres Unternehmens zurückzuführen.

Seit Gründung der memo AG stehen die Dimensionen der Nachhaltigkeit im Kern unseres Handelns und das bei allen wesentlichen Unternehmensprozessen – von der Produktlistung über den Versand bis zur Rücknahme unserer Produkte. Wir setzen uns tagtäglich für Umwelt- und Klimaschutz ein und sind voller Überzeugung, dass nachhaltiges Handeln und Wirtschaften der richtige Weg ist, um nachfolgenden Generationen eine Zukunft zu sichern und dem Klimawandel entgegenzuwirken. In unserer Gesellschaft findet ein Wertewandel statt, der vor allem durch die jüngere Generation getragen wird. Der Forderung, entsprechende politische Rahmenbedingungen für eine Umsetzung

des Pariser Klimaabkommens zu schaffen, schließen wir uns an. Für uns heißt das auch, dass wir uns nicht auf dem Erreichten ausruhen und weiterhin die Lupe auf unsere wesentlichen Handlungsfelder richten. Gerade für uns als Versandhandel stehen die Themen Verpackung und Versand im Fokus. So ist es unser Ziel, Mehrweg statt Einweg im Versand durch den Einsatz unseres Mehrweg-Versandsystems „memo Box“ weiter voranzutreiben und unsere Produktverpackungen regelmäßig zu hinterfragen, indem wir eng mit unseren Lieferant*innen zusammenarbeiten und die Verpackungen hinsichtlich ihrer Ökobilanz immer weiter verbessern. Zusätzlich bauen wir unser Netzwerk mit Radlogistik-Unternehmen aus, um unsere Kund*innen in immer mehr Städten möglichst umwelt- und klimaverträglich zu beliefern.

Corona hat bestätigt, dass funktionierende und transparente Lieferketten essentiell sind. Wir orientieren uns am Prinzip des „local sourcing“ und bevorzugen Lieferant*innen aus Deutschland und Europa. So können wir auch in aktuellen Zeiten eine gute Verfügbarkeit garantieren, da wir nicht in einem hohen Maße von globalen Lieferketten abhängig sind. Die Sorgfaltspflicht und konsequente Betrachtung von internationalen Lieferketten und deren Auswirkungen auf Mensch und Umwelt sowie entsprechende Maßnahmen sehen wir als obligatorisch. Gleichzeitig würden wir es begrüßen, wenn die Motivation der Unternehmen intrinsisch wäre und es für diese Sorgfaltspflicht kein Gesetz benötigt. Die Corona-Pandemie wirkte auch für digitale Themen wie ein Katalysator – virtuelle Meetings, mobile office, digitale Whiteboards, Collaboration Tools und, und, und. Mit Blick auf unser Geschäftsmodell als nachhaltiges E-Commerce-Unternehmen stehen digitale und automatisierte Prozesse im Zentrum unserer Entwicklungen. Mit der Einführung eines xRM-Systems (Kundenmanagementsystem) setzen wir in diesem Jahr ein großes IT-Projekt um, das uns weiterhelfen wird, unser kunden-

orientiertes Handeln weiter zu verbessern. Für uns als mittelständisches Unternehmen sind solche Projekte immer eine große Herausforderung, da das Tagesgeschäft abgewartet und gleichzeitig Change Management gelebt werden muss.

Die Pandemie hatte aber nicht nur Nachteile. Ein weiteres Mal wurde bestätigt, dass #teammemo unverzichtbar ist. Seit nunmehr 30 Jahren leben und tragen unsere Mitarbeiter*innen die Vision und Ziele, die wir uns stecken, mit. Die Corona-Krise und ihre Auswirkungen auf uns als Unternehmen unterstrich den Wert und den Zusammenhalt der memo Mitarbeitenden einmal mehr. Ihre Gesundheit liegt uns am Herzen. So haben wir zum ersten Lockdown schnell und flexibel reagiert. Die Versandlogistik wurde auf ein Zwei-Schicht-System umgestellt und konnte durch die Unterstützung von Kolleg*innen aus der Verwaltung kurzfristig umgesetzt werden. Auch innerhalb der Verwaltung halfen Mitarbeiter*innen dort aus, wo sie gebraucht wurden und wo viel Arbeit zu bewältigen war. Bis heute gab und gibt es keine Notwendigkeit – trotz Umsatzeinbrüchen in einzelnen Vertriebsbereichen – Mitarbeiter*innen in Kurzarbeit zu schicken oder anderweitig staatliche Hilfen in Anspruch zu nehmen. Bisher gibt es keinen Fall einer Corona-Erkrankung bei der memo AG. Dies unterstreicht einmal mehr, welche Achtsamkeit unsere Mitarbeiter*innen gegenüber sich, ihrem Umfeld und dem Unternehmen leben. Auch deshalb möchten wir unseren Mitarbeitenden in diesem mittlerweile zehnten Nachhaltigkeitsbericht einen besonderen Stellenwert einräumen. Danke #teammemo!

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen des Nachhaltigkeitsberichts und freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

Henning Rook (für den Vorstand der memo AG)



INHALT

GESCHICHTE	4
MANAGEMENTSYSTEM	6
MENSCHEN BEI MEMO	16
ÖKONOMIE	28
PRODUKTE	34
PROZESSE	44
RESSOURCEN	56
STAKEHOLDER	66
WISSENSWERTES UND IMPRESSUM	74

Hinweis zur Sprachregelung: Bei der memo AG ist Vielfalt und damit auch die Anerkennung aller Geschlechter eine gelebte Selbstverständlichkeit. Im Sinne einer geschlechtersensiblen Sprache wählen wir neutrale Formulierungen. Wo das nicht möglich ist, setzen wir den Gender Star ein. Erst wenn diese beiden Möglichkeiten nicht umsetzbar sind, greifen wir auf die herkömmliche Schreibweise zurück, die im Falle einer männlichen Form (generisches Maskulin) selbstverständlich Personen jeden Geschlechts einschließt.

**VORSTAND DER MEMO AG
FRANK SCHMÄHLING, RICHARD WOLF
UND HENNING ROOK (V.L.N.R.)**

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-
schnitzel-Heizanlage

2009

Mehrwegversand mit der „memo Box“



2014

Blauer Engel für die „memo Box“



2016

„memo Box“ aus Recyclingkunststoff

2009

Deutscher Nachhaltigkeitspreis



Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Deutschlands recyclingpapier-freundlichstes Unternehmen 2009



Nachhaltigkeitspreis Mainfranken

2015

2016

Start der Zusammenarbeit mit Radlogistik-Unternehmen



Nachhaltigkeitspreis Logistik

2017

2019

Emissionsfreie Same-Day-Lieferung in Würzburg



2019

3. Platz Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018



2020

B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis für Lothar Hartmann



2020

Zertifizierung Grüner Knopf

GRÜNER KNOPF

SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH. UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.



2011

Deutscher Umweltpreis für Jürgen Schmidt

AUSFÜHRLICHE INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER

MEMOWORLD.DE/ZAHLEN-FAKTEN



#TEAMMEMO



**„MACHEN
IST WIE
WOLLEN
NUR
BESSER.“**

HENNING ROOK // VORSTAND // IM #TEAMMEMO SEIT 2013

UNSERE VISION

MIT UNSEREM HANDELN SORGEN WIR FÜR EINE GESUNDE UND INTAKTE ZUKUNFT DER ERDE.

UNSER DENKEN+ HANDELN

Verantwortung

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

Umwelt

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

Ökonomie

Wir wollen Wachstum, aber nicht um jeden Preis: Langfristiger Erfolg und sichere Arbeitsplätze sind uns wichtiger als kurzfristige Gewinnmaximierung.

Produkte

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

Kund*innen

Unsere Kund*innen stellen wir durch ein ökologisch und sozial verträgliches, innovatives Sortiment, faire Preise und überzeugenden Service zufrieden.

Mitarbeiter*innen

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

Partner*innen

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

Lieferant*innen

Wir arbeiten langfristig und partnerschaftlich mit unseren Lieferant*innen zusammen und fördern auch bei ihnen nachhaltiges Verhalten.

Kommunikation

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

Gesetze

Wir verpflichten uns zur Einhaltung aller für unser Unternehmen relevanten Gesetze und Verordnungen.

NACHHALTIGKEIT ALS GESCHÄFTSMODELL

Wir wollen verantwortungsvollen Konsum ermöglichen, für alle – immer und überall.

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 Mitarbeitenden und unseres nachhaltigen Produktsortiments.

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 Kund*innen 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 Kund*innen mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufrieden sind und unsere Mitarbeitenden 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.

VIELFALT

Unsere Welt ist bunt: Wir erkennen die verschiedensten Lebensformen und Identitäten von Menschen gleichberechtigt an und wollen durch unser Handeln den Reichtum an Tier- und Pflanzenarten erhalten.

RESPEKT

Gegenseitige Anerkennung, Aufmerksamkeit und Wertschätzung sind uns wichtig: gegenüber uns selbst, unseren Mitmenschen, der Natur sowie der Tier- und Pflanzenwelt.

AUFRICHTIGKEIT

Unsere Werte und Überzeugungen drücken wir gegenüber uns und anderen durch klare, ehrliche Aussagen und ein entschlossenes Handeln aus.

ZUKUNFTSFÄHIGKEIT

Wir wollen heute nicht auf Kosten von morgen leben und auch den kommenden Generationen eine lebenswerte Welt hinterlassen.

LEIDENSCHAFT

Wir brennen für das, was wir tun und wollen Vorbild für andere sein.



UNSERE WERTE

DAS INTEGRIERTE MANAGEMENTSYSTEM

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 Mitarbeitenden gelingt es uns, das Managementsystem in allen Unternehmensbereichen fest zu verankern.

WESENTLICHE ELEMENTE UNSERES MANAGEMENTSYSTEMS

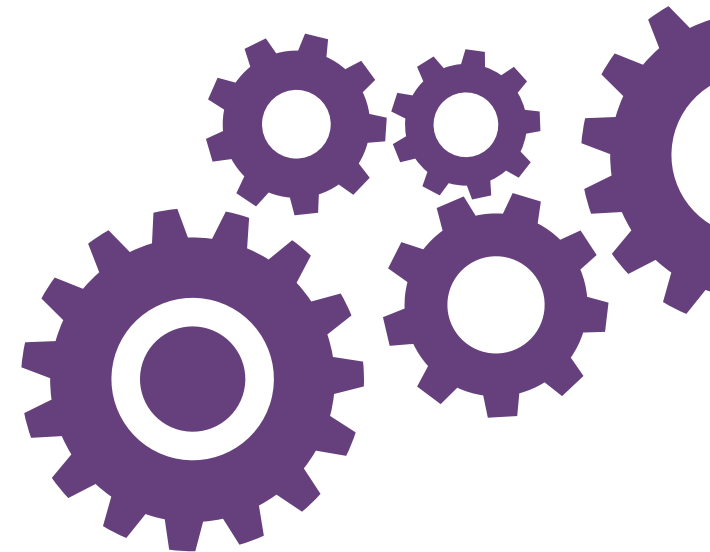
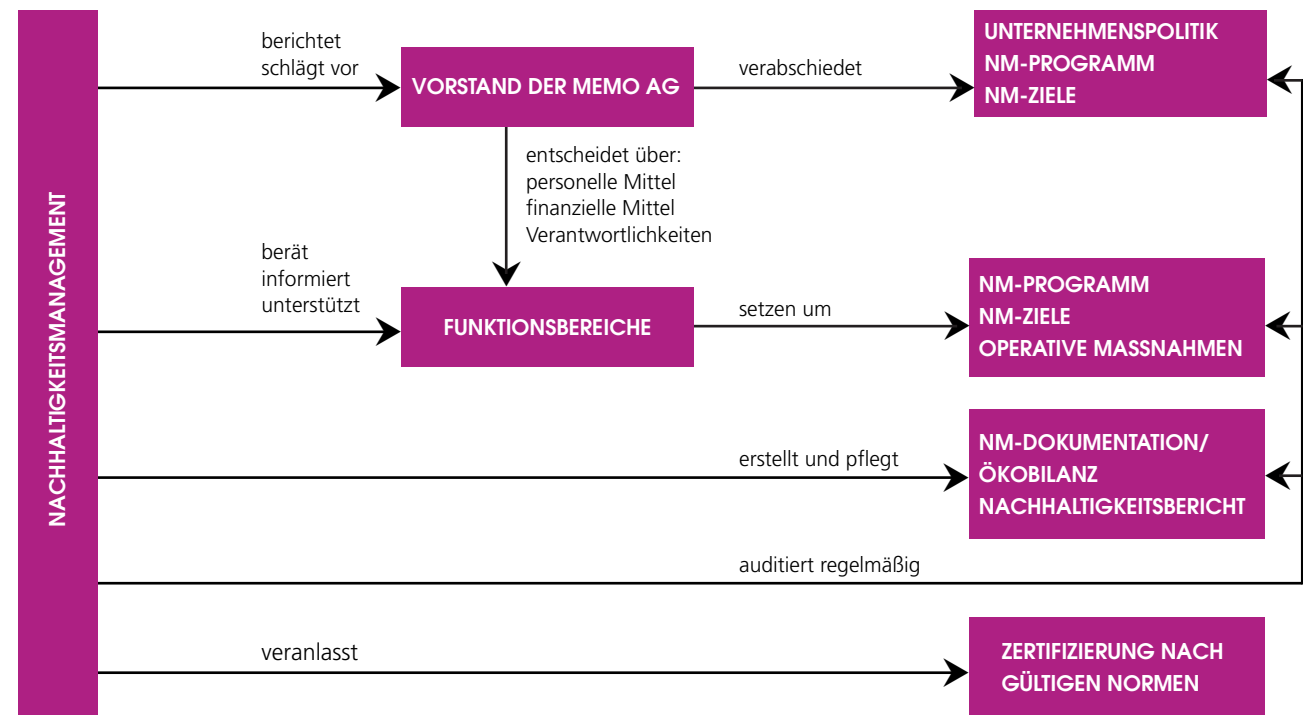
Im Rahmen halbjährlich stattfindender Audits mit den einzelnen Funktionsbereichen prüfen wir die Wirksamkeit und den Erfolg unseres Managementsystems. Werden während eines Audits Abweichungen zu den festgelegten Forderungen im Managementsystem festgestellt, leiten wir umgehend geeignete Verbesserungsmaßnahmen 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 Umwelt- und Klimabilanz, 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 Umwelt- und Klimabilanz und wesentlichen Ergebnissen der Audits vorgestellt.

Auf Grundlage der Kennzahlen und Ergebnisse aus dem **Managementsystem, Stakeholderdialogen und Befragungen der Mitarbeitenden** 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 Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt und gemeinsam diskutiert. Jeder Mitarbeitende 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 Mitarbeitenden besonders wichtig, faire Produktpreise vor allem für unsere Kund*innen.

Sicherlich haben unsere Unternehmensaktivitäten auch einen Einfluss auf die global gültigen 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*innen	Mitarbeitende	Kund*innen	Lieferant*innen/ Dienstleister*innen	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 Lieferant*innen										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 Konsument*innen 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 30 Jahre Erfahrung in der Bewertung und Entwicklung nachhaltiger Produkte. Unser Anspruch ist es, ausschließlich Produkte ins Sortiment aufzunehmen, die sich durch ihre nachhaltigen Eigenschaften auszeichnen. Letztlich müssen jedoch auch Praxistauglichkeit, Qualität und Preis stimmen: Nur wenn ein umwelt- und sozialverträgliches Produkt zu einem marktgerechten Preis erhältlich ist, erzielen wir eine große Marktdurchdringung – und damit spürbare Umweltauswirkungen und entsprechende Ressourceneinsparungen durch bewussten Konsum. Unsere Listungskriterien sind gleichzeitig wichtige Anhaltspunkte und Informationen für die Verbraucher*innen, um nachhaltige Kaufentscheidungen zu treffen. Damit unterstützen wir unsere Kund*innen, einen bewussten Lebensstil zu gestalten 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 anzubieten. So führen wir aktuell über 20.000 Produkte für den täglichen Bedarf für Büro, Haushalt, Schule, Freizeit, Textilien und Wohnen.

Unser umfassendes Sortiment stellt uns allerdings auch vor eine große Herausforderung. Trotz der langjährigen Erfahrung unserer Produktmanager*innen sind wir immer wieder aufs Neue gefordert, uns mit neuen Materialien, Herstellungs- und Recyclingverfahren, rechtlichen Vorgaben oder Standards und Labels zu beschäftigen. Und bei einigen Produktbereichen, gilt es, die sozialen Bedingungen in der Lieferkette genau anzusehen. Aus diesem Grund tauschen wir uns intensiv und partnerschaftlich mit unseren Lieferant*innen 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 34.

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 Mitarbeitenden der „Motor“ des Unternehmens. Unsere Firmenkultur ist geprägt von gegenseitigem Vertrauen, Respekt, Vielfalt, Gleichberechtigung und der Beteiligung am wirtschaftlichen Erfolg. Wir pflegen eine offene Informationspolitik und ermitteln regelmäßig die Zufriedenheit der Mitarbeitenden über anonyme Befragungen. Darüber hinaus bieten wir umfassende, freiwillige betriebliche Sozialleistungen an. Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben fördern wir durch flexible Arbeitszeitmodelle und das Angebot von Home-Office-Lösungen. An unserem Firmenstandort in Greußenheim sorgen wir für ergonomische, gesundheitsverträgliche und individuell gestaltbare Arbeitsplätze für unsere Mitarbeitenden. Trotz dieser vielfältigen Maßnahmen zur Mitarbeiterorientierung stehen wir als mittelständisches Unternehmen an einem ländlichen Standort und mit begrenzten finanziellen Mitteln auch immer wieder vor der Herausforderung, geeignetes Personal zu finden und Mitarbeitende 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*innen 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: Negative 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 der Warenversand, unsere Geschäftsreisen, die Herstellung und der Versand unserer Werbemedien, sowie der Energie- und Ressourcenverbrauch an unserem Standort in Greußenheim.

Der Warenversand an unsere Kund*innen 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 Speditionen, Entwicklung und Förderung innovativer Zustellsysteme, wie z.B. Fahrradlogistik in Innenstädten, sowie Auswahl und Gestaltung von Versandsystemen und Verpackungsmaterialien. So bieten wir unseren Kund*innen bereits seit mehr als zehn Jahren ein Mehrweg-Versandsystem – die „memo Box“ – an. Mit der „memo Box“ setzen wir im Branchenvergleich ökologische Maßstäbe. Aufgrund der konsequenten Vermeidung von Abfällen sowie der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung ist das Versandsystem seit dem Jahr 2014 mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Um die Umweltauswirkungen des Mehrweg-Versandsystems weiter zu minimieren, lassen wir die „memo Box“ seit dem Jahr 2016 aus Recycling-Polypropylen fertigen. Die aufwendige Suche nach einem geeigneten Recyclingmaterial, das höchste Anforderungen hinsichtlich Qualität und Ökologie erfüllt, hat uns insgesamt mehr als zwei Jahre beschäftigt. Wie für alle anderen wichtigen Handlungsfelder der memo AG, ist der hohe Aufwand für die Recherche und Umsetzung ganzheitlich nachhaltiger Lösungen auch an dieser Stelle eine große Herausforderung für unser Unternehmen.

Trotz nach wie vor steigender Nutzung des Internets können wir als Versandhändler noch nicht vollständig auf Produktkataloge und Mailings verzichten. Sie sind entscheidend für den Erfolg im Wettbewerb. Herstellung, Verpackung und Versand der Werbemedien sind bedeutende Nachhaltigkeitsaspekte für die memo AG. Durch Auswahl der Dienstleister*innen, Materialauswahl sowie Optimierung von Auflage und Umfang der Werbemedien minimieren wir negative Umweltauswirkungen laufend. Ähnlich wie bei der Beurteilung unserer Produkte müssen wir auch bei der Auswahl der Materialien und Dienstleister*innen für die Herstellung unserer Werbemedien immer auf dem aktuellen Stand sein und unser Know-how stetig weiter entwickeln. Dabei 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



LEITINDIKATOREN DER WESENTLICHEN UNTERNEHMENSAKTIVITÄTEN

wurde als erstes Druckerzeugnis überhaupt mit diesem wertvollen Label ausgezeichnet.

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 und regenerative Energien für unseren Strombedarf. Unsere Kolleg*innen im Außendienst tätigen ihre Geschäftsreisen mit einem Elektrofahrzeug oder mit Erdgas betriebenen Pkw. Kurzstrecken legen wir bereits seit 2011 mit einem Elektrofahrzeug zurück. Seit 2019 stehen an unserem Standort in Greußenheim vier Ladestationen mit Ökostrom zur Verfügung. Diese Investitionen erfordern häufig einen höheren finanziellen Einsatz mit zum Teil überdurchschnittlich langen Amortisationszeiten. Lesen Sie dazu mehr ab Seite 44 sowie ab Seite 56.



PRODUKTSORTIMENT

- Anteil Produkte mit Umweltzeichen/ Labels im Sortiment
Ziel: > 35 %, Ist: 37,7 %
- Anteil Neuheiten im Sortiment
Ziel: > 10 %, Ist: 10 %
- Umsatzanteil memo Markenprodukte
Ziel: > 25 %, Ist: 25,5 %

WICHTIGE LEITINDIKATOREN:



HERSTELLUNG UND VERSAND DER PRODUKTKATALOGE

- Art der verwendeten Materialien
Ziel: Blauer Engel, Ist: Blauer Engel
- Treibhausgasemissionen durch die Herstellung der Werbemedien
Ziel: < 70 t, Ist: 52 t
- Treibhausgasemissionen durch den Versand der Werbemedien
Ziel: < 50 t, Ist: 27 t



WARENVERSAND

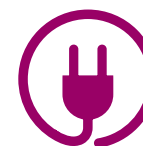
- Versandanteil im Mehrweg-Versandssystem „memo Box“
Ziel: > 20 %, Ist: 24,3 %
- Entwicklung versendete Pakete per Radlogistik
Ziel: > 5 %, Ist: 17,7 %



PERSONALMANAGEMENT

- Mitarbeiterzufriedenheit
Ziel: > 70 %, Ist: 76,7 %
- Angebot freiwilliger, betrieblicher Sozialleistungen
Ziel > 80 %, Ist: 85,2 %

WICHTIGE LEITINDIKATOREN:



RESSOURCEN-MANAGEMENT

- Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtenergiebedarf
Ziel: > 95 %, Ist: 97,2 %
- Treibhausgasemissionen durch Strombedarf je Mitarbeiter*in
Ziel: < 15 kg, Ist: 15,2 kg
- Treibhausgasemissionen durch Wärmeversorgung je m² Gebäudefläche
Ziel: < 6 kg, Ist: 3,8 kg



ÖKONOMIE

- Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)
Ziel: > 2,7 %, Ist: 3,7 %
- Eigenkapitalquote
Ziel: > 40 %, Ist: 41,1 %

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 2019 vorgestellt haben. Detaillierte Informationen zu den einzelnen Maßnahmen finden Sie im Verlauf dieses Berichtes.

ZIEL	MAßNAHME	TERMIN	STAND
SORTIMENTSENTWICKLUNG			IN ARBEIT
Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Produktverpackungen	<ul style="list-style-type: none"> Teilnahme am Forschungsprojekt InnoRedux. Projektträger: IÖW, ifeu 	2022	Die Projektphasen „Verpackungsanalyse und -optimierung“ sind abgeschlossen. In der nächsten Phase werden nun Erfahrungen und Bedürfnisse der Verbraucher*innen ermittelt. Details auf Seite 43.
RESSOURCENVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ			ZURÜCKGESTELLT
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	Umfangreiche Produktkataloge verlieren zunehmend an Bedeutung. Der Fokus zur Reduzierung der Umweltauswirkungen liegt in einer optimalen Planung von Auflage und Umfang. Details auf Seite 48.
GESUNDHEITSFÖRDERUNG			ERREICHT
Sicherstellung der Arbeitsplatzergonomie an sehr heißen Sommertagen	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung eines Klimakonzepts für alle Räumlichkeiten bei der memo AG 	2019	Im Lagerbereich wurden alle Dachfenster mit einer speziellen Sonnenschutzfolie beschichtet. In der Verwaltung wurden alle Büroräume mit energieeffizienten mobilen Klimageräten ausgestattet. Details auf Seite 20/21.
VERSANDLOGISTIK			ERREICHT
Entwicklung eines nachhaltigen Lieferkonzepts für die Würzburger Innenstadt	<ul style="list-style-type: none"> Paketzustellung per Radlogistik in Kombination mit Same-Day-Delivery 	2019	Seit April 2019 beliefern wir unsere Kund*innen in Würzburg vollständig emissionsfrei. Details auf Seite 51.
SORTIMENTSENTWICKLUNG			ERREICHT
Entwicklung von Produkten aus recycelten Bio-Baumwollabfällen	<ul style="list-style-type: none"> Analyse Verfügbarkeit und technische Umsetzung Recherche geeigneter Kooperationspartner*innen Zertifizierung und Labelling der Produkte nach anerkannten Standards 	2019	Nach mehr als einem Jahr Entwicklungsarbeit, konnten wir eine Produktserie mit Tragetaschen aus recycelter Bio-Baumwolle mit Fairtrade-Label ins Sortiment aufnehmen. Details auf Seite 41.
RESSOURCENVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ			ERREICHT
Senken der Schadstoffemissionen im Lkw-Fuhrpark	<ul style="list-style-type: none"> Beschaffung eines erdgasbetriebenen Lkw 	2019	Im Sommer 2019 wurde ein erdgasbetriebener Lkw angeschafft. Details auf Seite 61.
STAKEHOLDERMANAGEMENT			ERREICHT
Validierung der wesentlichen Unternehmensthemen der memo AG	<ul style="list-style-type: none"> Durchführung einer Stakeholderbefragung 	2020	Von Oktober bis Dezember 2020 haben wir eine umfassende Stakeholderbefragung durchgeführt. Details auf Seite 72/73.

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
UNTERNEHMENSSTRATEGIE			
Validierung und Weiterentwicklung memo Markenstrategie	<ul style="list-style-type: none"> Validierung und Analyse von Optimierungspotenzialen unserer memo Markenstrategie 	2021	Team „memo Marke“
RESSOURCENVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ			
Senken der Schadstoffemissionen bei der Wareneinstellung	<ul style="list-style-type: none"> Kontinuierlicher Ausbau der Wareneinstellung in Innenstädten mit Elektrofahrzeugen 	2021	Leitung Logistik
PERSONALENTWICKLUNG			
Sicherstellung und kontinuierliche Förderung der Mitarbeiterqualifikation	<ul style="list-style-type: none"> Reorganisation Personalentwicklungsmodell der memo AG 	2021	Personalwesen
RESSOURCENVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ			
Energieeffiziente Gebäudegestaltung	<ul style="list-style-type: none"> Bau einer Photovoltaikanlage im Rahmen der Erweiterung unseres Logistikzentrums 	2022	Leitung Logistik
RESSOURCENVERBRAUCH			
Stetige Optimierung, Qualitätssicherung und Umweltschutz im Warenversand	<ul style="list-style-type: none"> Optimierung der verwendeten Füllstoffe für unseren Paketversand 	2021	Leitung Logistik
SORTIMENTSENTWICKLUNG			
Stetige Optimierung der Umweltauswirkungen der memo Markenprodukte	<ul style="list-style-type: none"> Erstellung einer Life-Cycle-Analyse für den memo Bio-Kaffee 	2022	Nachhaltigkeitsmanagement
KLIMASCHUTZ			
Reduzierung der Treibhausgasemissionen der memo AG um 50 %	<ul style="list-style-type: none"> Energieeffiziente Gestaltung der wesentlichen Unternehmensprozesse der memo AG 	2030 (Basisjahr: 2008)	Geschäftsleitung



#TEAMMEMO



**„JEDE
KRISE
IST AUCH
IMMER
EINE
CHANCE.“**

ULRIKE WOLF // MITBEGRÜNDERIN DER MEMO AG // IM #TEAMMEMO SEIT 1991

UNSERE MITARBEITENDEN UND IHR ARBEITSPLATZ

Die memo AG zeichnet sich durch klar definierte Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten, aber auch durch hohe Eigenverantwortung, Selbständigkeit und kreative Freiräume für jede*n Mitarbeiter*in aus. Besonders wichtig ist dabei eine flache Organisationsstruktur, die Teamarbeit abteilungsintern und -übergreifend fördert. Durch die intensive Zusammenarbeit aller Mitarbeitenden wird eine andauernde Verbesserung aller Unternehmensaktivitäten erreicht.



Im Jahr 2020 waren insgesamt 140 Mitarbeiter*innen – davon 83 in Vollzeit – bei der memo AG beschäftigt. Das Wachstum des Unternehmens vor allem in den letzten beiden Jahren bedingt auch eine weiter steigende Anzahl der Mitarbeitenden – von 2019 auf 2020 alleine über 9%. In unserer Logistik waren 18 Mitarbeiter*innen befristet bei uns tätig. Dieser überdurchschnittlich hohe Anteil ist vor allem auf die Herausforderungen der Corona-Pandemie zurückzuführen. So ist das Auftragsvolumen gerade während des Lockdowns im Frühjahr 2020 nahezu explodiert und unterlag danach großen Schwankungen. Eine mittel- bis langfristige Planung der erforderlichen personellen Ressourcen wurde unter diesen Voraussetzungen deutlich erschwert. Aufgrund der besonderen Hygienevorschriften haben wir verschiedene organisatorische Maßnahmen – wie z.B. einen konsequenten Zweischichtbetrieb – ergriffen. Zur Unterstützung der bestehenden Belegschaft mussten wir daher über das Jahr hinweg insgesamt 12 Personen von Zeitarbeitsfirmen beschäftigen, von denen eine befristet übernommen wurde.



Mit allen Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden, denen eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglicht wird. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 23.



Die Gleichberechtigung aller Geschlechter ist bei memo eine täglich gelebte Selbstverständlichkeit. Der Frauenanteil im Unternehmen liegt in den letzten fünf Jahren stabil bei 60%. Durch interne Umstrukturierungen und Veränderungen auf Ebene der Gesellschafter*innen und des Vorstands besteht dieser aktuell aus drei Männern. Die Leiterin des Bereichs Personal, Ulrike Wolf, ist seit 2019 auf eigenen Wunsch nicht mehr Mitglied des Vorstands, jedoch nach wie vor Gesellschafterin der memo AG. Auch für unsere ausländischen Mitarbeitenden gilt das Prinzip der Gleichberechtigung. Ihr Anteil an der gesamten Belegschaft beträgt 5,71%. Trotz des geringen Anteils sehen wir unsere ausländischen Kolleg*innen als eine kulturelle Bereicherung unseres täglichen Arbeitsalltags. Ebenso selbstverständlich ist es für uns, Niemanden aufgrund der Religion, der Weltanschauung, des Alters, der sexuellen Orientierung oder aufgrund einer Behinderung oder Beeinträchtigung 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 3,26%. 2020 haben nur 1,6% der Mitarbeitenden das Unternehmen verlassen. 32% unserer Mitarbeiter*innen sind bereits seit mehr als zehn Jahren bei memo beschäftigt. Diese Zahlen belegen eine hohe Identifikation mit unserem Unternehmen. Die langjährige Erfahrung der Betroffenen 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 Kund*innen zu unseren Produkten und Dienstleistungen zahlt es sich aus, dass viele Mitarbeitende 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 Kolleg*innen, die noch nicht so lange bei der memo AG tätig sind, bereichern das Unternehmen wiederum durch ihren Blick „über den Tellerrand“ und durch innovative Ideen und Maßnahmen.



Seit 1995 sitzen wir mit unserem Firmenstandort im 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 Mitarbeitenden in den Pausen eine bestuhlte Terrasse und von unseren Auszubildenden 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 und einladenden Sitzmöglichkeiten.

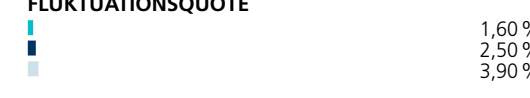
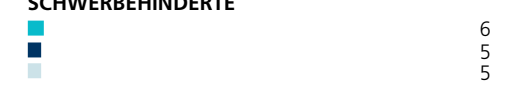
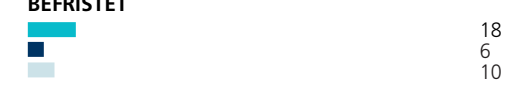
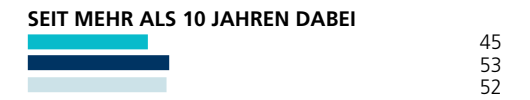
Großzügige Fensterflächen in den Büroräumen und zusätzliche Oberlichter im Lagerbereich schaffen im ganzen Haus eine angenehme Tageslichtatmosphäre, die wir in der dunklen Jahreszeit mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum- und einer lichtabhängigen LED-Beleuchtung erzielen. In allen Büroräumen 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 MITARBEITENDE IST GUT 38 JAHRE ALT UND SEIT CA. ACHT JAHREN IM UNTERNEHMEN.

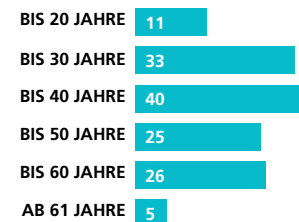


PERSONALSTRUKTUR DER MEMO AG 2018 - 2020



2020 2019 2018

ALTERSSTRUKTUR DER MEMO AG 2020



ARBEITSPLATZ- GESTALTUNG



IN DER VERWALTUNG

Unsere Mitarbeitenden in der Verwaltung verbringen einen bedeutenden Teil ihrer Lebenszeit am Bildschirmarbeitsplatz. Daher ist es unser Anspruch, ihnen einen für ihre jeweilige Tätigkeit und ihre individuellen Bedürfnisse optimal gestalteten, ergonomischen Arbeitsplatz zu bieten. Dazu gehören vor allem qualitativ hochwertige Naturholzmöbel und ergonomische Bürostühle aus unserem Sortiment sowie energieeffiziente, emissionsarme und gesundheitlich unbedenkliche Bürogeräte. Aufgrund der kontinuierlich steigenden Durchschnittstemperaturen und Anzahl der Hitzetage im Sommer, sind zudem seit 2020 in allen Büros der memo AG mobile, energieeffiziente und geräuscharme Klimageräte im Einsatz.

Wie viele andere Unternehmen in Deutschland stellte das Coronavirus auch die memo AG vor vollständig neue Herausforderungen hinsichtlich des mobilen Arbeitens. Bereits vor der Pandemie bot das Unternehmen Mitarbeitenden die Möglichkeit, flexibel von zu Hause aus oder von unterwegs zu arbeiten. Durch die erforderlichen Kontaktbeschränkungen und Hygieneregeln gewann die Bedeutung dieses Themas allerdings eine neue Dimension. So galt es in kürzester Zeit geeignete organisatorische und technische Lösungen für einen geregelten Geschäftsbetrieb zu finden und umzusetzen. Durch schnelle und unbürokratische Entscheidungen der Unternehmensleitung sowie einen hohen Einsatz und Motivation aller Mitarbeitenden konnten wir diese Herausforderungen insgesamt gut bewältigen.

Innerhalb weniger Wochen wurden technische Lösungen gefunden, um hochwertige Arbeitsprozesse zu gewährleisten und die Kommunikation untereinander aufrecht zu erhalten. Im Schnellverfahren hat unsere IT-Abteilung die Verfügbarkeit von Laptops sowie der notwendigen Zusatzgeräte wie Docking Stations und vor allem Monitore, die für ein dauerhaftes, ergonomisches mobiles Arbeiten unverzichtbar sind, nahezu verdoppelt. Zusätzlich erhielten die betreffenden Kolleg*innen Unterstützung bei der Installation zu Hause. Die interne Kommunikation wurde weitestgehend auf Videokonferenzen umgestellt, die sich nach einigen Anlaufschwierigkeiten zunehmend großer Beliebtheit erfreuen und sicherlich auch nach der Pandemie weiter genutzt werden. Um den Mitarbeitenden auch zu Hause ein Mindestmaß an Ergonomie zu gewährleisten, gewähren wir ihnen beim Kauf von Bürostühlen aus unserem Sortiment einen hohen Rabatt. Darüber hinaus ist der Einfluss auf die räumlichen Gegebenheiten bei den Mitarbeitenden seitens des Unternehmens allerdings beschränkt. Im besten Fall verfügen Mitarbeitende über einen separaten Raum, der als Büro genutzt werden kann. Im schlechtesten Fall wird am Küchentisch gearbeitet, der dann auch noch mit weiteren Familienmitgliedern geteilt werden muss.

Aufgrund der bisherigen Erfahrungen und den positiven Rückmeldungen der Mitarbeitenden zu den angebotenen Möglichkeiten von zu Hause aus zu arbeiten (siehe Seite 26), planen wir auch nach Bewältigung der Pandemie eine sinnvolle Mischung zwischen Bürozeiten und mobilem Arbeiten zu ermöglichen. In diesem Rahmen werden dann auch Möglichkeiten geprüft, Büroarbeitsplätze flexibel zu nutzen. Ziel ist es, die absolute Anzahl der Arbeitsplätze zu reduzieren und dadurch die zum Teil räumlich beengten Arbeitsplatzsituationen, die vor der Pandemie herrschten, zu optimieren.

Auch wenn wir durch mobiles Arbeiten viele Probleme lösen konnten und die Situation auch Vorteile hatte, ist eine persönliche Zusammenarbeit und der direkte Kontakt im Unternehmen wichtig. Um während der Bürozeiten Sicherheit zu bieten, wurden diverse organisatorische Maßnahmen ergriffen. So haben sich die einzelnen Teams in der Verwaltung in mindestens zwei Schichten aufgeteilt. Durch die freien Flächen konnten die Abstandsregeln gut eingehalten werden.

SPEZIELLE SONNENSCHUTZFOLIEN AUF ALLEN DACHFENSTERN REDUZIEREN HOHE TEMPERATUREN IN DEN DARUNTERLIEGENDEN GEBÄUDETEILEN.



IN DER LAGERLOGISTIK

Unsere Lagerlogistik umfasst die Arbeitsbereiche Wareneingang, Versand und Retourenmanagement. Im Wareneingang sind alle Arbeitsplätze als Steharbeitsplätze eingerichtet. Durch die Nähe zum Wareneingangsprozess entfallen unnötige Laufwege für die Mitarbeitenden. Zudem sind diese Arbeitsplätze u. a. mit passenden erhöhten Sitzmöbeln 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 Auftrag 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, wodurch die Laufstrecken der Mitarbeitenden möglichst niedrig gehalten werden. Ein maximal festgelegter Grenzwert für das Gewicht der Kommissionierwagen und ein zusätzliches fünftes Rad gewährleisten zudem eine gute Handhabung durch die Mitarbeitenden.

Alle Packtische sind mit kontrastreichen Touchscreens und Scannern ausgestattet. Die dort Tätigen 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. Dieser hat erhebliche ergonomische Vorteile, da pro Tag im Durchschnitt knapp 14 Tonnen Warengewicht als Pakete oder in der „memo Box“ an unsere Kund*innen verschickt werden.

Eine energetisch und ergonomisch optimierte LED-Beleuchtungsanlage sorgt dafür, dass es an jedem Ort im Lager jederzeit ausreichend hell für die Tätigkeiten der dort Mitarbeitenden ist und sie die Lichtfarbe der Leuchtmittel als angenehm empfinden. Die Anlage 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 so lange vollständig aus, bis der Lagerbereich erneut betreten wird.

Unsere Kolleg*innen in der Logistik verrichten größtenteils körperliche Tätigkeiten, die ihnen in den Sommermonaten durch hohe Temperaturen zusätzlich erschwert werden. Aus diesem Grund wurden bereits 2018 energieeffiziente Ventilatoren unter den Oberlichtern der Lagerhalle installiert, die jedoch gerade an Hitzetagen nicht ausreichend sind. Im Frühjahr 2020 wurden deshalb alle Dachfenster mit einer speziellen Sonnenschutzfolie auf Polymerbasis beschichtet (siehe Bild links). Diese Spezialfolie reduziert die Sonneneinstrahlung und somit die Wärmeentwicklung in der Logistikhalle um etwa 80%. Die damit erzielte, spürbare Reduzierung der Temperatur in den darunter liegenden Gebäudeteilen trägt seitdem maßgeblich zum Wohlbefinden der Mitarbeitenden während der Arbeit bei.

Naturgemäß ist mit wenigen Ausnahmen mobiles Arbeiten von zu Hause aus für unsere Mitarbeitenden in der Logistik nicht möglich. Um den Bedarf unserer Kund*innen weiterhin zuverlässig zu decken und gleichzeitig die vorgeschriebenen Kontaktbeschränkungen und Abstandsregeln einzuhalten, arbeitet unsere Logistik in den Phasen des Lockdowns konsequent im Zweischichtbetrieb. Vor allem während des ersten Lockdowns ab März 2020 bedeutete diese Maßnahme eine enorme Arbeitsbelastung, da gleichzeitig das Auftragsvolumen enorm gestiegen ist.

ARBEITSSICHERHEIT

Integraler Bestandteil unseres Managementsystems ist die Gewährleistung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes unserer Mitarbeitenden. 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 gut drei meldepflichtige Arbeitsunfälle pro Jahr bei Tätigkeiten während der Arbeitszeit und auf dem Weg zur Arbeit. Neben der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen, wie z. B. regelmäßigen Geräteprüfungen durch unabhängige Gutachter*innen, sorgen vor allem wiederkehrende Schulungen und Einweisungen sowie fest definierte Verhaltensregeln für die Sicherheit unserer Mitarbeitenden.

Seit Beginn der Pandemie schreiben wir das Tragen von Masken in allen öffentlichen Bereichen des Unternehmens sowie die Einhaltung der Abstandsregeln vor. Zusätzlich sorgen automatische Desinfektionsmittelspender und die kostenlose Bereitstellung handlicher Sprays aus unserem Sortiment für die Hygiene unter allen Mitarbeitenden.

GESUNDE + MOTIVIERTE MITARBEITENDE

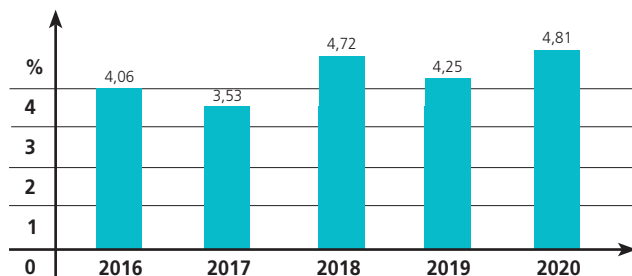
BETRIEBLICHES GESUNDHEITSMANAGEMENT

Wir fördern die Gesundheit unserer Mitarbeitenden 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 Kolleg*innen. Dabei arbeiten wir eng mit Krankenkassen, unserem Betriebsarzt und Expert*innen zusammen. Aus den Ergebnissen dieser Analyse definieren wir jedes Jahr geeignete Förderungsmaßnahmen. Fester Bestandteil sind dabei seit Jahren kostenloses Obst und Gemüse für alle Mitarbeitenden, das wir von einem Bio-zertifizierten Betrieb aus der Region beziehen. Unser Garten, unsere Cafeteria und unser Tischkicker sind die idealen Orte für kleine Erholungspausen. Und selbstverständlich ist das gesamte Firmengebäude rauchfrei.

Seit 2011 veranstalten wir jedes Jahr in Zusammenarbeit mit einer gesetzlichen Krankenkasse einen Gesundheitstag: Alle Mitarbeitenden 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. Aufgrund der COVID-19-Pandemie konnte im Jahr 2020 leider kein Gesundheitstag durchgeführt werden. Auch das wechselnde Angebot an Sport- und Gesundheitskursen wie beispielsweise die halbstündige „Aktive Pause“, die alle zwei Wochen stattfindet, die Teilnahme an verschiedenen Firmenläufen im Landkreis Würzburg und das Training der memo Fußballer*innen konnte nicht stattfinden. Abgesagt werden mussten meistens auch die Massagen, die unsere Mitarbeitenden während der Arbeitszeit bei einem ausgebildeten Physiotherapeuten und mit finanzieller Unterstützung des Unternehmens in Anspruch nehmen können. Sobald es die Situation erlaubt, werden wir die Maßnahmen jedoch wieder anbieten.

Obwohl die krankheitsbedingte Fehlzeitenquote 2020 mit 4,81 % vergleichsweise hoch war, 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 bei 4,27 %.

KRANKHEITSBEDINGTE FEHLZEITENQUOTE (INKLUSIVE DAUERKRANKHEIT)



ARBEITSZEITGESTALTUNG

Seit 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 Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden selbst erfasst. Anfallende Mehr- und Minderstunden können kurz- bis langfristig immer wieder ausgeglichen werden. Während der Elternzeit besteht für alle Mitarbeitenden das Angebot, auf geringfügiger Basis bzw. maximal bis zu 30 Wochenstunden weiterzuarbeiten, um so fachlich und thematisch nicht den Anschluss sowie den persönlichen Kontakt zu den Kolleg*innen zu verlieren. Das Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz (BEEG) gewährt allen Eltern größtmögliche zeitliche und finanzielle Flexibilität und wird bei uns von nahezu allen Betroffenen genutzt. Im Anschluss daran wird gemeinsam mit jedem zurückkehrenden Mitarbeitenden eine individuelle Arbeitszeitlösung erarbeitet.

VEREINBARKEIT VON BERUF UND PRIVATLEBEN

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

MOBILES ARBEITEN

Nicht erst seit Beginn der Corona-Pandemie bieten wir vielen unserer Mitarbeitenden die Möglichkeit, zeitweise mobil 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 Mitarbeitenden erhöht. Und letztlich sind „Home Office“-Lösungen auch ein aktiver Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz, da Fahrten zum Arbeitsplatz entfallen.

FERIEN-/KINDERBETREUUNG

Bereits seit dem Jahr 2007 bieten wir unseren Mitarbeitenden während der Ferienzeiten eine kostenfreie Kinderbetreuung in unserem Haus an. Das Angebot wird seitdem gerne angenommen: In den letzten fünf Jahren wurden im Durchschnitt 26 Kinder in den Ferien betreut, 2020 waren es insgesamt 23. Durch Corona sind vor allem die Mitarbeitenden mit Kindern im Schul- und Vorschulalter einer Mehrfachbelastung ausgesetzt, da sie nicht nur ihrer beruflichen Tätigkeit nachgehen, sondern auch die Kinder ganztätig betreuen oder sie beim Homeschooling unterstützen müssen. Da die memo AG als systemrelevantes Unternehmen gilt, konnten die betreffenden Kolleg*innen die Notbetreuung in Schulen und Kitas in Anspruch nehmen. In den Zeiten ohne Notbetreuung – vor allem während des ersten Lockdowns – haben wir sie so gut wie möglich mit einer eigenen, häufig kurzfristigen Kinderbetreuung unterstützt.



ARBEITGEBERPROFIL

Unser Arbeitgeberprofil unter www.memoworld.de/karriere liefert einen Überblick über alle beruflichen, sozialen und finanziellen Leistungen und Maßnahmen der memo AG für ihre Mitarbeitenden und die, die es werden wollen.

ABSICHERUNG DER BERUFUNFÄHIGKEIT

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

AUSBILDUNG UND PERSONAL- ENTWICKLUNG BEI DER MEMO AG

AUSBILDUNG

Für viele Menschen ist eine betriebliche Ausbildung der Beginn und manchmal auch eine Umorientierung auf ihrem beruflichen Lebensweg. Ausbildung schafft eine solide Basis für die Zukunft – nicht nur für die Betroffenen, sondern auch für die ausbildenden Unternehmen. Aus diesem Grund bietet die memo AG seit 1995 (betriebliche oder duale) Ausbildung an – aktuell für folgende Berufe: **Kaufmann/-frau für Büromanagement (m/w/d), für Marketingkommunikation (m/w/d), für Groß- und Außenhandelsmanagement (m/w/d) und im E-Commerce (m/w/d), Informatik-kaufmann/-frau (m/w/d), Fachkraft für Lagerlogistik (m/w/d)/ Fachlagerist/-in (m/w/d) und Mediengestalter/-in für Digital und Print (m/w/d) sowie Fachinformatiker/-in (m/w/d).** 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 persönliche Ansprechpartnerin und Vertrauensperson zur Verfügung. Weiterhin ist sie für die Ausbildungsplanung verantwortlich, koordiniert den Unternehmensrundlauf und fungiert als Schnittstelle zu den Berufsschulen, zur IHK und zu den einzelnen Fachbereichen im Unternehmen. Seit Februar 2019 hat diese Position Jasmin Schmitt inne. Sie selbst hat von 2007 bis 2010 eine Ausbildung als Kauffrau für Büromanagement bei uns absolviert und sich danach im Rahmen eines berufsbegleitenden Studiums zum Bachelor Professional of Human Resources Management (CCI) weitergebildet. Als ehemalige Auszubildende kann sie damit aus eigenen Erfahrungen schöpfen und auf die individuellen Bedürfnisse des aktuellen Ausbildungsjahrgangs eingehen. Neben der fachlichen Ausbildung fördern wir auch gemeinschaftliche Projekte der Auszubildenden jeden Jahrgangs. Besonders wichtig sind uns jedoch Projekte, bei denen der Schwerpunkt auf dem Thema Nachhaltigkeit liegt.

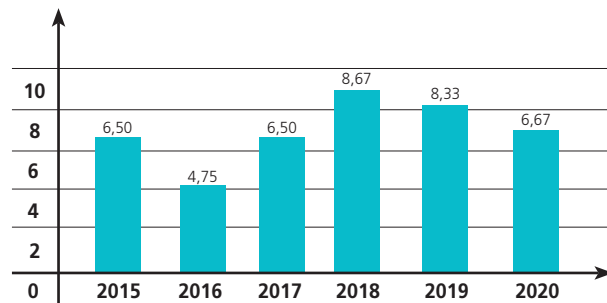


JASMIN SCHMITT / AUSBILDUNGSLEITUNG IM #TEAMMEMO



DAS ZERTIFIZIERUNGSVERFAHREN DER IHK AUSBILDERAKADEMIE BAYERN ZEICHNET EINGETRAGENE UND AKTIVE AUSBILDER*INNEN, DIE SICH IN DEN BEREICHEN PERSÖNLICHKEIT, UMGANG MIT AUSZUBILDENDEN UND FACHLICHE QUALIFIKATION WEITERBILDEN, MIT DEM SIEGEL „ZERTIFIZIERTE* R BERUFS AUSBILDER*IN“ AUS. UNSERE AUSBILDUNGSLEITERIN JASMIN SCHMITT HAT DIESE AUSZEICHNUNG IM FEBRUAR 2021 ERHALTEN. DIESE QUALIFIKATION IST NICHT NUR EIN WICHTIGER BAUSTEIN ZUR SICHERUNG VON FACHKRÄFTEN. SIE HEBT AUCH UNSERE AUSBILDUNGSQUALITÄT INTERN UND EXTERN HERVOR UND STÄRKT MASSGEBLICH DEN UNTERNEHMENSERFOLG.

AUSBILDUNGSPLÄTZE IM JAHRESDURCHSCHNITT



„RAMADAMA“ BEI MEMO

Abfälle jeglicher Art in der Natur sind ein großes Problem, denn sie belasten nicht nur die direkte Umgebung, sondern gelangen auch in unsere Gewässer. Jedes Jahr verenden unzählige Meeressäuger und Seevögel an unserem Müll. Aus diesem Grund haben sich unsere Azubis im Sommer 2020 auf den Weg gemacht und einen Tag in der Region den Abfall eingesammelt, den andere hinterlassen haben. Unter anderem sind sie auf alte Kunststoffeimer, aus-sortierte Autoreifen und ein ausgedientes Trampolin gestoßen. Insgesamt konnten Sie mehrere hundert Kilogramm Müll einsammeln und anschließend bei einem örtlichen Recyclingunternehmen zur fachgerechten Entsorgung abgeben. Dort haben sie sich auch gleich über die Arbeit des Unternehmens informiert und konnten einen Teil des Weges unseres täglichen Abfalls nachverfolgen.



PERSONALENTWICKLUNG

Motivierte, zufriedene und damit auch leistungsfähige Mitarbeitende sind unser wichtigster Erfolgsfaktor. Da unser Unternehmen in einem sehr dynamischen Markt tätig ist, werden auch die Ansprüche an die Mitarbeitenden kontinuierlich höher. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, unterstützen wir sie durch das Angebot umfassender Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Dauerhafte betriebliche Fortbildung hat nicht nur persönliche und berufliche Vorteile für den einzelnen Menschen, sondern bringt dem Unternehmen auch einen klaren Wettbewerbsvorteil durch qualifiziertes Personal. Und letztlich ist ein gutes Angebot an Fort- und Weiterbildung eine geeignete Maßnahme, um Fachkräfte zu gewinnen.



MASSGESCHNEIDERTE SCHULUNGEN

Die Personalentwicklung bei memo ist auf die Fähigkeiten und Kenntnisse der Mitarbeitenden sowie auf die Anforderungen des Marktes ausgerichtet. Einige Schulungsmaßnahmen finden regelmäßig und fortlaufend statt. Die meisten Maßnahmen ergeben sich jedoch aus den Personalgesprächen zwischen Führungskraft und Mitarbeitenden sowie deren konkreten Wünschen. In den letzten beiden Jahren wurden insgesamt 40 externe Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen durchgeführt. 76 % aller Mitarbeitenden haben mindestens eine Maßnahme – vom eintägigen Seminar bis hin zu mehrjährigen berufsbegleitenden Weiterbildungen – wahrgenommen. Die Qualität der externen und internen Schulungsmaßnahmen bewerten die Teilnehmer*innen anschließend in entsprechenden Beurteilungsbögen. Die Ergebnisse legt unsere Personalabteilung bei der Auswahl und Durchführung zukünftiger Maßnahmen und Schulungsträger zugrunde.



PRODUKTSCHULUNGEN

Unser nachhaltiges Produktsortiment ist ein elementarer Bestandteil unseres Unternehmenserfolgs. Regelmäßige Schulungen zu unseren Produkten genießen daher einen besonders hohen Stellenwert bei memo. So bieten unsere Produktmanager*innen regelmäßige Informationsver-



THEMENSCHULUNGEN

Da wir bei unseren Mitarbeitenden eine nachhaltige Lebensweise auch in ihrem persönlichen Alltag fördern wollen, bieten wir immer wieder Informationsveranstaltungen zu ganz allgemeinen aktuellen Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit an. Häufig handelt es sich dabei um Themen, die gerade auch in der Öffentlichkeit diskutiert werden, wie z.B. das Verbot von Einwegkunststoffprodukten. Im Fokus der letzten beiden Veranstaltungen im Jahr 2021 standen „Holz und Holzprodukte – Nachhaltigkeitsaspekte und Auswirkungen des Klimawandels“ sowie das „Umweltzeichen Blauer Engel“. Darüber hinaus organisieren wir für unsere Mitarbeitenden etwa alle zwei Jahre ein Eco-Fahrtraining, das in Theorie und Praxis zeigt, wie beim Fahren Kraftstoff gespart werden kann.



LAUFENDE VERBESSERUNG

Neben den Weiterbildungsinhalten stellen wir auch das Personalentwicklungsmodell selbst regelmäßig auf den Prüfstand. So arbeiten wir aktuell an einer Personalentwicklungsmatrix, mit deren Hilfe relevante Schulungsthemen noch systematischer und gezielter organisiert werden können. In der Matrix werden Weiterbildungen und Schulungen Unternehmensbereichen und Führungsebenen zugeordnet, nach Pflichtveranstaltungen und optionalen Inhalten eingeteilt und feste Zeitintervalle bzw. Regelmäßigkeiten definiert. Im Rahmen der jährlichen Strategietage der memo AG und auf Basis der Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung aus dem Jahr 2020, hat die Geschäftsführung entschieden, dass insbesondere die Führungskräfteentwicklung zukünftig noch gezielter geplant und durchgeführt werden soll. Die Suche nach passenden Trainer*innen zeigt sich allerdings während der Corona-Pandemie als große Herausforderung.

MITARBEITER-ZUFRIEDENHEIT

Personalbefragungen sind die Grundlage, um Verbesserungsmöglichkeiten in vielen Unternehmensbereichen zu identifizieren. Im Rhythmus von zwei Jahren ermitteln wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden durch strukturierte, anonyme Befragungen. Beteiligen können sich alle fest angestellten Mitarbeitenden. Die Teilnahmequote der letzten Befragung lag bei 75 %. (2018: 64 % / 2016: 67 %).

UMFRAGESTRUKTUR

Die Umfrage besteht aus neun Hauptkategorien und 51 Einzelaspekten. Die Zufriedenheit 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 Zufriedenheit der Mitarbeitenden als wesentlichen Leistungsindikator definiert. Zielwert ist eine durchschnittliche Zufriedenheit von > 70 %. Im Jahr 2020 lag der Durchschnittswert bei 76,67 %.

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 und sich gegenüber der Befragung des Jahres 2018 durchweg positiv entwickelt haben. Die durchschnittliche Zufriedenheit über alle Bereiche ist um 5 % gestiegen. Am besten bewertet werden die Themen „Gesundheit – Leben und Arbeiten“ (85,18 %), das „Unternehmen allgemein“ (83,86 %) und die „Arbeitsplatzbedingungen“ (81,50 %). Lediglich die Beurteilung der „Finanziellen Leistungen“ (66,27 %) liegt unter dem Zielwert von 70 %, wurde jedoch gleichzeitig deutlich besser beurteilt als in der vorherigen Befragung (+7,32 %).

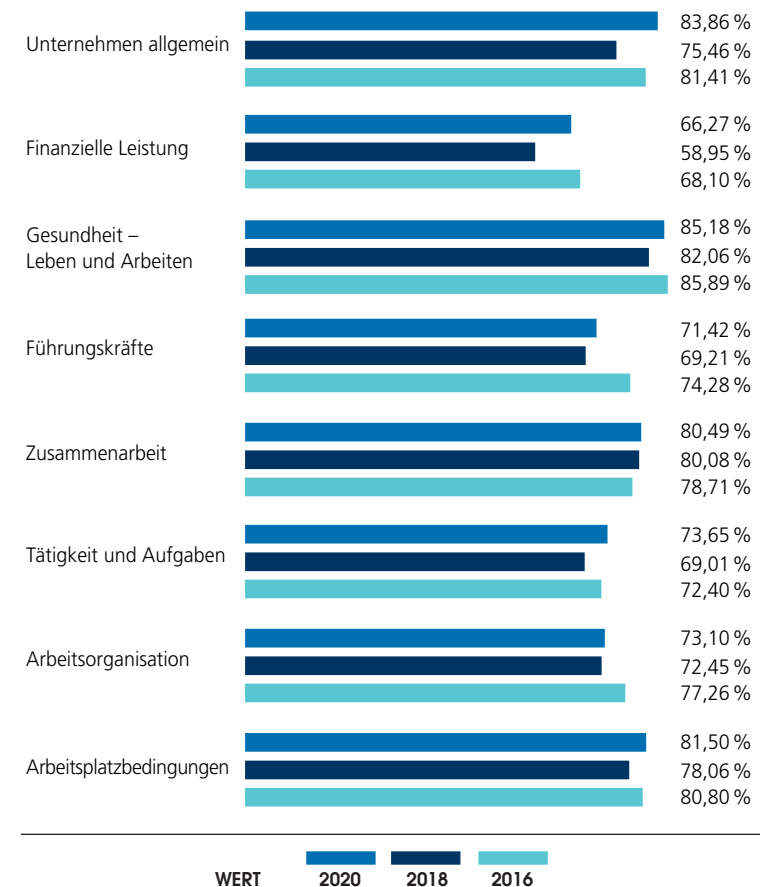
BEWERTUNG WICHTIGER EINZELASPEKTE

Besonders erfreulich ist, dass die Mitarbeitenden die Unternehmensphilosophie der memo AG gut finden und diese auch unterstützen (93,16 %). Eine außerordentlich positive Entwicklung auf einem sehr hohen Niveau ist bei der Bewertung der memo AG als attraktiver Arbeitgeber (+12,51 %) und das Vertrauen in die Sicherheit des Arbeitsplatzes (+14,66 %) festzustellen. Gerade in den schwierigen Zeiten der Pandemie ist diese Bewertung sehr erfreulich – ebenso wie die hervorragende Beurteilung der Maßnahmen zu Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit. Die Zufriedenheit von 86,95 % und eine Steigerung um 3,39 % gegenüber dem Jahr 2018 belegt, dass die memo AG mit den umgesetzten Maßnahmen zur Bewältigung der Pandemie im eigenen Unternehmen richtig liegt. Sehr erfreulich ist auch die Zufriedenheit der Belegschaft mit den Angeboten zur betrieblichen Altersvorsorge (86,42 %). Auch bei diesem Aspekt ist zudem eine deutlich positive Entwicklung gegenüber der letzten Befragung zu verzeichnen (+6,21 %). Da einige Aspekte bei der Beurteilung der Führungskräfte der memo AG unter dem Zielwert von 70 % liegen, wurde im Rahmen des aktuellen Managementprogramms eine strategische Maßnahme zur Optimierung unseres Personalentwicklungsmodells mit einem Fokus auf Führungsqualität definiert, an dem selbstverständlich auch die Mitglieder der Geschäftsführung teilnehmen. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 25.

STÄNDIGE VERBESSERUNG

Um die Qualität der Zufriedenheitsanalyse kontinuierlich zu verbessern, werden die Inhalte vor jeder Umfrage auf den Prüfstand gestellt. Für die Befragung im Jahr 2020 wurden drei neue Aspekte berücksichtigt. Aufgrund der deutlichen Ausweitung der Arbeitszeiten im Home Office wurde die Zufriedenheit mit den angebotenen Lösungen als neues Thema aufgenommen und mit 86,15 % sehr gut bewertet. Erstmals befragt wurden die Mitarbeitenden auch nach ihrer Einschätzung, wie Vielfalt und Gleichberechtigung bei memo gelebt werden. Diese Beurteilung fiel mit 92,34 % sogar außerordentlich gut aus. Neu aufgenommen wurde auch eine separate Beurteilung der Mitarbeitervertretung der memo AG durch die Angestellten. Auch dieser Aspekt wurde mit 86,85 % sehr gut beurteilt.

Entwicklung im Überblick 2016 bis 2020





ENTGELT UND ZUSATZLEISTUNGEN

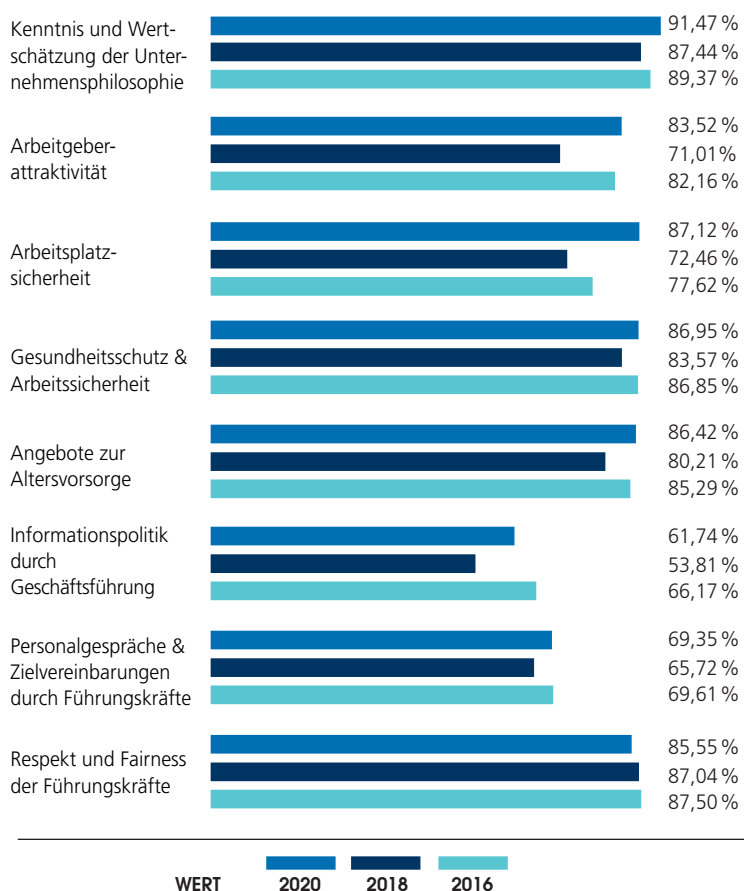
Jeder einzelne Mitarbeitende trägt wesentlich zur Entwicklung der memo AG bei. Das Prinzip der Gleichberechtigung gilt deshalb bei uns auch hinsichtlich einer gerechten Entlohnung. Aspekte wie Geschlecht, Herkunft, Religion, Behinderungen und Beeinträchtigungen, Familienstand oder Alter besitzen darauf keinen Einfluss. Gehaltsunterschiede resultieren daher ausschließlich aus leistungsbezogenen Faktoren wie Fähigkeiten, Erfahrung oder Verantwortung der Mitarbeitenden. 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 Fünffache von Mitarbeitenden in der niedrigsten Gehaltsstufe.

lich fördert. Belohnungen, die individuelle persönliche Interessen und Bedürfnisse in den Vordergrund stellen, erscheinen uns besser geeignet, die Mitarbeitenden zu motivieren. Unser Augenmerk liegt deshalb in der Weiterentwicklung wertorientierter und wirksamer Führungsmodelle.

KAPITALBETEILIGUNG

Eine unserer Unternehmensvisionen ist es, alle fest angestellten Mitarbeitenden 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 können ihr Mitarbeitende als stille Gesellschafter*innen beitreten. Jährlich stellt die memo AG 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.

Bewertung wichtiger Einzelaspekte 2016 bis 2020



GEHALTSZUSAMMENSETZUNG

Neben dem Grundgehalt bietet memo seinen Mitarbeitenden 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. Im Jahr 2020 haben Mitarbeitende der memo AG aufgrund der besonderen Anforderungen in ihrem Arbeitsbereich während der Corona-Pandemie zusätzlich eine außerordentliche Leistungsprämie erhalten. Weitere betriebliche Zusatzleistungen unterstützen unsere Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden flexible Arbeitszeitkonten, wodurch Überstunden oder Resturlaub nicht verfallen.

ZIELVEREINBARUNGEN

Im Rahmen der Jahresgespräche zwischen Bereichsleitung und Mitarbeitenden werden die persönlichen und Teamziele definiert und deren Erreichung beurteilt. Basis der individuellen Zielvereinbarungen sind die strategischen Unternehmensziele, die aufgrund unserer nachhaltigen Unternehmensphilosophie immer ökologische, soziale und ökonomische Ziele beinhalten. 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 Mitarbeitenden wurde das Zielvereinbarungssystem ab dem Jahr 2013 von monetären Aspekten entkoppelt. Unsere Erfahrungen und die Ergebnisse der Analyse zur Mitarbeiterzufriedenheit haben gezeigt, dass der monetäre Bestandteil unseres Zielvereinbarungssystems die Zielerreichung nicht wesent-





#TEAMMEMO



**„NACH-
HALTIGKEIT
HEISST AN
MORGEN
DENKEN.“**

HEIDI HOLZHÄUSER // VERTRIEB MEMOLIFE // IM #TEAMMEMO SEIT 1992

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*innen 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 Gesellschafter*innen, von denen drei aktiv in Führungspositionen im Unternehmen tätig sind. Die Mitarbeitenden halten über eine Beteiligungsgesellschaft einen Anteil von aktuell 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. Und wir möchten möglichst viele Unternehmen und Menschen von den Vorteilen nachhaltiger Alltagsprodukte überzeugen und als Kund*innen gewinnen. Damit fördern wir nachhaltigen Konsum in der Gesellschaft.

Unseren Kund*innen 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*innen sowie an Einzel- und Großhändler*innen in Deutschland und im europäischen Ausland.

Im Jahr 2020 konnten wir mit einem Umsatz von knapp 29 Mio. Euro das beste Ergebnis unserer Firmengeschichte verzeichnen. Gegenüber dem Vorjahr erzielten wir damit ein Wachstum von 11 % und konnten die positive wirtschaftliche Entwicklung seit 2016 mit einem Wachstum von insgesamt knapp 40 % bestätigen. Wesentlich begründet ist die wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2020 durch unseren Erfolg im Geschäft mit privaten Endverbraucher*innen. Gegenüber dem Vorjahr konnten wir den Umsatz mit dieser Zielgruppe um knapp 63 % erhöhen. Zurückzuführen ist dies einerseits darauf, dass viele Menschen aufgrund der Corona-Pandemie ihre Einkaufsgewohnheiten ändern und nun viele Produkte des täglichen Bedarfs online kaufen. Andererseits bemerken wir auch, dass das Thema Nachhaltigkeit für viele Menschen eine immer wichtigere Rolle spielt und die memo AG ein vertrauenswürdiger Partner als Bezugsquelle für nahezu jedes Produkt des täglichen Bedarfs ist.

Für unseren Werbeartikelvertrieb hingegen war 2020 kein erfreuliches Jahr. Da so gut wie keine Tagungen, Messen oder andere

öffentliche Veranstaltungen stattfinden konnten, war die Nachfrage nach individualisierten Werbeartikeln naturgemäß extrem gering und deshalb in diesem Segment ein deutlicher Umsatzeinbruch zu verzeichnen. Durch geeignete organisatorische Maßnahmen und die Bereitschaft der Mitarbeitenden vorübergehend in andere Unternehmensbereiche mit hohem Arbeitsaufkommen zu wechseln, konnten wir das Jahr in dieser Vertriebspartei dennoch mit einem positiven Ergebnis abschließen.

Das Betriebsergebnis der memo AG fällt im Jahr 2020 mit 1.073 T€ sehr positiv aus – insbesondere in Relation zu den Jahren 2016 bis 2018, in denen wir lediglich ein durchschnittliches Ergebnis von 315 T€ erzielen konnten. 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 41 %.

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

DIE MEMO AG IN ZAHLEN






	2016	2017	2018	2019	2020
Umsatz gesamt	20.647	20.897	22.079	25.841	28.755
davon in Deutschland	18.716	18.904	19.911	23.245	26.337
davon im Ausland	1.931	1.993	2.168	2.596	2.418
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	321	249	375	1.032	1.073
Jahresüberschuss	170	160	41	979	1.027
Eigenkapital	3.422	3.499	2.421	3.156	3.704
Bilanzsumme	7.392	6.876	7.098	7.715	9.007
Umsätze nach Kundengruppen					
Gewerbliche Endverbraucher*innen	14.546	14.863	15.975	18.216	18.165
Wiederverkäufer*innen	2.649	2.809	2.903	3.881	4.503
Privatkund*innen	3.452	3.225	3.201	3.744	6.087

Alle Angaben in Tausend €.



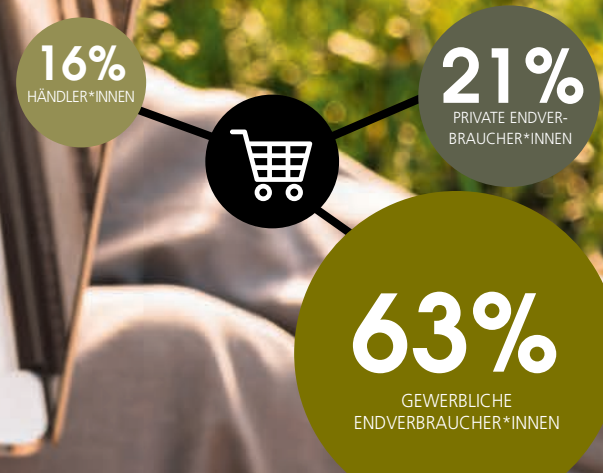


AUFTRAGSANTEIL NACH BESTELLWEG

 Internet	72 %	2018
	76 %	2019
	82 %	2020
 E-Mail	9 %	2018
	9 %	2019
	7 %	2020
 Schriftlich	1 %	2018
	1 %	2019
	1 %	2020
 Fax	5 %	2018
	4 %	2019
	2 %	2020
 Telefon	13 %	2018
	10 %	2019
	8 %	2020

KUNDENSTRUKTUR UND BESTELLVERHALTEN

Die memo AG vertreibt ihre Produkte online und über Katalog direkt an gewerbliche und private Endverbraucher*innen sowie an Groß- und Einzelhändler*innen in Deutschland und im europäischen Ausland. Gewerbliche Endverbraucher*innen besitzen mit rund 63 % weiterhin den größten Anteil am Gesamtumsatz der memo AG. Sie sind auch zukünftig unsere Kernzielgruppe. Nach mittlerweile 30 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 knapp 16 % unseres Umsatzes mit Groß- und Einzelhändler*innen im In- und Ausland. Im Jahr 2020 ist der Umsatzanteil der privaten Endverbraucher*innen deutlich gestiegen. Er liegt inzwischen bei 21 %. Im Jahr 2018 lag der Umsatzanteil noch bei 15 %. Diese Entwicklung ist auf verschiedene Aspekte zurückzuführen. So ist es uns in den letzten beiden Jahren gelungen, unser Sortiment für den privaten Bedarf weiter zu entwickeln und neu auszurichten. Immer mehr Menschen interessieren sich bei ihrem Einkauf für nachhaltige Produktalternativen, die sie bei memo finden. Gleichzeitig haben viele Menschen aufgrund der Corona-Pandemie ihr Einkaufsverhalten verändert. Die Bedeutung des E-Commerce hat im letzten Jahr nochmals deutlich zugenommen. So erhält auch die memo AG inzwischen 89 % der Bestellungen online oder per E-Mail – Tendenz weiter steigend. Die ständige Weiterentwicklung unserer Onlineplattformen nach den aktuell verfügbaren technischen Möglichkeiten und den Anforderungen der Kund*innen ist deshalb eine zentrale Aufgabe für uns. Positiv aus ökologischer Sicht ist, dass uns immer weniger Fax-Bestellungen erreichen. Der Anteil daran liegt nur noch bei 2 %. 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 Rückgang. Lediglich bei 8 % der Bestellungen nutzen unsere Kund*innen eine persönliche Produktberatung per Telefon.



KUNDENGRUPPEN UND VERTRIEBSBEREICHE

GEWERBEKUND*INNEN

Im Jahr 1991 startete die memo AG als „Firmenausstatter für Umweltbewusste“ als reines B2B-Versandhandelsgeschäft. Die Idee: Ein Versandhandel für gewerbliche Kund*innen mit einem Komplettsortiment an umweltverträglichen Büroartikeln und Schreibwaren, die nicht teurer sind als konventionelle Produkte. Gewerbliche Endverbraucher*innen sind nach wie vor die Kernzielgruppe unseres Unternehmens. Zu ihnen zählen Unternehmen, Organisationen und Institutionen aus den verschiedensten Branchen. Mit dieser Kundengruppe haben wir seit 30 Jahren Erfahrung und konnten so unsere Kernkompetenzen hinsichtlich Sortiment, Beratungs- und Serviceleistungen entwickeln. Immer mehr Unternehmen und Organisationen legen im Rahmen ihrer CSR-Strategie großen Wert auf eine nachhaltige Beschaffung ihrer Büroprodukte, Büromöbel sowie ihrer Werbeartikel. So konnten wir – trotz der negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf viele Unternehmen in Deutschland – in diesem Vertriebsbereich im Jahr 2020 schwarze Zahlen schreiben und sehen auch zukünftig ein großes Potenzial bei Gewerbekund*innen.

KEY ACCOUNT-KUND*INNEN

Key Account-Kund*innen, insbesondere Großunternehmen, sind bei der memo AG Kund*innen mit einem vergleichsweise hohen Nachfragevolumen und fest vereinbarten Rahmenverträgen. Ihnen bieten wir ergänzende, spezifische Logistik- und Serviceleistungen wie die optimierte Belieferung von Kostenstellen und verschiedener Standorte, ein umfangreiches Reporting sowie Konfektionierungen an. Seit 2019 haben wir zudem die technischen Voraussetzungen für individuelle Shop-Lösungen für Key-Account-Kund*innen geschaffen. Dort können die Kund*innen zum Beispiel ihr individuelles Sortimentsportfolio verwalten, Statistiken erzeugen, sowie Benutzerrechte und Budgets einrichten. Trotz der erschwerten Arbeitsbedingungen im Jahr 2020 ist es unseren Kolleg*innen im Key Account Management gelungen eine hochwertige Betreuung unserer Bestandskund*innen zu gewährleisten und darüber hinaus sogar einige Neukund*innen zu gewinnen. Dadurch konnten wir ökonomische Verluste in diesem Bereich zumindest in einem überschaubaren Rahmen halten.

GROSS- UND EINZELHANDEL

Bereits seit Gründung unseres Unternehmens zählen wir Handelsunternehmen im In- und Ausland zu unseren Kund*innen. Insbesondere unsere memo Markenprodukte sind eine beliebte Ergänzung des Non-Food-Sortiments von Bio-Groß- und Einzelhändler*innen. 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 41. Ähnlich wie Key Account-Kund*innen 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 zur persönlichen Betreuung eingerichtet. Heute finden sich 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. Da der Bio-Fachhandel in Deutschland auch während des Lockdowns durchgängig geöffnet hatte und gerade die Nachfrage nach umwelt- und gesundheitsverträglichen Hygieneartikeln hoch war, konnten wir in diesem Vertriebsbereich trotz der schwierigen Rahmenbedingungen im Jahr 2020 ein Umsatzwachstum von 17 % erzielen. Mit memo promotion bieten wir seit 2020 auch PSI-Händler*innen für Werbeartikel einen neuen Vertriebsbereich an. Das speziell auf diese Kundengruppe zugeschnittene Produktsortiment präsentieren wir im Rahmen einer eigenen Onlinepräsenz memo-promotion.de und einem entsprechenden Produktkatalog.





UNSERE MISSION

„IM JAHR 2030 KENNEN ALLE MENSCHEN IN DEUTSCHLAND, DIE NACHHALTIG LEBEN MÖCHTEN, DIE MEMO AG.“

PRIVATKUND*INNEN

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 Endverbraucher*innen. Da private Konsument*innen jedoch ganz andere Wünsche und Bedürfnisse hinsichtlich Produktsortiment und -kommunikation als Gewerbekund*innen haben, haben wir 2015 unseren Vertriebsbereich memolife gegründet. Mit memolife.de bieten wir unseren Privatkund*innen einen emotional ausgerichteten Onlineshop mit einem erweiterten Sortiment speziell für den privaten Bedarf wie Bekleidung, Wohnaccessoires oder Naturkosmetik. Um die Wünsche und den Bedarf von privaten Endverbraucher*innen optimal zu erfüllen, haben wir seit 2019 verschiedene Maßnahmen umgesetzt. Dazu gehörte vor allem eine weitere Schärfung des Produktsortiments, die Einführung von Kundenbindungsprogrammen sowie der gezielte Ausbau von Online-Marketingaktionen und die Konzentration auf Social Media Marketing. Darüber hinaus optimieren wir stetig unsere bestehenden Kommunikationskanäle und bauen die gezielte Vermarktung unserer Produkte auf geeigneten Online-Marktplätzen aus. Konsequentermaßen verzichten wir bei dieser Kundengruppe dagegen auf umfangreiche, gedruckte Werbekataloge, da uns etwa 90 % der Bestellungen von Privatkund*innen online oder per E-Mail erreichen. Auf diese Weise reduzieren wir Umweltauswirkungen durch den Druck und Versand der Kataloge. Dass all diese Maßnahmen gefruchtet haben, beweist die positive ökonomische Entwicklung von memolife in den letzten Jahren. So konnten wir den Umsatz seit 2018 nahezu verdoppeln. Im Jahr 2020 wurde diese Entwicklung durch die Corona-Pandemie nochmals verstärkt, da viele Menschen ihre Einkaufsgewohnheiten änderten und viele Produkte des täglichen Bedarfs online kauften.



AUSBLICK

Wir wollen möglichst viele Menschen – ob beruflich oder privat – von nachhaltigen Produkten überzeugen und damit unseren Beitrag zur Entwicklung einer generationengerechten Gesellschaft leisten. Um dies zu erreichen, setzen wir auf die unterschiedlichsten Vertriebswege – von der klassischen Print-Werbung bis hin zu Online-Marktplätzen – und sprechen vom Fachhandel bis zu privaten Endverbraucher*innen 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.

AUSLANDSAKTIVITÄTEN DER MEMO AG

Mit einem Umsatzanteil von 92 % 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 Einzelhändler*innen zusammen, die sich durch ihre fachliche und ökologische Qualifikation als Partner*innen und Vermittler*innen unserer Produktphilosophie eignen. Wir streben langfristige Geschäftsbeziehungen an und pflegen einen intensiven persönlichen Kontakt mit unseren Vertriebspartner*innen. 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 Konsument*innen zu identifizieren und sie in ihrer Muttersprache zu betreuen. memo Markenprodukte und weitere Artikel aus unserem Sortiment sind inzwischen bei Handelspartner*innen 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*innen haben wir mittlerweile auch in England, Irland, in den Niederlanden, in Österreich und in Italien gefunden.



#TEAMMEMO



**„NACHHALTIG
LEBEN IST
NICHT
VERZICHT,
SONDERN
EINE BEREI-
CHERUNG.“**

SORTIMENTSGESTALTUNG

Als Versandhandelsunternehmen können wir an der Schnittstelle zwischen Lieferant*innen/Hersteller*innen und Kund*innen 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 den Verbraucher*innen die Kaufentscheidung für eine ökologische und sozialverträgliche Alternative: Bei memo finden sie für jeden Bedarf ein nach unseren strengen Beschaffungskriterien intensiv geprüftes Produkt. Aktuell führen wir in unserem Sortiment über 20.000 Artikel für den täglichen Bedarf im Büro, für zu Hause und in der Freizeit.

WIE WÄHLEN WIR PRODUKTE AUS?

Unser Listungsprozess orientiert sich an den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Sozialverträglichkeit und Ökonomie –, ergänzt um den Faktor Qualität. Dieser Prozess 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 während der Nutzung 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*innen entscheidend. Sie werden im Bedarfsfall vom Nachhaltigkeitsmanagement unterstützt – beispielsweise bei der Recherche neuer Umweltzeichen, Materialarten oder technischer Verfahren.

Sozialverträgliche Arbeitsbedingungen in der Produktion und fairer Handel sind weitere, bedeutende Aspekte unserer Sortimentsgestaltung. Neben dem Erhalt der Umwelt gehört für memo auch die kontinuierliche Verbesserung von sozialen Strukturen zu den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung. So bestätigen uns alle Lieferant*innen ihre unternehmerische Verantwortung zu Beginn der Geschäftsbeziehung durch die Unterzeichnung unseres Verhaltenskodex. Dieser orientiert sich vor allem an den ILO-Kernarbeitsnormen. Verfügt das liefernde Unternehmen 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 Lieferant*innen innerhalb Deutschlands und Europas. So sind wir auch als vergleichsweise kleines Unternehmen in der Lage, die meisten von ihnen persönlich zu besuchen. Im Jahr 2020 konnten wir trotz der Reisebeschränkungen insgesamt 14 Lieferant*innen vor Ort besuchen. Bei Hersteller*innen 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*innen, z. B. nach SA8000, GOTS oder Fairtrade bevorzugen und sehr eng mit ihren deutschen Agenturen 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*innen 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 herstellenden Unternehmen 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 Lieferant*innen 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*innen 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. Dennoch haben wir uns das Ziel gesetzt, für alle wichtigen memo Markenprodukte sukzessive eine Ökobilanz zu erstellen. Beginnen möchten wir im Jahr 2022 mit dem memo Bio-Kaffee.





PAPIERPRODUKTE

Bei Produkten, die hauptsächlich aus Papier hergestellt werden, wie z.B. Kopierpapier, Aktenordner oder Briefumschläge, setzen wir bevorzugt auf 100 % Recyclingpapier. Die meisten 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. 2020 lag der Anteil der bei uns verkauften Recyclingpapiere bei 90%. Bei Papierprodukten, die aus Frischfasern hergestellt werden, achten wir auf eine verantwortungsvolle Bewirtschaftung der Wälder und listen fast ausschließlich Produkte, die nach den strengen Kriterien des FSC® (Forest Stewardship Council®) zertifiziert sind. Bei manchen Papierprodukten steht für memo bei der Listung nicht das verwendete Papier, sondern Aspekte wie Gesundheitsverträglichkeit oder Recyclingfähigkeit im Vordergrund. Ein Beispiel hierfür sind Kassenbons. Durch die seit Januar 2020 geltende Kassenbonpflicht sind Geschäfte mit elektronischem Kassensystem verpflichtet, allen Kund*innen einen Bon auszuhändigen. Das verursacht enorme Abfallmengen, die im besten Fall im Restmüll entsorgt werden. Denn herkömmliche Kassenbons sind für das Papierrecycling nicht geeignet. Darüber hinaus enthalten diese häufig gesundheitsgefährdende Chemikalien. Mit dem ÖKOBON bietet die memo AG ihren Kund*innen bereits lange vor Einführung der Kassenbonpflicht eine nachhaltige und gesundheitsverträgliche Alternative. Diese Thermoprinter-Rollen mit Lebensmittelzulassung werden ohne chemische Farbtinten hergestellt und enthalten keine toxischen, krebserregenden oder gefährlichen Chemikalien. Im Gegensatz zu herkömmlichen Kassenbons können sie im Altpapier 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 Hersteller*innen zusammen, die auf modernste Herstellungsverfahren setzen, geschlossene Materialkreisläufe führen und ihre Abwärme zur Energieversorgung nutzen. Die wichtigsten Papierhersteller*innen – beispielsweise Steinbeis Papier, mondi oder Clairefontaine – kennen wir persönlich und haben uns deren Produktion bereits vor Ort angesehen.

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 hergestellt 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. Jedes herstellende Unternehmen 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 sozialer Produktion. Beim Einsatz von Holzwerkstoffen wie Hartfaser- oder Spanplatten orientieren wir uns mindestens an den Anforderungen des Blauen Engels. Zum Teil gehen wir über die geforderten Kriterien hinaus. Bei allen Möbeln achten wir auf Langlebigkeit, Reparaturfähigkeit, recyclinggerechte Konstruktion und Ergonomie im Gebrauch. Unsere Möbellieferant*innen sitzen aktuell weitestgehend in Deutschland und Europa. Unsere wichtigsten Lieferant*innen kennen wir persönlich und waren bereits bei ihnen vor Ort. Aufgrund der Folgen des fortschreitenden Klimawandels und der stetig steigenden Nachfrage nach Produkten aus zertifizierten, europäischen Quellen, stehen wir mittelfristig vor neuen und großen Herausforderungen bei der Beschaffung nachhaltiger Möbel und Holzprodukte. Aus diesem Grund beschäftigen wir uns bereits jetzt intensiv mit neuen Lösungsansätzen für unser Sortiment hinsichtlich der Holzarten und der Beschaffungsmärkte. Dazu stehen wir auch im Dialog mit Umweltinitiativen und der Wissenschaft.



**DER ÖKOBON KANN
IM ALTPAPIER ENT-
SORGT WERDEN, ENT-
HÄLT KEINE GESUND-
HEITSGEFÄHRDENDEN
CHEMIKALIEN UND
IST FSC®-ZERTIFIZIERT.**



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 ein fester Bestandteil unseres Lebens. Insbesondere die Entwicklung der Informations- und Telekommunikations-Sortimente ist enorm dynamisch. Als Handelsunternehmen mit einem Komplettsortiment für gewerbliche und private Endverbraucher*innen können und wollen wir uns diesen Produkten nicht verschließen und müssen unseren Kund*innen 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*innen – 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*innen 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 Hersteller*innen außerhalb Europas achten wir besonders darauf, dass sie nach Umwelt-,

Arbeitssicherheits- und Sozialstandards zertifiziert oder der BSCI-Initiative angeschlossen sind. Innovative Leuchtturmprodukte wie das Fairphone, 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 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 haben, wie z.B. Liefer- oder Qualitätsprobleme, 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, weltweit, allgemein gültige, hochwertige Standards für Umweltschutz und Sozialverträglichkeit zu entwickeln, umzusetzen und mit gutem Beispiel voran zu gehen.

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 unsere deutschen Lieferant*innen zertifiziert löschen, sorgfältig reinigen, gründlich testen und anschließend generalüberholt, bzw. umfangreich wiederaufbereitet, anbieten. 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 Kund*innen 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.



SEIT 2017 HABEN WIR UNSER ANGEBOT AN GENERALÜBERHOLTEN PRODUKTEN KONTINUIERLICH AUSGEWEITET. WIR WOLLEN DAMIT EINEN BEITRAG ZUR FÖRDERUNG ECHTER KREISLAUFWIRTSCHAFTSSYSTEME LEISTEN.



TINTE UND TONER

Mit den memo Recycling-Tonerkartuschen und -Tintenpatronen bieten wir unseren Kund*innen vorrangig wiederaufbereitete Produkte an, die nach hohen Qualitätsstandards gefertigt werden. Wir arbeiten ausschließlich mit Qualitätshersteller*innen 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 Gewerbekund*innen bieten wir jedoch auch original Verbrauchsmaterialien der Gerätehersteller*innen an. Zum einen ist nicht für jedes Gerät ein Recyclingprodukt verfügbar, zum anderen fordern unsere Kund*innen Originalprodukte als Alternative. In diesem Fall greifen wir auf die Standardprodukte der bekannten Gerätehersteller*innen wie Brother, Canon oder HP zurück.



NATURKOSMETIK UND KÖRPERPFLEGE

Allgemein anerkannte Standards wie NATRUE, NCCO, NCS 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 Konsument*innen kaufen Textilien, die unter nachhaltigen Bedingungen hergestellt wurden und beim Tragen kein Gesundheitsrisiko darstellen. Die Textilien in unserem Sortiment sind fast ausschließlich aus natürlichen Materialien wie Baumwolle, Hanf oder Leinen gefertigt. Nahezu alle Produkte sind nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) oder dem Grünen Knopf zertifiziert und fair gehandelt. Im Rahmen der genannten Zertifizierungen werden alle am Herstellungs- und Handelsprozess eines Produktes beteiligten Unternehmen von unabhängigen Stellen geprüft. Auch die memo AG ist nach den Regularien des GOTS und des Grünen Knopfs 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*innen. Sie erbringen bei den Produkten selbst und auch im Herstellungsprozess hervorragende Leistungen hinsichtlich Ökologie und Sozialverträglichkeit. 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 renommierten Hersteller*innen aus Deutschland und Europa 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 Reinigungsserie „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 Lieferant*innen aus diesem Produktbereich pflegen wir seit vielen Jahren einen 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 Anwendungsbe- reich. 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 Recycling- fähigkeit vieler Kunststoffe. Ein großer Nachteil ist, dass Kunststoffe nahezu nicht abbaubar sind und ihr Abfall mittlerweile alle Ökosysteme belastet. Aus die- sem Grund listen wir in unserem Sortiment bevor- zugt Produkte aus Recyclingkunststoff, deren Materi- al 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. Produkte aus herkömm- lichem fossilem Kunststoff akzeptieren wir nur dann, wenn das Produkt zusätzliche nachhaltige Vorteile aufweist. Auf den Einsatz von PVC verzichten wir na- hezu 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 – 2020 knapp 15 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 Zertifizie- rung 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 Lebensmit- teln auf den Einsatz von Gentechnik. Viele Produkte sind für Veganer geeignet.

ARTIKEL MIT UMWELTZEICHEN UND LABELS

	2018	2019	2020	2021
Blauer Engel	1.403	1.343	1.471	1.518
FSC®	3.208	3.378	2.244	1.777
EG-Öko-Label (BIO)	317	386	532	687
Fairtrade	1.763	1.811	1.941	1.535
GOTS	2.337	2.154	1.948	2.571
NATRUE	188	165	166	116

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 1.500 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



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®. Knapp 1.800 Artikel im memo Sortiment werden aus Hölzern aus FSC®-zertifizierter Forstwirtschaft gefertigt. Dies sind nicht nur Produkte aus dem Möbel-Sortiment, sondern auch Schreibgeräte, Bürobedarf und zahlreiche Haushaltswaren.

www.fsc-deutschland.de



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 2.000 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

WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEGEL.



GRÜNER KNOPF

Der Grüne Knopf wurde 2019 als deutsches staatliches Siegel für nachhaltige Textilien eingeführt. Siegelinhaber ist das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). Der Grüne Knopf soll Mensch und Umwelt in der gesamten Lieferkette schützen – vom Anbau bis zum fertigen Produkt. Zum Start prüft er die Produktionsstufen „Zuschneiden und Nähen“ sowie „Bleichen und Färben“. In den kommenden Jahren soll der Grüne Knopf auf die Arbeitsschritte „Weben und Spinnen“ sowie „Baumwollanbau / Faserproduktion“ ausgeweitet werden. Um als Unternehmen den Grünen Knopf zu erhalten, müssen insgesamt 46 Sozial- und Umweltstandards für das Unternehmen und das Produkt eingehalten werden. www.gruener-knopf.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 2.500 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 etwa 700 Artikel im memo Sortiment das EU-Bio-Siegel. www.bio-siegel.de

Für Konsument*innen 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).



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 modifizierte Inhaltsstoffe (auf Grundlage der EU-Regelungen), keine Bestrahlung von Endprodukten oder pflanzlichen Inhaltsstoffen und keine Tierversuche. Über 100 Produkte im memo Sortiment tragen das NATRUE-Label. www.natrue.org

MEMO MARKENPRODUKTE

Etwa 1.000 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.

TRAGETASCHEN AUS RECYCLING-BIO-BAUMWOLLE

Nach mehr als einem Jahr Entwicklungs- und Lobbyarbeit ist uns im Jahr 2020 der Launch einer Produktserie aus recycelter Bio-Baumwolle mit Fairtrade-Label gelungen. Der besondere Aufwand lag vor allem darin, ausschließlich Fairtrade-zertifizierte Spinnabfälle nutzen zu können und hierfür eine Möglichkeit der Separation bei der Herstellung zu finden. Dies ist uns nach intensiven Analysen und Gesprächen in enger Zusammenarbeit mit unserem Lieferanten gelungen. Nun bieten wir exklusiv Tragetaschen und Beutel aus Fairtrade-Baumwolle mit Recyclinganteil an. 50 % des Materials werden aus Abfällen aus der Textilproduktion gewonnen, die ansonsten weggeworfen, als Füllstoff verwendet oder sogar verbrannt werden würden. Der erste Ansatz, die Produkte zu 100 % aus recycelten Spinnabfällen zu erzeugen, wäre technisch enorm aufwändig und insbesondere für den Einsatz im Werbeartikelbereich ökonomisch nicht darstellbar gewesen. Durch die Schonung wertvoller Ressourcen leisten wir mit dieser Produktserie dennoch einen klaren Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz. Eine weitere Hürde, die es im Laufe des Projektes zu meistern galt, war das Fairtrade-Label für diese Produkte zu erhalten. In enger Abstimmung und vielen gemeinsamen Gesprächen mit dem Verband Transfair e.V. konnten wir erreichen, dass diese neuen innovativen Produkte mit dem Fairtrade-Label ausgezeichnet werden, obwohl der Standard dies nicht explizit vorgibt.

MEMO MARKENSTRATEGIE

Die Nachfrage und die Beliebtheit von memo Markenprodukten seitens unserer Kund*innen ist durchweg hoch. Obwohl die Anzahl der memo Markenartikel in Relation zur Gesamtzahl der gelisteten

Produkte gesunken ist, liegt deren Umsatzanteil in den letzten Jahren stabil bei rund 26 %. Diese Zahlen belegen die hohe Akzeptanz und das Vertrauen unserer Kund*innen in unsere Marke. Die Entwicklung und Führung eines Markenartikels ist mit einem überdurchschnittlich hohen personellen, zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden. Deshalb gilt es bei der Entwicklung des memo Markensortiments in besonderem Maße eine optimale Balance zwischen Ertrag, Nutzen und Aufwand für unser Unternehmen zu gewährleisten. Unser Ziel ist es, regelmäßig neue, zukunftsorientierte und innovative Markenprodukte zu listen, die insbesondere für den Handel geeignet sind. Aktuelle Beispiele sind die memo Bio-Nussmilchbeutel oder die memo Kosmetikpads aus Bio-Baumwolle. Beide Produkte unterstützen den gesellschaftlichen Trend zu plastikfreiem Leben. Sie sind vielfach wiederverwendbar und zertifiziert nach den Standards GOTS, Grüner Knopf und Fairtrade. Darüber hinaus wollen wir unsere bestehenden Produkte kontinuierlich weiter entwickeln. So konnten wir im Jahr 2020 einen neuen Spülschwamm präsentieren, der hinsichtlich Qualität, Langlebigkeit und verwendete Materialien deutlich verbessert wurde.

LEBENSZYKLUSANALYSE

Die Durchführung umfassender Lebenszyklusanalysen (LCA) unterstützt Unternehmen bei der objektiven Beurteilung der Umweltauswirkungen von Produkten und darauf basierender Optimierungsmöglichkeiten. Im Jahr 2012 haben wir in Kooperation mit unseren Herstellern Lebenszyklusanalysen für drei memo Markenprodukte erstellt: für das memo Multifunktionspapier „Recycling Plus“, die memo Pflanzenölseife „Natural Liquid“ Citrus und das memo Vollwaschmittel „Eco Saponine“. Die Ergebnisse haben einerseits die positiven nachhaltigen Eigenschaften der Produkte bestätigt, andererseits auch Verbesserungsmöglichkeiten gezeigt. Unter anderem verwenden wir für die Verpackung des Vollwaschmittels inzwischen Recyclingkunststoff. Ausführliche Informationen dazu finden Sie im memo Nachhaltigkeitsbericht 2013/14 auf den Seiten 31 bis 35. In den nächsten Jahren planen wir die sukzessive Erstellung weiterer Analysen für wichtige memo Markenprodukte. Beginnen werden wir im Jahr 2022 mit dem memo Bio-Kaffee.

DIE TRAGETASCHEN BESTEHEN AUS FAIR-TRADE-ZERTIFIZIERTER BIO-BAUMWOLLE, DIE ZUR HÄLFTE AUS PRODUKTIONSABFÄLLEN GEWONNEN WIRD.



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 Verpackungen 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 Verbraucher*innen 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.

REDUZIERTER MATERIALEINSATZ

Die Ware bleibt unverändert, aber das eingesetzte Verpackungsmaterial wird verringert, z.B. „memo Küchenrollen“



TRANSFORMIERTES VERPACKUNGSDESIGN

Die Verpackung wird völlig neu entwickelt und ähnelt der ursprünglichen Verpackung nicht mehr, z.B. anstatt Flüssigseife im Kunststoffspender, feste Seife im Karton



SUBSTITUTION

Das aktuelle Verpackungsmaterial wird durch ein anderes Material ersetzt, z.B. „memo Geschirrtücher“



VERPACKUNGS-VERZICHT

Das Verpackungsmaterial wird vollständig weggelassen, z.B. bei Textilien



MEHRWEG-VERPACKUNGEN

Verpackungen werden so entworfen, dass sie mehrfach verwendet werden können und sollen, z.B. Mehrweg-Versandsystem „memo Box“



WEITERE INFORMATIONEN ZUM FORSCHUNGSPROJEKT INNOREDUX FINDEN SIE UNTER [PLASTIK-REDUZIEREN.DE](https://www.plastik-reduzieren.de).

SERVICELISTUNG

Dienstleistungen und Informationen, die einen nachhaltigen Umgang mit Verpackungen oder die Wahl umweltschonender Verpackungen fördern, z.B. informiert memo darüber in den Onlineshops



PRODUKT- BZW. VERKAUFSVERPACKUNGEN

Bei der Listung von Waren für unser Sortiment bewerten wir selbstverständlich auch die jeweilige Produktverpackung. Soweit es in der Praxis sinnvoll ist und die Hersteller*innen, bzw. Lieferant*innen diese Option anbieten, 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.

Welche Möglichkeiten es gibt, Produktverpackungen umweltträglicher zu gestalten, erarbeiteten die Teilnehmer*innen des Forschungsprojektes Innoredux „Geschäftsmodelle zur Reduktion von Plastikmüll entlang der Wertschöpfungskette: Wege zu innovativen Trends im Handel“. Die nebenstehende Grafik gibt Entscheidungsträger*innen aus Unternehmen einen systematischen Überblick über verschiedene nachhaltigkeitsorientierte Verpackungsoptimierungen für den stationären Einzelhandel und den Onlinehandel. Prinzipiell existieren sechs verschiedene Lösungsansätze – vom reduzierten Materialeinsatz bis hin zum kompletten Verzicht. Die memo AG setzt alle verfügbaren Lösungsansätze in ihrer Unternehmenspraxis um.

REDUZIERTER MATERIALEINSATZ

Bei unseren **memo Küchenrollen „Recycling Strong & Dry“** können wir unter anderem aus hygienischen Gründen nicht gänzlich auf Verpackungen verzichten. Was wir aber können: Die Menge der Verpackung auf das Nötigste zu reduzieren. Dank der Komprimierung von vier auf zwei Rollen bei gleichbleibender Blattzahl werden etwa 30% der vorherigen Folienverpackung und 50% der Kartonhüllen für die Küchenrollen eingespart.

SUBSTITUTION

Bis vor Kurzem waren unsere **memo Geschirrtücher aus Bio-Baumwolle** in einer Folie aus Kunststoff verpackt, um sie im Lager und beim Versand vor Verschmutzung zu schützen. Nun hält sie eine Banderole zusammen, die aus 100% recycelter Bio-Baumwolle besteht. Für die Herstellung verwenden wir ausschließlich Schnittreste, die bei der Produktion unserer Fairtrade-Baumwoll-Textilien anfallen. In einer Papiermanufaktur werden daraus – unter Einsatz von reiner Sonnenenergie – neue hochwertige Verpackungen gefertigt. Die Banderole kann über den Papiermüll fachgerecht entsorgt werden.

VERPACKUNGSVERZICHT

Eine saubere Aufbewahrung und ein fleckenfreier Versand von Textilien ohne Einzelverpackung war eine Herausforderung, die wir 2020 meistern konnten. In Zusammenarbeit mit einigen unserer Lieferant*innen, werden deren Textilien nun größtenteils ohne Produktverpackung an uns geliefert. Bis zum Versand werden diese schmutz- und staubfrei in unseren „memo Boxen“ gelagert und schließlich ohne Einzelverpackung an unsere Kunden weiter versendet. Lediglich wenn die Sendung weitere Produkte enthält, welche die Textilien beschädigen können, werden diese von den Mitarbeiter*innen im Versand in Papier verpackt. Den erhöhten logistischen Aufwand nehmen wir für den Verzicht bewusst in Kauf.

TRANSFORMIERTES VERPACKUNGSDESIGN

Eine Umweltbewertung verschiedener Verpackungen für Handwaschseife im Rahmen des Forschungsprojektes Innoredux hat ergeben, dass die Umweltauswirkungen eines Recycling-Faltkartons für Hartseife deutlich niedriger sind als die für einen Flaschenspender aus Kunststoff für Flüssigseife. Deshalb haben wir uns entschieden, zusätzlich zu unserer bisherigen **memo Flüssigseife „Natural Liquid“** eine Hartseife im Recycling-Karton als memo Markenprodukt zu listen – selbstverständlich in gewohnter Bio-Qualität aus fairem Handel. Kompletten Verzicht möchten wir jedoch auf die Flüssigseife nicht, denn viele Menschen bevorzugen diese weiterhin in der täglichen Anwendung. Wir arbeiten jedoch zusammen mit dem herstellenden Unternehmen an der Umstellung der Verpackung auf Recyclingkunststoff und bieten bereits jetzt eine Nachfülllösung für das Produkt an.

SERVICELLEISTUNGEN

In ihren Onlinemedien und Produktkatalogen informiert die memo AG umfassend über nachhaltige Themen, so auch über Möglichkeiten Verpackungen einzusparen.

MEHRWEGVERPACKUNGEN

Für den Paketversand der bestellten Ware haben unsere Kund*innen 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-Verpackungssystems weiter zu minimieren, wird die „memo Box“ seit 2016 aus dem Recycling-Kunststoff „Procylen“, 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. Weitere Informationen finden Sie auf Seite 52/53 oder unter www.memoworld.de/memobox.

UM GANZHEITLICHE, SINNVOLLE UND SYSTEMATISCHE LÖSUNGEN DES KOMPLEXEN THEMAS VERPACKUNGEN ZU FINDEN, SIND AUS UNSERER SICHT ALLE INTERESSENSGRUPPEN GEFORDERT: PRODUKTHERSTELLER*INNEN, VERPACKUNGSINDUSTRIE, HANDEL, ENTSORGUNGSBRANCHE, KONSUMENT*INNEN, 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 GEWOHNE ROUTINEN GEÄNDERT WERDEN, ZUM BEISPIEL BEIM EINKAUFVERHALTEN DER KONSUMENT*INNEN, BEI DER GESTALTUNG UND ENTWICKLUNG VON VERPACKUNGEN DURCH DIE HERSTELLER*INNEN UND BEI DER VERMARKTUNG VON PRODUKTEN DURCH DEN HANDEL.



#TEAMMEMO



**„STILLSTAND
BEDEUTET
RÜCKSCHRITT,
VERÄNDE-
RUNG HEISST
FORTSCHRITT.“**

DIGITALISIERUNG UND NACHHALTIGKEIT

Digitalisierung ist eines der treibenden Themen unserer Zeit und ein entscheidender Aspekt für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen – und das nicht erst seit Kurzem. Für die memo AG ist Digitalisierung ein stetiger Entwicklungsprozess, der das Unternehmen im Prinzip seit der Gründung im Jahr 1991 begleitet und sich im Wesentlichen durch den Wandel vom reinen B2B-Katalogversandhandel hin zu einem Multi-Channel-/E-Commerce-Unternehmen mit einem umfassenden Sortiment für unterschiedlichste Zielgruppen auszeichnet.

1998 waren wir eines der ersten Unternehmen unserer Branche, das sein gesamtes Produktsortiment auch online angeboten und frühzeitig in die Entwicklung medienneutraler Datenbanken für die Verwaltung der relevanten Produktinformationen investiert hat. Zum damaligen Zeitpunkt gingen wir ein großes Risiko ein. Das Projekt erforderte hohe finanzielle und personelle Ressourcen und die meisten Kundenbestellungen erhielten wir damals per Fax, Brief oder Telefon. Aber unsere damalige Überzeugung, dass die Zukunft des Versandhandels im E-Commerce liegen wird, hat sich bestätigt. Heute erhalten wir knapp 90 % aller Kundenbestellungen online oder per E-Mail. Davon werden 77 % nahezu vollständig automatisch über digitale Schnittstellen verschiedener Softwaresysteme bei memo und den Partnerunternehmen abgewickelt. Von unschätzbarem Wert ist allerdings das Know-how zum Thema Digitalisierung, dass wir uns zu diesem Zeitpunkt erarbeitet und im Laufe der Zeit stetig weiter entwickelt haben. Um ehrlich zu sein: Zum damaligen Zeitpunkt war uns dieser Wert nicht wirklich bewusst. Heute sind wir davon überzeugt, dass dies einer der wichtigsten Aspekte für den dauerhaften Erfolg unseres Unternehmens ist. Inzwischen gibt es in der unternehmerischen Praxis vermutlich kaum noch eine Tätigkeit oder einen Prozess, der nicht durch digitale Werkzeuge

unterstützt wird. Allerdings hat die Dynamik und Geschwindigkeit, mit der sich digitale Systeme verändern, und der Umfang der Daten, die verarbeitet werden und „auf Knopfdruck“ verfügbar sein müssen, in den letzten Jahren enorm zugenommen. Diese Tatsache stellt vermutlich nicht nur unser Unternehmen vor große organisatorische, technische und vor allem auch finanzielle Herausforderungen. Gleichzeitig sehen wir in der Digitalisierung von Unternehmensprozessen aber auch weiterhin enorme Zukunftschancen. Um diese sinnvoll für unser Geschäftsmodell zu nutzen, ist es unabdingbar den digitalen Wandel innerhalb des Unternehmens strategisch zu managen und kontinuierlich an relevante externe Entwicklungen anzupassen. So gilt es jederzeit gut abzuwägen, in welchen Unternehmensbereichen uns digitale Systeme in welcher Form nutzen und wie wir geeignete zukunftsfähige Systeme mit den uns zur Verfügung stehenden finanziellen und personellen Mitteln implementieren können.

Da bei der memo AG Nachhaltigkeit konsequent im Geschäftsmodell verankert ist, sind wir auch bei der digitalen Entwicklung unseres Unternehmens bestrebt, negative Auswirkungen auf Mensch und Umwelt so gering wie möglich zu halten. In der praktischen Umsetzung zeigt sich, dass Digitalisierung in der Regel sehr gut mit den Zielen unseres Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagements zu harmonisieren ist – zum Beispiel, indem Mitarbeitende von monotonen Tätigkeiten entlastet und dabei unterstützt werden kreativ und wertschöpfend zu agieren, oder indem Prozesse hochwertig abgewickelt und dadurch der Verbrauch von Ressourcen reduziert werden kann. In welchen Bereichen unseres Unternehmens Digitalisierung heute oder auch in Zukunft für eine nachhaltige Entwicklung eine besondere Rolle spielt, möchten wir in diesem Bericht auszuweisen darstellen.

E-COMMERCE UND SOCIAL MEDIA

Der Zweck unseres Unternehmens ist die Förderung nachhaltigen Konsums in der Gesellschaft. Verbraucher*innen müssen dafür die Möglichkeit haben, sich beim Kauf bewusst für nachhaltige statt 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. Neben der eigentlichen Produktbeschreibung und der Darstellung von Produktmerkmalen wie Material, Maße oder Gewicht, bieten wir unseren Kund*innen deshalb in unseren Onlineshops durch einen eigenen Reiter „Nachhaltigkeit“ weiterführende Informationen zur Nachhaltigkeit der Produkte. 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 und ohne den Einsatz digitaler Werkzeuge und entsprechender automatisierter Schnittstellen unmöglich zu realisieren.

Das gilt auch für weitere Informationen zu unseren Artikeln, wie Preise, Lieferzeiten oder spezifische Versandmöglichkeiten, die automatisch über Schnittstellen aus dem Warenwirtschaftssystem generiert werden. Immer öfter finden Sie Produkte aus unserem Sortiment auch auf Online-Marktplätzen, die zu unserer Unternehmensphilosophie passen. Hier ist die große Herausforderung, die bei uns vorliegenden Daten in die Struktur der Partnerunternehmen zu übersetzen und gleichzeitig den manuellen Aufwand für die Mitarbeitenden bei memo zu minimieren.

HARDWARE (ELEKTRONISCHE GERÄTE)

Bei der Beschaffung neuer Geräte für unseren eigenen Bedarf achten wir auf die gleichen Nachhaltigkeitskriterien wie bei der Listung für unser Produktsortiment (siehe Seite 38). Bevorzugt eingesetzt werden energieeffiziente, langlebige Produkte mit renommierten Umweltzeichen wie dem Blauen Engel. Hardware wird bei der memo AG so lange es möglich ist genutzt und nicht bei jedem Technologie- oder Softwareupdate ausgetauscht. Ausgediente Computer und Laptops leiten wir aktuell an den zertifizierten Fachbetrieb bb-net weiter, der bei uns in der Region sitzt und sich auf IT-Remarketing spezialisiert hat. Elektronikaltgeräte werden dabei bevorzugt für die Zweitnutzung wiederaufbereitet (siehe Seite 55).

PRODUKT-INFORMATIONSMANAGEMENT

Zu den Produkten und Lieferant*innen unseres Sortiments verwalten wir mittlerweile je nach Warengruppe enorme Datenmengen, zum Beispiel zur Bewertung der nachhaltigen Eigenschaften der Produkte, für eine umfassende und hochwertige Produktkommunikation in unseren Onlineshops und Werbemedien oder zur Gewährleistung rechtlicher Vorgaben wie z.B. dem Verpackungsgesetz. Zur strukturierten und effizienten Verwaltung dieser Daten arbeiten wir mit einem speziell für unseren Bedarf entwickelten Produktinformationsmanagementsystem (PIM) mit automatisierten Schnittstellen zu unseren Softwaresystemen für Online- und Printmediengestaltung.

LOGISTIK

Digitale Werkzeuge bieten enormes Potenzial logistische Prozesse nachhaltig zu gestalten und zu optimieren. Das beste Beispiel ist unser Mehrwegversandsystem „memo Box“ (siehe auch Seite 52/53), das ohne den Einsatz digitaler Systeme nicht funktionieren würde – von der Auswahlmöglichkeit im Check-Out unserer Onlineshops, über die automatische Zuordnung im Warenversand und die Entlastung für den Kunden im Wareneingang. Durch Digitalisierung können wir unsere Beschaffungs- und Versandprozesse ressourcen- und energieeffizient gestalten, z.B. bei der Packmittelloptimierung oder bei der Bestimmung optimaler Losgrößen im Einkauf, um Warenüberbestände zu vermeiden. In Zukunft sehen wir in Kooperation mit unseren Versanddienstleister*innen enorme Chancen für die Minimierung nicht zustellbarer Warensendungen, die weitere Optimierung der Auslastung von Lieferfahrzeugen und der gemeinsamen Vernetzung.

WEITERBILDUNG UND SCHULUNG

Digitale Weiterbildungssysteme eröffnen vollkommen neue Modelle, mit denen wir uns im Rahmen unserer Personalentwicklungsstrategie beschäftigen (siehe Seite 24/25). Zu dieser Thematik gibt es noch viele unausgeschöpfte Möglichkeiten für unser Unternehmen und es gilt vor allem auch den Mitarbeitenden die Kompetenzen für die Nutzung der relevanten digitalen Systeme zu vermitteln.

UMWELT- UND KLIMABILANZ DER MEMO AG

Für die jährliche Erstellung unserer umfassenden Umwelt- und Klimabilanz (mehr Informationen finden Sie ab Seite 64) verdichten wir unterschiedlichste Daten und Kennzahlen, die wir intern erzeugen oder von Dienstleistern aus verschiedensten Datenquellen erhalten und leiten diese zum Teil wieder weiter an Partnerunternehmen, die für uns aus den Kennzahlen die erzeugten Treibhausgasemissionen berechnen.

ZUKUNFTSSZENARIEN

Aus Sicht der memo AG gibt es verschiedene digitale Werkzeuge, über die aktuell in Fachkreisen intensiv gesprochen wird, die große Chancen bieten unsere unternehmerischen Prozesse zukünftig noch nachhaltiger zu gestalten, aber zum Teil auch Risiken bergen. Blockchain-Technologien könnten uns zum Beispiel in Zukunft einen schnellen Einblick in komplexe Wertschöpfungsketten ermöglichen und die Beurteilung der nachhaltigen Eigenschaften von Produkten und Herstellern vereinfachen und beschleunigen. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass die bereits jetzt kaum noch zu bewältigende Datenflut zu Produkten und Lieferanten noch umfangreicher wird. Zudem besteht die Möglichkeit, dass der Trend zur Standardisierung von Produkten weiter zunimmt und die Innovationskraft gerade kleinerer Unternehmen gehemmt wird. Digitale Marker oder Sensorik können die Kreislaufwirtschaft, Reparaturfähigkeit und energieeffiziente Nutzung von Produkten unterstützen. Die Möglichkeiten des 3D-Druckes bietet Chancen, Ersatzteile für langlebige Gebrauchsgüter ohne hohe Lagerkosten schnell verfügbar zu machen. Auch die Entwicklung und Markteinführung innovativer, nachhaltiger Produkte könnte einfacher und mit geringerem Risiko umgesetzt werden, da in der Anfangsphase keine großen Mengen produziert werden müssen.

DATENSCHUTZ BEI DER MEMO AG

Bei allen Maßnahmen zur Digitalisierung darf der Schutz sensibler personenbezogener und unternehmerischer Daten niemals außer Acht gelassen werden. Ausführliche Informationen zur Handhabung des Datenschutzes bei der memo AG finden Sie am Ende dieses Berichtes auf Seite 74.

MEMO PRINTMEDIEN

Trotz überwiegender Nutzung des Internets sind gedruckte Werbemedien weiterhin unverzichtbar für den Erfolg im Wettbewerb. Umweltaspekte spielen 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 Vergleichen 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 2020 produzierte die memo AG einen Jahres- und einen Werbeartikelkatalog für Gewerbekund*innen mit einer Gesamtauflage von 110.000 Exemplaren. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Reduzierung um etwa 34 %, da wir auf die Herstellung des Kataloges für Büromöbel und -einrichtung verzichtet haben. Beim Jahreskatalog wurde der Umfang gegenüber dem Vorjahr um weitere 92 Seiten reduziert. Unsere Privatkund*innen erhalten keinen Produktkatalog. Sie erreichen wir vor allem über unseren Onlineshop memolife.de und regelmäßige Newsletter sowie Aktionsmailings. 2020 haben wir insgesamt 33 Mailings für Gewerbe- und Privatkund*innen in unterschiedlichen Formaten – von der Postkarte bis zum 16-Seiter – mit einer Gesamtauflage von 763.600 Exemplaren 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 Jahreskataloge hergestellt werden, ist dies leider nicht immer möglich. Deshalb mussten wir diese Kataloge in den letzten Jahren mit mineralölhaltigen Farben drucken lassen. Allerdings erfüllen alle verwendeten Farben die hohen Anforderungen zu Umwelt- und Gesundheitsschutz des Blauen Engel. Die zunächst geplante Maßnahme einer tiefgreifenden Analyse der für unsere Printmedien verwendeten Druckfarben hinsichtlich Ökologie, Qualität und Gesundheitsverträglichkeit aus

dem Managementprogramm 2019 wurde deshalb bis auf Weiteres zurückgestellt (siehe Seite 14). Der Fokus zur Reduzierung der Umweltauswirkungen, liegt in einer optimalen Planung von Auflage und Umfang unserer Produktkataloge. Umweltauswirkungen, Produktschutz und technische Anforderungen definieren auch die Wahl der Verpackung unserer Werbemittel und Informationsbroschüren. Eine Umhüllung kommt nur dort zum Einsatz, wo dies aus postalischen oder technischen Gründen erforderlich ist. Weitestgehend verwenden wir dafür bereits seit vielen Jahren ausschließlich Kuverts aus 100 % Recyclingpapier. Lediglich für den gemeinsamen Versand unserer Jahreskataloge für Büromaterial und Werbeartikel mussten wir bisher eine Folie aus chlorfreiem, sortenreinem Polyethylen mit 60 % Recyclinganteil einsetzen. Um auch hier den nächsten Schritt zu gehen und Umweltauswirkungen durch Kunststoffverpackungen zu vermeiden, versenden wir unsere Jahreskataloge seit 2021 getrennt und innerhalb Deutschlands ebenfalls komplett ohne Transportverpackung. Durch diese Maßnahme können wir knapp 500kg Kunststoff-Folie einsparen. Gleichzeitig steigt jedoch die Gefahr einer Versandbeschädigung.

MEMO PRINTMEDIEN – ÖKOLOGISCH PRODUZIERT

PRINT

ONLINE

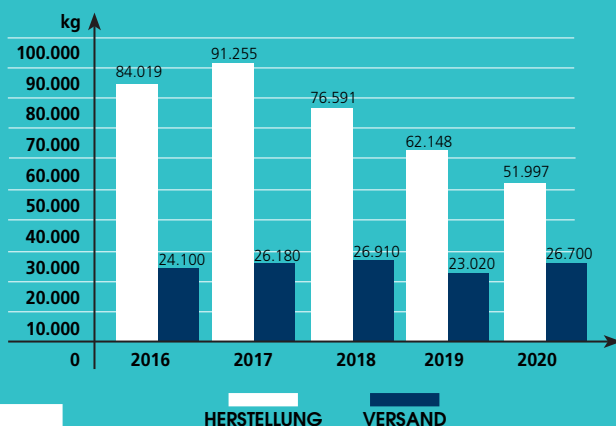
AUSWAHL DER DRUCKEREIEN

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 wollen wir auch bei unseren Druckereien umweltverträgliches Handeln fördern.

KLIMANEUTRALER KATALOG-DRUCK UND -VERSAND

Seit 2007 berechnen und kompensieren wir die nicht vermeidbaren CO_{2e}-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 2020 insgesamt 78,7 Tonnen CO_{2e} und damit knapp 8 % weniger als im Jahr davor verursacht.

CO_{2e}-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 89 % – 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.

KLIMANEUTRALES HOSTING

Wer konsequent nachhaltig und bewusst lebt sollte auch beim Onlinekauf darauf achten, bei einem klimaneutralen Onlineshop zu kaufen. Alle unsere Shops memollfe.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.

PRODUKTKOMMUNIKATION

Eines unserer wichtigsten Unternehmensziele ist die Förderung nachhaltigen Konsums. Verbraucher*innen müssen 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. Kaufentscheidungen werden in der Regel immer schneller getroffen. Zu viele Informationen können also durchaus auch abschreckend wirken, obwohl sie essentiell für nachhaltige Kaufentscheidungen wären. 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*innen. 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 vielen Produkten haben wir dies 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.

DAUERHAFT IM DIALOG

Ob per E-Mail, Telefon oder Brief – wir freuen uns, wenn unsere Kund*innen und interessierte Verbraucher*innen mit uns in direkten Kontakt treten. Zusätzlich können unsere Kund*innen 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 Kund*innen 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.



NACHHALTIGE LAGERLOGISTIK

Das Herzstück unserer Logistik ist das Warenverteilzentrum an unserem Standort in Greußenheim. Wesentliche Aspekte unserer nachhaltigen Lagerlogistik sind 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 Kund*innen. Davon gehen 73 % an gewerbliche und 27 % an private Endverbraucher*innen. Für bestimmte Produkte bestehen mit einigen Lieferant*innen Vereinbarungen, diese direkt an unsere Kund*innen 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

Da unser Produktsortiment stetig gewachsen und damit die Anzahl der Artikel, die wir über unsere Logistik handeln, dauerhaft gestiegen ist, haben wir sukzessive mehrere Nachschublager im Eigen- und Fremdbetrieb in der Region vorgeschaltet. Auch wenn wir die Warentransporte zwischen diesen Lagern mit unserem eigenen Erdgas-Lkw vergleichsweise umweltverträglich gestalten, entstehen bei den täglichen Fahrten negative Umweltauswirkungen. Da inzwischen erneut nahezu die Kapazitätsgrenze unseres Logistikzentrums erreicht ist, haben wir beschlossen, dieses durch einen Lageranbau zu erweitern. Ziel ist es bis zum Jahr 2023 zusätzliche räumliche Kapazitäten zu schaffen, die Lagerungsanforderungen der unterschiedlichsten Produktgruppen zu gewährleisten und die Transporte aus den Nachschublagern deutlich zu reduzieren. Im Rahmen der Erweiterung des Logistikzentrums prüfen wir gleichzeitig bestehende Potenziale für Optimierungen der Lagertechnik und der Ablauforganisation. Zusammen mit Studierenden der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt erfolgten hierzu bereits umfassende Analysen und es wurden erste Verbesserungsvorschläge erarbeitet. Selbstverständlich achten wir bei der Maßnahme auf eine ökologische Bauweise und eine energieeffiziente Gebäudegestaltung wie beispielsweise die Integration einer Photovoltaikanlage.



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 niedrig halten. Unsere erfahrenen Mitarbeiter*innen an den Packtischen schneiden Kartonagen beispielsweise zurück, um den leeren Raum im Paket zu minimieren. Durch den Einsatz unseres Mehrwegversandsystems „memo Box“ (siehe Seite 52) können wir zudem bei knapp 25 % unserer Warensendungen auf Klebeband verzichten. Für die Pakete verwenden wir Klebebänder aus Papier anstatt aus Kunststoff.



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.

LAGER- UND VERSANDLOGISTIK



PARTNERUNTERNEHMEN FÜR DEN WARENVERSAND

Wie alle unsere Partner*innen wählen wir auch unsere KEP-Dienstleister*innen (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 am konzerneigenen Umweltschutzprogramm DHL GoGreen teilnimmt und versendet seitdem die Pakete klimaneutral. Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind integrale Bestandteile der Konzernstrategie der DPDHL, die bereits 2008 als erster Logistikanbieter ein messbares Klimaschutzziel eingeführt hat. DHL will nach eigenen Angaben bis 2030 alle neuen Gebäude klimaneutral gestalten, den Kund*innen ein umfassendes Portfolio grüner Produkte bieten und den Anteil von E-Fahrzeugen in der Zustellflotte für die letzte

Meile auf 60 Prozent erhöhen. Die langfristige Vision bis 2050 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 Wareneinstellung investiert. 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 liefert DPD beispielsweise seit 2019 komplett emissionsfrei und konnte dadurch bereits in den ersten sechs Monaten 19 Tonnen CO_{2e} einsparen. Für seine Depotzentren bezieht DPD zertifizierten Ökostrom und setzt in jedem neuen Depot ökologische Baukriterien um. Mit der Summe aller geplanten Maßnahmen strebt DPD an, seinen CO_{2e}-Ausstoß bis 2025 um 30 % zu reduzieren.



KLIMANEUTRALER WARENVERSAND

Wesentlichen Einfluss auf die CO_{2e}-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 Kund*innen 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 Radlogistik-Unternehmen zusammen. Anstatt konventioneller Zustellfahrzeuge setzen sie Elektro-Lastenräder ein, die durch 100 % Ökostrom komplett emissionsfrei unterwegs sind. Zusätzlich werden Abgase und Lärmbelästigung vermieden. Da die Fahrer*innen der Lastenräder Busspur und Fahrradwege benutzen, durch Parks fahren und freigegebene Einbahnstraßen entgegen der Fahrtrichtung nutzen 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 innerhalb des Berliner S-Bahn-Rings bereits im September 2016 zugestellt. Nach den dauerhaft positiven Erfahrungen in Berlin haben wir inzwischen in insgesamt zwölf deutschen Städten geeignete Partnerunternehmen gefunden. Die Anbindung weiterer Städte ist mittelfristig geplant. Seit 2016 konnten wir insgesamt eine Steigerung der Zustellungen mit Elektrolastenrädern um knapp 18 % verzeichnen. Die meisten Radlogistik-Unternehmen, 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 Kund*innen weitergeben, besteht die große Herausforderung darin, den kompletten Versandprozess mit den erforderlichen Schnittstellen zur Übermittlung der Versandinformationen und Kundenbenachrichtigungen organisatorisch und technisch abzuwickeln. Zusätzlich fehlen manchen der Unternehmen gerade in der Anfangsphase die finanziellen Ressourcen für die erforderliche Infrastruktur. Deshalb unterstützen wir einige unserer Partner*innen auch bei der Anschaffung geeigneter Lastenfahräder. Bis heute haben wir bereits sechs Fahrzeuge zur Verfügung gestellt. Trotz aller Herausforderungen, setzen wir aus Überzeugung den Weg der Radlogistik konsequent fort.



RADLOGISTIK MIT SAME DAY DELIVERY IN WÜRZBURG

Würzburg ist unsere „Heimatstadt“. Deshalb ist es uns ein besonderes Anliegen auch unsere Kund*innen in Würzburg mit dem Lastenrad zu beliefern und sogar noch einen Schritt weiter zugehen. Da wir die Pakete aus unserem Lager in Greußenheim ebenfalls mit unserem eigenen Elektrofahrzeug (siehe Seite 61) nach Würzburg zu unseren Partner*innen transportieren, ist der komplette Warenversand 100 % emissionsfrei. Seit April 2019 arbeiten wir in Würzburg 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 beiden Partnerunternehmen ausgeliefert. Realisiert wurde das Projekt zusammen mit Studierenden der Hochschule für angewandte Wissenschaften 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. In Würzburg konnten wir die Anzahl der mit Radlogistik zugestellten Pakete bereits nach einem Jahr verdoppeln.



Der stetig wachsende 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 zwölf Jahren bieten wir unseren Kund*innen dafür eine Alternative: unser Mehrweg-Versandssystem „memo Box“.



Entscheiden sich unsere Kund*innen für den Versand ihrer 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. Da unsere Kund*innen pro Auftrag durchschnittlich sechs unterschiedliche Artikel, zum Teil in größeren Mengen bestellen, wird in zwei Drittel aller Fälle die große Box L mit einem Volumen von 47,7 Litern eingesetzt.



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

Mit der „memo Box“ setzen wir im Branchenvergleich ökologische Maßstäbe. Aufgrund der konsequenten Vermeidung von Abfällen sowie der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung ist das Mehrweg-Versandssystem seit 2014 mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Alleine in den letzten fünf Jahren konnten wir etwa 140 Tonnen Kartonage im Warenversand einsparen.



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 Kund*innen der Versand in der „memo Box“ keinen Cent mehr.

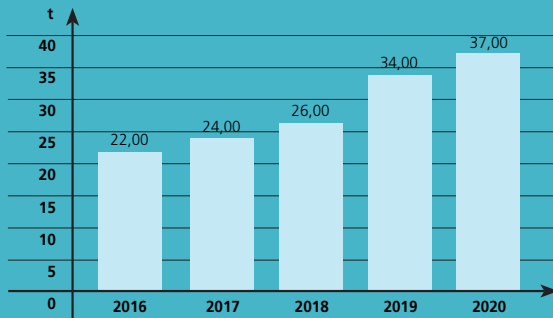
MEHRWEG IM VERSAND: DIE „MEMO BOX“



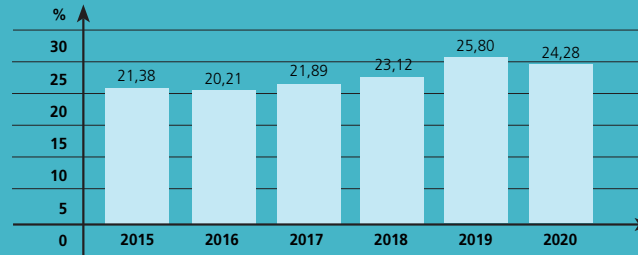


Nach dem Erhalt können die Kund*innen die Ware in Ruhe auspacken und die „memo Box“ innerhalb von 14 Tagen bei einem Paketshop von DHL oder DPD abgeben oder einer/m Zusteller*in mitgeben. Über den beigefügten Retourenschein erfolgt die Rücksendung für die Kund*innen kostenlos. Jede „memo Box“ ist mit 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.

EINSPARUNG VERSANDKARTONAGE IN TONNEN



VERSANDANTEIL „MEMO BOX“



Entwicklung des Versandanteils der „memo Box“

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 2020 lag der Versandanteil bei 24,28 %. Nachdem wir den Versandanteil seit Einführung des Systems im Jahr 2009 kontinuierlich auf über 25 % steigern konnten, war dieser im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr erstmals leicht rückläufig. Wie auf so viele Bereiche unseres Lebens, hatte die Corona-Pandemie auch einen Einfluss auf die Entwicklung der Versandquote der „memo Box“. Hatten wir unter normalen Bedingungen in den Monaten November 2019 bis Februar 2020 bereits einen stabilen Anteil von über 27 % erreicht, ist dieser während des ersten Lockdowns im März und April 2020 deutlich auf etwa 20 % gesunken. Besonders auffällig zeigte sich der Rückgang bei unseren Privatkund*innen. In den Folgemonaten erholte sich die Versandquote zwar wieder relativ schnell, konnte aber über das komplette Jahr nicht mehr das vorherige Niveau erreichen. Ein weiterer Aspekt ist das außergewöhnlich hohe Bestellvolumen von Toilettenpapier im Großpack während des Lockdowns. Da dieses Produkt aufgrund des Volumens nicht in einer „memo Box“ versendet werden kann, wirkte sich das auf die niedrigere Versandquote der „memo Box“ aus.



Kontinuierliche Verbesserung

Um die Umweltauswirkungen des Mehrweg-Versandsystems weiter zu minimieren, wird dieses seit 2016 aus dem Recyclingkunststoff „Procyden“ hergestellt, wodurch die Treibhausgasemissionen bei der Produktion der Box um etwa 30 % verringert werden. Das Material erfüllt die Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel für Recycling-Kunststoff und ist Neumaterial auf Rohölbasis in jeder Hinsicht ebenbürtig – bei deutlich positiverem Effekt für die Umweltbilanz. Der mehrfach ausgezeichnete Werkstoff „Procyden“ wird von Interseroh, einem Tochterunternehmen des Recyclingspezialisten ALBA Group, produziert und ständig weiter entwickelt. So setzen wir seit dem Jahr 2020 eine verbesserte Variante mit weiter optimierter Materialstabilität ein. Als Füllmaterial für unseren Paketversand setzen wir ausschließlich Recyclingpapier ein. Um den Ressourcenbedarf beim Warenversand weiter zu minimieren, möchten wir nun einen Schritt weiter gehen und haben uns im aktuellen Managementprogramm das Ziel gesetzt, ein geeignetes Füllmaterial zu finden, das zusammen mit der „memo Box“ an uns zurückgeschickt und vielfach wiederverwendet werden kann.



Vergleich der Versandverpackungen

Um die wiederholt gestellte Frage nach der Umweltverträglichkeit einer aus Kunststoff gefertigten Mehrweg-Versandverpackung im Vergleich zu einem handelsüblichen Karton fundiert beantworten zu können, haben wir im Jahr 2013 eine Analyse der beiden von uns eingesetzten Versandsysteme erstellt. Als Bemessungsgrundlage dienten die entstehenden CO_{2e}-Emissionen bei der Herstellung einer „memo Box“ Größe L und eines vom Volumen vergleichbaren Versandkartons. Die grundlegende Frage beim Vergleich der beiden Systeme war: Wie viele Umläufe muss die „memo Box“ erzielen, um die höheren Umweltauswirkungen bei der Produktion und den erforderlichen Rücktransport im Mehrweg-Versandssystem gegenüber der vielfachen neuen Herstellung eines Versandkartons auszugleichen? Nach unseren damaligen Recherchen gleichen sich die beiden Systeme nach etwa 55 Umläufen aus. Wie bereits beschrieben, haben bereits heute die ersten „memo Boxen“ deutlich über 200 Umläufe erreicht. Hinzu kommt ein hoher Wasser- und Ressourcenbedarf bei jeder neuen

Herstellung von Wellpappe, der bei der damaligen Betrachtung aufgrund der hohen Komplexität nicht näher analysiert wurde. Im Rahmen des Forschungsprojektes „Innoredux – Geschäftsmodelle zur Reduktion von Plastikmüll entlang der Wertschöpfungskette: Wege zu innovativen Trends im Handel“ hat das ifeu Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg im Jahr 2020 eine aktuelle Umweltbewertung von verschiedenen Mehrweg- und Einwegverpackungen vorgenommen. Untersucht wurden Umweltauswirkungen, Verpackungsintensität und Abfallaufkommen verschiedener Versandlösungen. Basis der Berechnung waren 1.000 Versandvorgänge von jeweils drei Damen-T-Shirts mit einem Waren-gewicht von jeweils 140 Gramm. Als Referenz für den Versand in einer Mehrweg-box aus Recyclingkunststoff diente die „memo Box“ Größe S. In Relation zu einem herkömmlichen zweiwelligen Einweg-Versandkarton weist die Mehrweg-box auch bei dieser aktuellen Untersuchung eine deutlich niedrigere Umweltlast auf. Detaillierte Informationen (zur Analyse des ifeu Instituts und) zum Forschungsprojekt Innoredux finden Sie unter www.plastik-reduzieren.de.

RETOURENMANAGEMENT DER MEMO AG

Das Retourenmanagement ist ein wesentlicher Aspekt für eine nachhaltige Gestaltung eines Versandhandelsunternehmens. Schätzungen der Forschungsgruppe Retourenmanagement der Otto-Friedrich-Universität Bamberg belaufen sich für Deutschland auf 280 Millionen retournierte Pakete und 487 Millionen retournierte Artikel für das Jahr 2018. Im Durchschnitt wurden damit ca. jedes sechste ausgelieferte Paket (16,3%) und jeder achte bestellte Artikel (12,1%) zurückgeschickt. Je nach Produktbereich variieren diese Zahlen stark und sind beispielsweise bei Textilien weit höher (Quelle: bevh-Retourenkompendium, 2020). Da jede Retoure nicht nur Kosten, sondern auch klimaschädliche Emissionen verursacht, braucht es kluge Maßnahmen, um einerseits die Wahrscheinlichkeit zu minimieren, dass Kund*innen Waren „zum Spaß“ und übermässig bestellen und diese dann zurücksenden, und andererseits, dass zurückgesendete Waren nicht vernichtet, sondern weiter genutzt werden. Für das Jahr 2019 ermittelte die bereits erwähnte Forschungsgruppe Retourenmanagement, dass knapp 4% der zurückgesandten Ware (ca. 20 Millionen Artikel) entsorgt wurden.

Bei der memo AG ist die stetige Analyse und Optimierung von Retouren ein fester Bestandteil des integrierten Managementsystems. Die Retourenquote über alle von uns im Jahr 2020 gelieferten Artikel lag – unabhängig von der Widerrufsfrist – bei 0,65%. Diese vergleichsweise sehr niedrige Quote ist darauf zurückzuführen, dass Gewerbekund*innen mit rund 79% den größten Anteil am Gesamtumsatz der memo AG haben und der Schwerpunkt unseres Produktsortiments im Bereich Büromaterial und Papierprodukte liegt. Betrachtet man alleine die Privatkund*innen liegt die Retourenquote mit 1,62% schon etwas höher, allerdings noch deutlich unter dem Durchschnittswert, den die Universität Bamberg ermittelt hat. Die höchste Retourenquote erzeugt auch bei memo der Produktbereich „Bekleidung und Textilien“ mit 2,98% bei den Gewerbekund*innen und 6,82% bei den Privatkund*innen. Auch in diesem Sortimentsbereich liegt die memo AG jedoch deutlich unter dem Durchschnitt der allermeisten E-Commerce-Unternehmen am Markt mit teilweise weit über 40% Retourenquote.

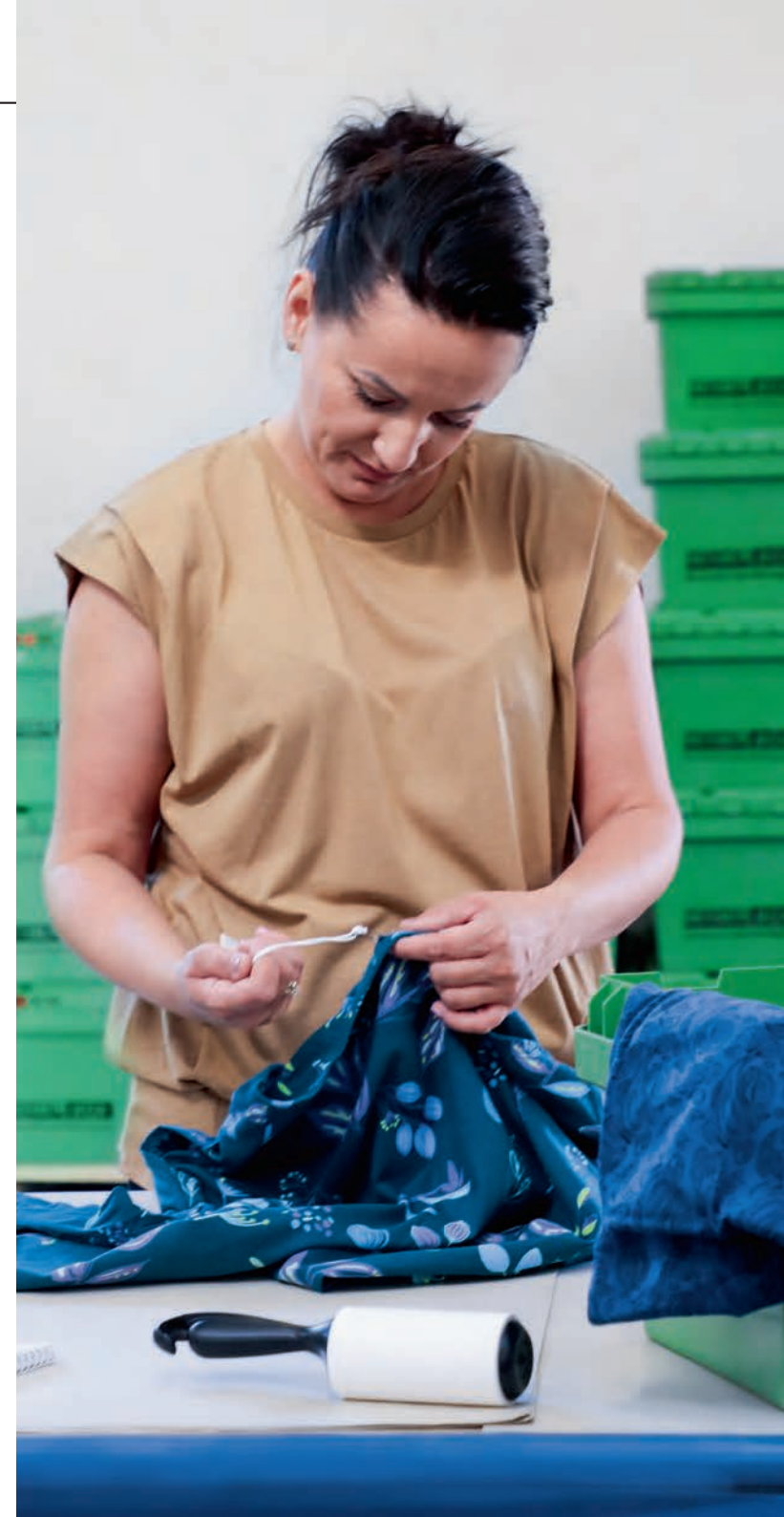
Selbstverständlich prüfen wir alle Produkte, die an uns zurückgesendet werden, ob sich diese noch für einen Weiterverkauf eignen und bereiten diese bei Bedarf entsprechend auf. Im Durchschnitt können wir etwa 95% der zurückgesendeten Artikel wieder in den Verkauf bringen. Bei Bekleidung und Textilien erzielen wir sogar eine Quote von über 98%.

Für Produkte, bei denen das nicht der Fall ist, suchen wir nach sinnvollen Lösungen für eine Weiterverwendung. Zum Beispiel:

- nutzen wir diese im Unternehmen für unseren eigenen Bedarf (Papier, Aktenordner, etc.).
- bieten wir diese unseren Mitarbeitenden zu stark vergünstigten Preisen an.
- verkaufen wir Produkte als B-Ware über unsere Onlineshops.
- nutzen wir Möbel soweit sinnvoll als „Ersatzteillager“.
- geben wir in der Regel Produkte mit technischen Mängeln an unsere Lieferant*innen zurück, um diese zu analysieren und so weit möglich in Zukunft zu verbessern.
- spenden wir Produkte und fehlerhafte Werbeartikel unter Berücksichtigung datenschutz- und namensrechtlicher Anforderungen an die innatura gGmbH, die in großem Umfang neuwertige Sachspenden einsammelt und diese an gemeinnützige Organisationen weitergibt.

Letztendlich entsorgen wir nur diejenigen Produkte, die anderweitig nicht mehr verwendet werden können. Diese geben wir zusammen mit retournierten Wertstoffen aus unserem Wertstoffrücknahmesystem und nicht mehr verwendbaren Produkten aus unserem eigenen Gebrauch an zertifizierte Entsorgungsunternehmen zum fachgerechten Recycling weiter.

Obwohl unsere Retourenquote sehr niedrig ist, wollen wir Retouren in erster Linie vermeiden. Deshalb bieten wir in unseren Onlineshops möglichst viele Produktinformationen in bildlicher, textlicher und grafischer Form sowie ergänzende Informationen der jeweiligen Hersteller wie Größentabellen, Produktdatenblätter oder auch Videos an, damit sich unsere Kunden ein möglichst genaues Bild von dem jeweiligen Produkt machen können. Bei telefonischen Bestellungen stehen unsere geschulten Mitarbeitenden unseren Kund*innen für alle Fragen zu unseren Produkten Rede und Antwort. In unser Sortiment nehmen wir hochwertige und langlebige Produkte auf. Bei technischen Geräten und Möbeln achten wir, wo immer möglich, auf eine Reparaturmöglichkeit. Das Fairphone, das SHIFT-Smartphone oder generalüberholte Produkte wie Laptops und Tonerkartuschen sind dabei nur einige Beispiele. Darüber hinaus führen wir laufend umfassende Reklamationsanalysen zu unseren Produkten durch, um diese zusammen mit unseren Lieferant*innen kontinuierlich zu verbessern und Reklamationen vorbeugend zu vermeiden.



WERTSTOFFE SINNVOLL NUTZEN: DIE MEMO „WERTSTOFF-BOX“

Zusätzlich zum allgemeinen Rückgaberecht, das in den Liefer- und Zahlungsbedingungen der memo AG verankert ist, bieten wir unseren Kund*innen mit unserem memo „Wertstoff-Box-System“ bereits seit dem Jahr 1992 die Möglichkeit, alle bei uns gekauften Produkte – inklusive Verpackungsmaterial – nach Ge- oder Verbrauch zur Verwertung an uns zurückzugeben. In direkter Verbindung mit unserem Mehrweg-Versandssystem „memo Box“ bieten wir damit ein kostenloses Rücksendeverfahren für ge- und verbrauchte Produkte an. In Zusammenarbeit mit unseren Lieferant*innen und zertifizierten Recyclingunternehmen suchen wir für die zurückgesendeten Produkte die jeweils beste Verwertungsmöglichkeit. Im Rahmen unseres Rücknahmesystems berücksichtigen wir selbstverständlich die aktuellen gesetzlichen Vorschriften.

Im Jahr 2020 erhielten wir insgesamt 6.066 Wertstoffrücksendungen von unseren Kund*innen. In 98 % der Fälle nutzten diese die Kombination mit unserem Mehrweg-Versandssystem „memo Box“. Aufgrund der steigenden Ressourcenknappheit sind heutzutage mehr denn je intelligente Lösungen gefragt, um die Weiterverwendung von Produkten und das Recycling wertvoller Rohstoffe zu ermöglichen. Bevorzugt nehmen wir deshalb Produkte zurück, für die es bereits etablierte Recyclingverfahren gibt oder für die eine Rückgabe durch Verbraucher*innen gesetzlich vorgeschrieben ist. So haben wir uns beispielsweise entschlossen, für Elektrogeräte ein freiwilliges Rücknahmesystem anzumelden, obwohl wir dazu nach den Grundlagen des Elektrogerätegesetzes nicht verpflichtet wären. Einige Beispiele für gut funktionierende Verwertungssysteme, an denen wir teilnehmen, sind:

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.

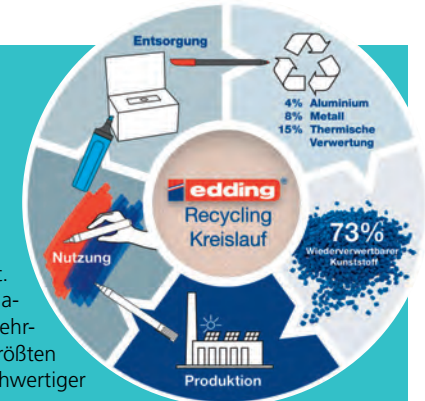
CDS/DVDS

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. Zusätzlich geben wir auch CD-/DVD-Hüllen an dieses Partnerunternehmen zurück, das daraus hochwertigen Recyclingkunststoff herstellt.



SCHREIBGERÄTE

Für ein hochwertiges Recycling ausgedienter Schreibgeräte und Textmarker beteiligen wir uns am Rücknahmesystem der Firma edding. Die Schreibgeräte werden zunächst von der Nordthüringer Werkstätten gGmbH vorsortiert und mechanisch in recyclingfähige Fraktionen getrennt. Danach gehen die Wertstoffe an ein lokales, spezialisiertes Recyclingunternehmen. Durch einen mehrstufigen Aufbereitungsprozess gelingt es, den größten Teil der Materialien wieder für die Produktion hochwertiger Industrieprodukte zu verwenden. Ein Teil der gewonnenen Kunststoffe wird für die Textmarker der Serie edding EcoLine verwendet und damit ein komplett geschlossener Wertstoffkreislauf erzeugt. Neben den Schreibgeräten nutzt die memo AG dieses hochwertige Recyclingverfahren auch für viele andere verbrauchte Büromaterialien aus sortenreinem Kunststoff, zum Beispiel für Sichthüllen oder Briefablagen.



COMPUTER UND LAPTOPS

Ausgediente Computer und Laptops leiten wir an den zertifizierten Fachbetrieb bb-net weiter, der bei uns in der Region sitzt und sich auf IT-Remarketing spezialisiert hat. Elektronikaltgeräte werden dabei bevorzugt für die Zweitnutzung wiederaufbereitet. Vorher muss jedoch ein sicherer Umgang mit den gespeicherten Daten gewährleistet sein. So wird im ersten Schritt bei jedem Gerät die Festplatte BSI- und DSGVO-konform gelöscht. Im zweiten Schritt werden die Geräte auf eine erneute Wiederverwendung geprüft. Dabei werden notwendige Reparaturen getätigt, Ersatzteile ausgetauscht und Qualitätsprüfungen vorgenommen. Geräte, die nicht mehr für den Zweitmarkt geeignet, jedoch noch funktionstüchtig sind, spendet bb-net seit 2019 an das gemeinnützige Hilfsprojekt Lapdoo, die damit Kindern im In- und Ausland Zugang zu IT und Bildung ermöglichen. Lediglich Geräte, die nicht mehr verwendet werden können, werden einem fachgerechten, zertifizierten Recyclingprozess zugeführt. Mittlerweile führt auch die memo AG gebrauchte Elektronikgeräte im Sortiment, die wir unter anderem von bb-net beziehen. Damit schließt sich auch in diesem Bereich der Wertstoffkreislauf.

Im Durchschnitt erreichten uns in den vergangenen fünf Jahren knapp 5.000 Wertstoff-Rücksendungen pro Jahr.





#TEAMMEMO



**„ WIR
HABEN
NICHT DREI,
SONDERN
NUR EINE
ERDE.“**

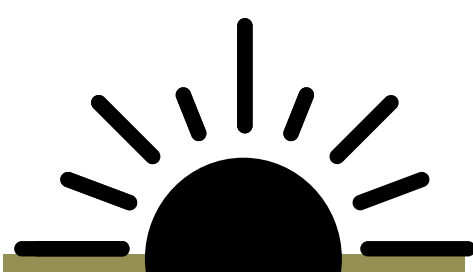
GEBÄUDE UND AUSSENANLAGE

Die memo AG befindet sich im Gewerbegebiet der Gemeinde Greußenheim, ca. 15 km westlich von Würzburg. Beim Blick aus dem Fenster sehen unsere Mitarbeitenden 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 20.000 m² großen Gelände befindet sich das 1995 gebaute Verwaltungsgebäude mit einem direkt angebundenen Lagertrakt und dem Kesselhaus der 2006 erbauten Holz-Hackschnitzel-Heizung. Ein weiteres, im 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. In diesem Gebäude finden aktuell vor allem unsere verschiedenen Maßnahmen zum Gesundheitsmanagement oder die Kinderbetreuung in den Ferien statt.

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 Auswirkungen 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 Anfahrtspuffer und Schleusenbereiche minimiert. So ist eine optimale Wärmedämmung gewährleistet und darüber hinaus wird die Gesundheit der Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden (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. Im gesamten Logistikbereich ist eine bedarfs- und benutzerabhängige, energiesparende LED-Beleuchtung installiert (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 21).



... 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 einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt. Ein Teil der Wiese wird einige Monate im Jahr nicht gemäht und bietet dann vor allem Insekten wertvollen Lebens- und Nahrungsraum.

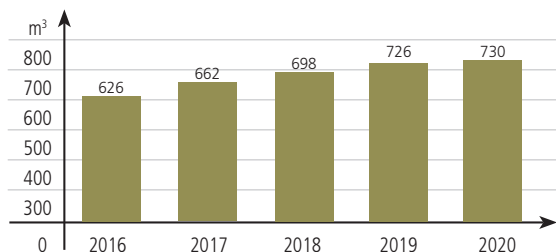


WASSERVERSORGUNG

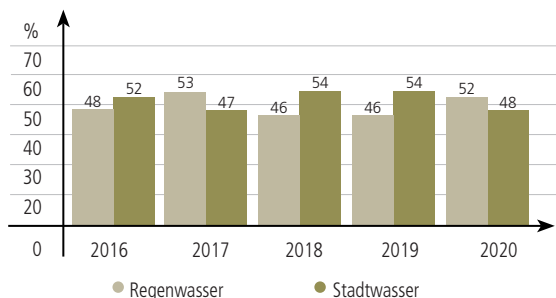


Wasser wird bei der memo AG in erster Linie für die Sanitäreinrichtungen und in der Cafeteria benötigt. Die Brauchwasserversorgung unserer Toiletten kann durch einen separaten Kreislauf aus der 15m³ großen Regenwasserzisterne gesteuert werden. Ist nicht genügend Regenwasser vorhanden, schaltet die Anlage 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 688m³ und bei 6,4m³ pro Mitarbeitenden im Jahr. Nachdem wir den Wasserverbrauch von 2016 bis 2018 unter 700m³ halten konnten, ist dieser in den letzten beiden Jahren wieder auf 726m³ in 2019, bzw. 730m³ in 2020 angestiegen. Der Anteil an Regenwasser über unsere Zisterne lag im Jahr 2019 bei 46 % und im Jahr 2020 bei 52 %.

WASSERVERBRAUCH



VERTEILUNG DES WASSERVERBRAUCHS



100%

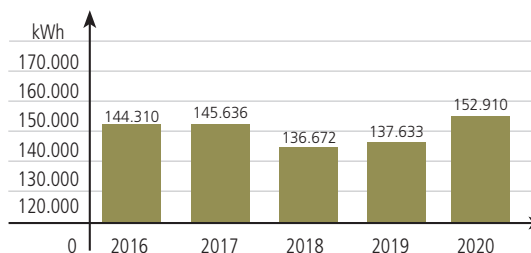
REGENERATIVE ENERGIE AUS WASSER- UND WINDKRAFT



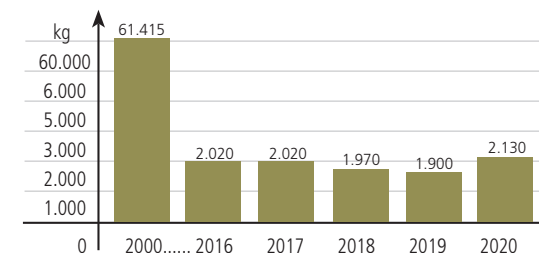
STROMBEDARF

Strom wird bei der memo AG vor allem für EDV- und Bürogeräte, für die Raumbeleuchtung, für die Raumklimatisierung und -heizung, für elektrische Flurförderfahrzeuge sowie für die vier Elektroladesäulen benötigt. Wo großzügige Fensterflächen und zusätzliche Oberlichter nicht ausreichen, setzen wir für die Beleuchtung unserer Büroräume Tageslichtspektrum-Leuchten mit elektronischen Vorschaltgeräten ein. In den Fluren sorgen Bewegungsmelder und Tageslichtsensoren dafür, dass sich die Beleuchtung nur bei Bedarf anschaltet. In unserer Logistikhalle ist eine LED-Beleuchtungsanlage installiert, die energiesparende Leuchtmittel mit einer intelligenten, bedarfsgerechten Systemsteuerung kombiniert. 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. Der Strom unseres Anbieters Naturstrom ist mit dem Grünen Strom-Label ausgezeichnet, das von namhaften Umwelt- und Verbraucherschutzverbänden getragen wird und Ökostromprodukte mit besonders hohem Umweltnutzen kennzeichnet. In den letzten fünf Jahren verbrauchte die memo AG im Durchschnitt 143.432 kWh Strom. Mit einem Verbrauch von 152.910 kWh in 2020 erreichten wir den höchsten Wert seit fünf Jahren, was u.a. auf die verstärkte Nutzung der Elektroladesäulen und eine zusätzlich installierte Deckenheizung zur Unterstützung der bestehenden Heizung in unserer Logistikhalle für Großteile zurückzuführen ist.

STROMVERBRAUCH



CO₂e-EMISSIONEN STROMVERBRAUCH

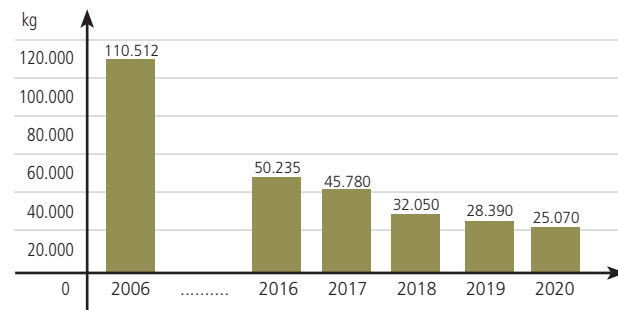


ENERGIEVERBRAUCH ZUR WÄRMEERZEUGUNG

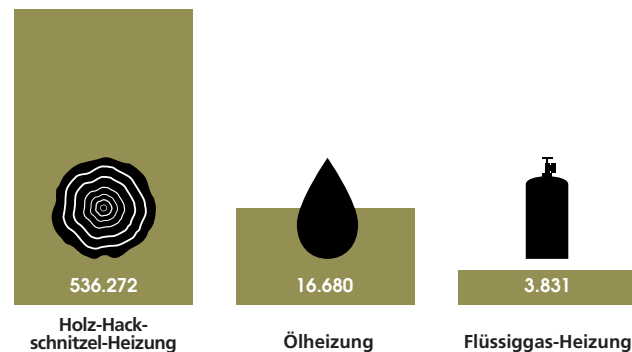
Schon beim Bau unseres Firmengebäudes 1995 sorgten wir durch entsprechende Dämmung im Außen- und Innenbereich dafür, den Energieverbrauch für die Wärmeversorgung auf möglichst niedrigem Niveau zu halten. Details dazu finden Sie auf Seite 58. Um unnötigen Energieverbrauch zu vermeiden, ist die Steuerung 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 und zum damaligen Zeitpunkt technisch ausgereifte Ölheizung. Seit der Inbetriebnahme einer Holz-Hackschnitzel-Heizung im Jahr 2006 wird diese 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 874t CO_{2e}-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 Wärmeherzeugung durch erneuerbare Ressourcen. 2020 lag dieser Wert bei über 97 %. Die Winter 2018/19 und 2019/20 waren im Durchschnitt zu mild und bestätigten damit erneut die langfristigen Klimaprognosen für unsere Region. Da wir unseren Energiebedarf dabei hauptsächlich über unsere Holz-Hackschnitzel-Heizung decken konnten, waren die CO_{2e}-Emissionen mit 28.390kg in 2019 und 25.070kg in 2020 die niedrigsten der letzten fünf Jahre und unter dem Durchschnittswert von 36.305kg. Seit März 2019 nutzen wir das Gebäude auf dem 2013 erworbenen Nachbargrundstück nicht mehr als Bürofläche, sondern zur Kinderbetreuung in den Ferien sowie für Sportkurse und Massagen. Aus technischen Gründen kann es nicht an die Holz-Hackschnitzel-Heizung angebunden werden und wird daher mit einer bestehenden Flüssiggasheizung betrieben. Da es sich um ein kleines Gebäude handelt, das zudem nicht dauerhaft beheizt wird, ist der Verbrauch von Flüssiggas sehr gering (2019: 223m³ / 2020: 141m³). 2020 entstanden durch diesen Energieträger 1.070kg CO_{2e}-Emissionen. Neben den Treibhausgasemissionen verursacht der Betrieb unserer Heizanlagen auch geringe Mengen an Luftschadstoffen wie z.B. Kohlenmonoxid (CO) und Schwefeldioxid (SO₂). Alle Anlagen werden regelmäßig durch unabhängige Stellen geprüft. Die rechtlichen Anforderungen zu Emissionsgrenzwerten werden eingehalten.

CO_{2e}-EMISSIONEN HEIZUNG



ENERGIEVERBRAUCH HEIZANLAGEN IN 2020 (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 Mitarbeitender. Durch verschiedene Maßnahmen wollen wir sie dennoch zu nachhaltiger Mobilität motivieren. An den 2019 in Betrieb genommenen vier Elektroladesäulen können Elektroautos vergünstigt geladen werden. Unser Partner Naturstrom hat uns dafür nicht nur die notwendige Hardware geliefert, sondern versorgt uns auch mit Strom aus 100 % regenerativen Energien (siehe Seite 59). Da sich in nächster Umgebung unseres Standorts nach wie vor keine öffentliche Ladesäule befindet, sehen wir das auch als Anreiz für unsere Mitarbeiter*innen, über die Anschaffung eines Elektrofahrzeugs nachzudenken. Weiterhin unterstützen wir sie bei der Bildung von Fahrgemeinschaften und bieten ein steuervergünstigtes Leasing-Modell für (E-)Bikes an. Seit 2020 bieten wir unseren Mitarbeitenden in Zusammenarbeit mit dem Landkreis Würzburg vergünstigte ÖPNV-Monatstickets für eine der Hauptstrecken von und nach Würzburg an. Regelmäßige Sprit-Spartrainings runden das Angebot ab.



Wir pflegen einen intensiven, persönlichen Kontakt zu unseren Stakeholdern und insbesondere zu unseren Kund*innen und Lieferant*innen (Lesen Sie dazu mehr ab Seite 68). Vor allem zur Sicherstellung der Umwelt- und Qualitätsstandards unserer Produkte, der laufenden Optimierung unseres Kundenservice und der Pflege persönlicher Kontakte sind Geschäftsreisen unvermeidbar. Onlinekonferenzen können auch in Zukunft nur bedingt ein Ersatz sein. Soweit möglich und sinnvoll legen wir Langstrecken mit der vergleichsweise umweltverträglichen Bahn zurück, die im Rahmen ihres Geschäftskundenprogramms 100 % Ökostrom einsetzt. Alle Mitarbeitenden, die regelmäßig auf Geschäftsreise sind, erhalten vom Unternehmen eine BahnCard. Innerhalb Deutschlands fliegen wir grundsätzlich nicht und auch bei Reisen in angrenzende Länder wählen wir, wo sinnvoll und abhängig von der Zugverbindung, ebenfalls die Bahn. Obwohl wir Lieferant*innen aus Deutschland und Europa bevorzugen, können wir Flugreisen nicht komplett vermeiden. Dessen ungeachtet sind wir in den Jahren 2019 und 2020 nicht geflogen.

„Wir fahren Erdgas-Lkw!“

Energien geladen und für Fahrten in der Region sowie im Außendienst für Kundenbesuche genutzt. 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

Der Fuhrpark der memo AG besteht aus einem herkömmlichen Diesel-Lkw, einem in 2019 angeschafften Erdgas-Lkw (siehe Bild links), zwei Diesel-Pkws, zwei Elektro- und vier Erdgasfahrzeugen. Die Elektrofahrzeuge werden ausschließlich mit Strom aus 100 % regenerativen

entschieden. Der Lkw wird in erster Linie für Fahrten in der Region in unsere regionalen Außenlager und für Lieferungen an Kund*innen, die wir in Ausnahmefällen selbst vornehmen, eingesetzt. Die vier Erdgas-Pkws werden von den Mitarbeitenden im Außendienst genutzt, um Kund*innen persönlich zu betreuen und vor Ort zu besuchen. Aufgrund des sukzessiven personellen Ausbaus des Außendienstes steigt auch die jährliche Fahrleistung immer weiter an. Mit knapp 145.000 km im Jahr 2019 lag diese um rund 39 % höher als in 2018. Trotz Corona konnten v.a. im Sommer 2020 geschäftliche Fahrten unternommen werden. Die jährliche Fahrleistung sank zwar im Vergleich zum Vorjahr um knapp 17 %, betrug aber dennoch 121.000 km. Um die aus dem Außendienst resultierende Steigerung der Geschäftsreisen im Rahmen zu halten, werden – soweit möglich – mehrere Kund*innen innerhalb einer Reise besucht. Durch die Anschaffung des Erdgas-Lkws sinkt die jährliche Fahrleistung unseres Diesel-Lkws auf zuletzt 10.123 km in 2019, bzw. 4.894 km in 2020. Die durch Geschäftsreisen insgesamt verursachten Emissionen lagen im Jahr 2019 bei 49.360 kg, in 2020 bei 41.420 kg CO_{2e}.

DIE ZUR EINDÄMMUNG DER CORONA-PANDEMIE BESCHLOSSENEN MASSNAHMEN HABEN U.A. ZU EINEM DEUTLICHEN RÜCKGANG DER MOBILITÄT GEFÜHRT. AUCH BEI DER MEMO AG HATTEN DIE BESCHRÄNKUNGEN AUSWIRKUNGEN: WENIGER GESCHÄFTSREISEN BEDEUTEN WENIGER PERSÖNLICHE KONTAKTE, ABER ANDERERSEITS AUCH WENIGER TREIBHAUSGASEMISSIONEN IN DIESEM BEREICH.

PAPIERBEDARF UND -VERBRAUCH

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 Verzicht auf Ausdrücke 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 Kund*innen zurückgesendet wird, bzw. Mängel oder Defekte aufweist. Soweit verfügbar verkaufen wir dieses Papier mittlerweile auch vergünstigt als B-Ware an Gewerbekund*innen. 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 Kund*innen 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. Rechnungen an unsere Kund*innen versenden wir – soweit von ihnen nicht anders erwünscht und eine eindeutige E-Mail-Adresse vorliegt – per E-Mail. In Papierform werden sie ausschließlich doppelseitig und in Schwarz-Weiß gedruckt. Aufgrund der geringen Retourenquote von unter 5% verzichten wir bei gewerblichen Kund*innen auf die Beilage eines Retourenscheins und bieten für eventuelle Rücksendungen eine einfache Abwicklung über unsere Onlineretoure an. Auf vielfache Nachfrage erhalten unsere Privatkund*innen 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.

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

649.500 BLATT

MEHR BESTELLUNGEN VERURSACHEN MEHR PAPIERVERBRAUCH: INSGESAMT LAG DIESER IM JAHR 2019 BEI KNAPP 552.000 UND 2020 BEI RUND 649.500 BLATT.

- 6T HOLZ

DA WIR AUSSCHLIESSLICH RECYCLINGPAPIER VERWENDEN, SPARTEN WIR ALLEINE IM LETZTEN JAHR ÜBER 6T HOLZ, KNAPP 103.000L WASSER, RUND 21.160 KWH ENERGIE UND 564 KG CO₂ EIN (WWW.PAPIERNETZ.DE).

24 SEITEN PRO ARBEITSTAG

IM JAHR 2020 HAT JEDER MEMO MITARBEITENDE IM SCHNITT 24 SEITEN – UND DAMIT SECHS MEHR ALS 2018 – PRO ARBEITSTAG AUSGEDRUCKT. DAS SIND DURCHSCHNITTLICH 6.080 BLATT PRO MITARBEITER*IN UND JAHR. DIE STEIGENDE ANZAHL AN BESTELLUNGEN BEDINGT AUCH EINE STEIGENDE ANZAHL AN GEDRUCKTEN DOKUMENTEN FÜR UNSERE KUND*INNEN.

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

NACHHALTIGKEITSRECHNER FÜR BÜROPAPIER

Papierverbrauch	649.500	Blatt DIN A4
	Recyclingpapier	Frischfaserpapier
Altpapier / Holz (in kg)	3.629,6	9.709,3
Wasser (in l)	66.435,3	169.166,9
Energie (in kWh)	13.594,3	34.750,8
CO ₂ (in kg)	2.871,3	3.435,2

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. 2020 sind bei uns lediglich 1.433 Energiesparlampen angefallen. Diese haben wir an ein Dienstleistungsunternehmen zum Recycling weitergeleitet. Bei den Energiesparlampen handelt es sich fast ausschließlich um verbrauchte Produkte, die uns von Kund*innen 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, von 2.980 kg in 2019 um 71 % auf sehr geringe 865 kg in 2020 reduzieren. Trotz dieser vergleichsweise kleinen Menge setzen wir unsere Maßnahmen auch in diesem Bereich fort. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 48/49.

ALLGEMEINER PAPIERABFALL

Durch regelmäßige Schulungen und Informationsveranstaltungen sowie im täglichen Büroalltag motivieren wir unsere Mitarbeitenden 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, allerdings bedeutet ein Anstieg der Bestellungen auch einen erhöhten Papierverbrauch. 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 Lieferant*innen zusammen und optimieren Verpackungen und Bestellmengen. Auf diese Weise konnten wir den Kartonagenabfall im Jahr 2020 um 12 % gegenüber dem Vorjahr reduzieren.

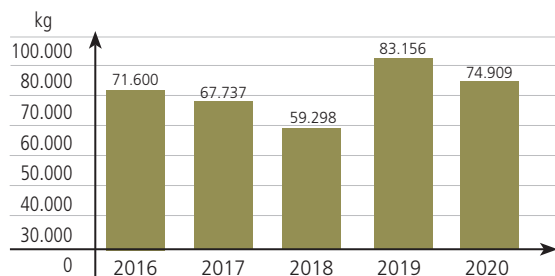
KUNSTSTOFFABFALL

Auch Kunststoffabfälle entstehen bei uns in erster Linie bei Warenanlieferungen. Paletten sind zur Transportsicherung in der Regel mit Kunststofffolie umhüllt. Zum Teil werden Kunststoffbänder als zusätzliche Sicherung eingesetzt. Auch hier erarbeiten wir mit unseren Lieferant*innen Lösungen zum sparsamen Einsatz von Verpackungsmaterial. Trotz unserer intensiven Bemühungen ist der Kunststoffabfall in den letzten beiden Jahren leider deutlich auf 5.485 kg in 2019 und auf 7.437 kg im Jahr 2020 gestiegen. Zur Trennung der verschiedenen Kunststoffarten haben wir zusammen mit unserem Recyclingunternehmen ein gesondertes Wertstoff-Sammelsystem entwickelt.

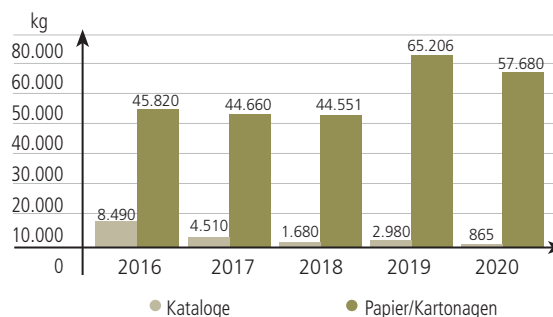
HAUS- UND BIOMÜLL

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.

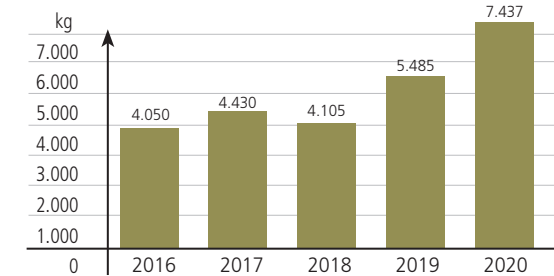
ABFÄLLE GESAMT

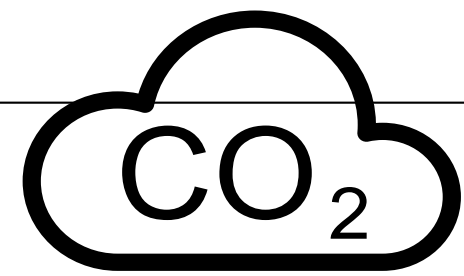


PAPIER- UND KARTONAGENABFALL



KUNSTSTOFFABFALL



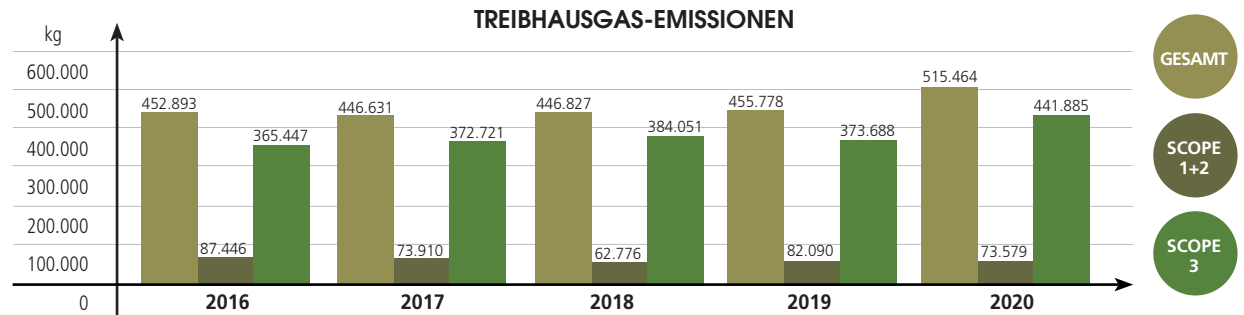


VERMEIDEN VOR REDUZIEREN VOR KOMPENSIEREN

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 oder 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 2020 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*innen, die wir zusammen mit renommierten Partnerunternehmen verifizieren und in Emissionswerte umrechnen lassen. Der Anteil der Scope 3-Emissionen unserer Klimabilanz im Jahr 2020 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*innen 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 Lieferant*innen bzw. Hersteller*innen oder die Fahrten unserer Mitarbeitenden 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.

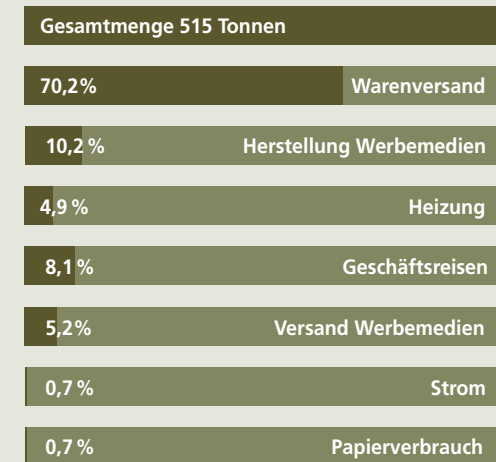


ENTWICKLUNG DER TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN

Im Jahr 2020 hat die memo AG 515t CO_{2e} erzeugt. Trotz einer Steigerung um etwa 14 % gegenüber den letzten Jahren, konnten wir die gesamten Emissionen seit dem Jahr 2008 um 21 % senken und damit unseren Zielwert von 525t CO_{2e} für das Jahr 2020 erreichen. Für das Jahr 2030 haben wir uns nun eine weitere Reduzierung um 50 % gegenüber dem Basisjahr 2008 vorgenommen.

Im Jahr 2020 führte die positive geschäftliche Entwicklung unseres Unternehmens zu einem deutlich höheren Versandvolumen und damit zu gestiegenen absoluten Emissionen beim Warenversand. Die Emissionen durch Wärmeversorgung oder Geschäftsreisen konnten wir dagegen merklich reduzieren. 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 2020



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 14 % auf 2.871 kg CO_{2e} reduzieren.

SCOPE 3

HERSTELLUNG DER WERBEMEDIEN (Details auf Seite 48)

- Einsatz von 100 % Recyclingpapier
- Blauer Engel für Druckerzeugnisse
- Einsatz von Ökostrom für den Druck der Jahreskataloge
- Auswahl von regionalen Dienstleister*innen
- 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 84 % senken. Durch die Herstellung unserer Kataloge und Mailings entstanden im Jahr 2020 51.997 kg CO_{2e} (im Durchschnitt 0,06 kg / Exemplar). Alleine im Jahr 2020 konnten wir die Emissionen gegenüber dem Vorjahr erneut um 16 % reduzieren.

SCOPE 3

GESCHÄFTSREISEN (Details auf Seite 61)

- Bevorzugung der Bahn für Geschäftsreisen
- Weitestgehende Vermeidung von Flugreisen

Im Jahr 2020 sind durch Geschäftsreisen mit der Bahn und mit dem Flugzeug nahezu keine CO_{2e}-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 874 t CO_{2e}-Emissionen für unsere Wärmeversorgung einsparen und zuletzt ca. 97 % des Energiebedarfs durch erneuerbare Ressourcen decken. Die Emissionen im Jahr 2020 betragen 25.070 kg (3,80 kg CO_{2e}/m² Gebäudefläche). Der Anteil an den gesamten Emissionen liegt bei 4,9 %.

WICHTIGE KLIMASCHUTZ-MASSNAHMEN DER MEMO AG IM ÜBERBLICK

SCOPE 3

VERSAND WERBEMEDIEN (Details auf Seite 50)

- Weitgehender Verzicht auf Verpackungsmaterial
- Bevorzugung von Dienstleister*innen 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 71 % senken. 2020 wurden 26.700 kg CO_{2e} erzeugt. Dies entspricht etwa 5,2 % unserer gesamten Emissionen.

SCOPE 1

FUHRPARK (Details auf Seite 61)

- Nutzung von Elektrofahrzeugen
- Nutzung von Erdgasfahrzeugen
- Konzentration auf einen Logistik-Standort (seit 2007)

Im Jahr 2020 haben wir mit unseren Firmenfahrzeugen etwas mehr als 168.000 km zurückgelegt. Knapp 75 % der zurückgelegten Strecke entfiel auf die Erdgasfahrzeuge und immerhin knapp 8 % auf die Elektrofahrzeuge. Gegenüber dem Vorjahr ist die gesamte Fahrleistung um etwa 10 % gesunken. Im Jahr 2020 entstanden durch Geschäftsreisen mit unseren Firmenfahrzeugen 41.420 kg CO_{2e}. Der Anteil an den gesamten Emissionen liegt bei 8,1 %.

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 0,7 %. Im Jahr 2020 wurden durch unseren Strombedarf 2.130 kg CO_{2e} erzeugt (16,6 kg CO_{2e} / Mitarbeiter*in).

SCOPE 3

WARENVERSAND (Details auf Seite 50–53)

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

Durch den Warenversand an und die Retouren von unseren Kund*innen entstanden im Jahr 2020 insgesamt 362 t CO_{2e}-Emissionen (70,2 % der Gesamtemissionen unserer Klimabilanz). Ein Paket an eine/n Kund*in verursacht im Durchschnitt zwischen 520 g und 760 g CO_{2e}. Die Emissionen durch unseren Paketversand sind im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr aufgrund erhöhter Geschäftstätigkeit erneut um 26 % angestiegen.

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. 2020 unterstützten wir unter anderem ein Projekt in Tansania, das Privathaushalte mit niedrigem Einkommen und kleinere Betriebe mit Solaranlagen ausstattet.





#TEAMMEMO



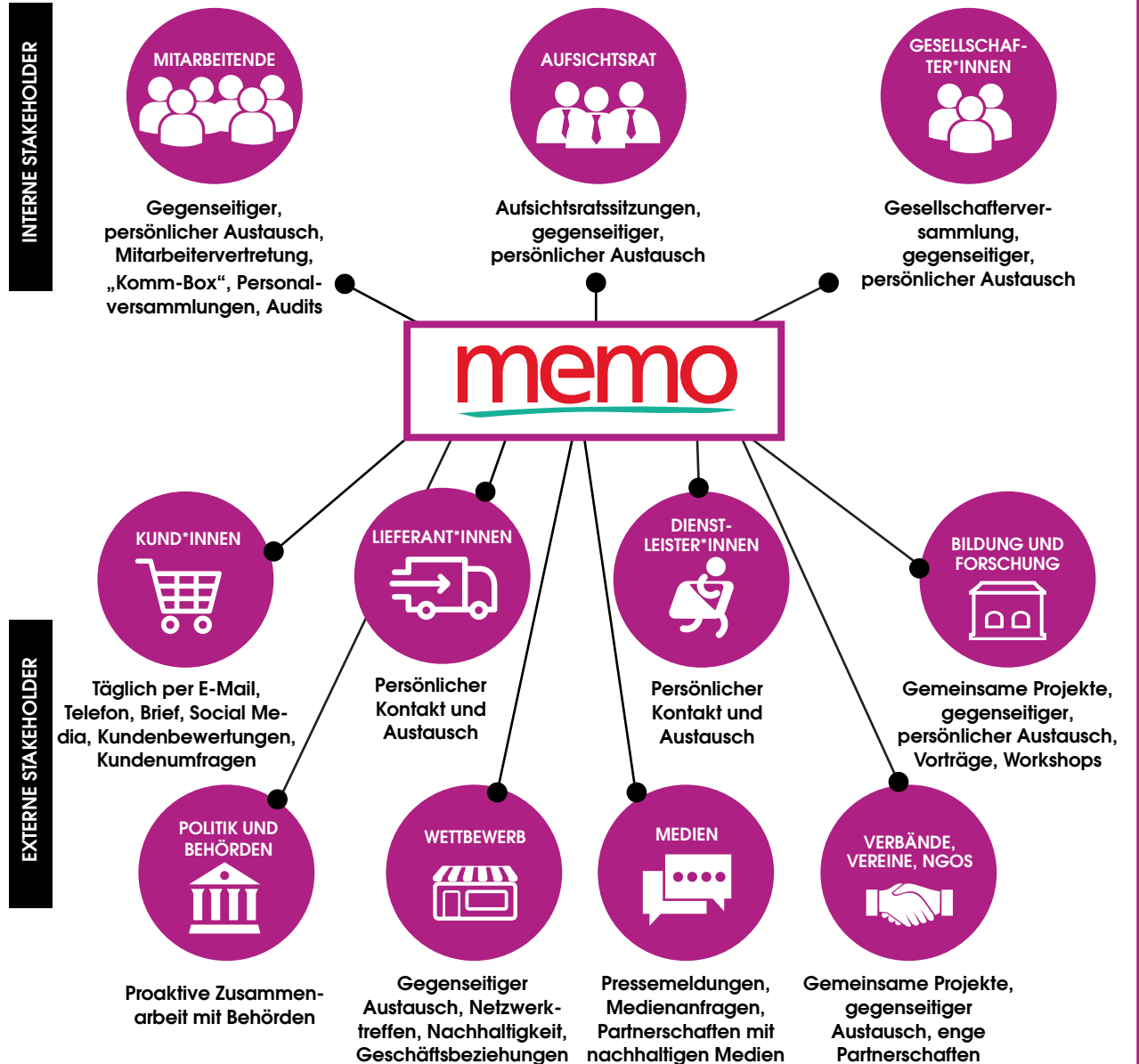
**„ETWAS
GROSSES
SCHAFFT
MAN NIE
ALLEINE.“**

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. Dabei sind die einzelnen Stakeholder nicht trennscharf voneinander abzugrenzen, sondern häufig auch Bestandteil einer oder sogar mehrerer anderer Interessensgruppen. So sind beispielsweise viele NGOs auch Kund*innen von uns.

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 Kund*innen 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. 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



MITARBEITENDE

Die Mitarbeitenden sind einer der wichtigsten Stakeholder der memo AG, denn nur mit ihnen zusammen können wir Nachhaltigkeit ganzheitlich im Unternehmen umsetzen. Alle unsere Mitarbeitenden leisten täglich in ihrem jeweiligen Bereich ihren 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 Mitarbeitenden mit dem Unternehmen, ihrem Arbeitsbereich, der jeweiligen Führungskraft und der Geschäftsleitung (Lesen Sie dazu mehr ab Seite 26). Anregungen, Probleme und Kritik können die Mitarbeitenden außerdem an die memo Mitarbeitervertretung herantragen. Das zweiköpfige Team setzt sich aus jeweils einer Person aus der Verwaltung und aus der Logistik zusammen und wird jeweils für zwei Jahre von allen Mitarbeitenden unterhalb der Geschäftsführungsebene gewählt. Zusätzlich gibt es unsere „Komm-Box“, über die Mitarbeitende ihr Anliegen in schriftlicher Form an die Geschäftsleitung herantragen können.



KUND*INNEN

Täglich treten unsere Kund*innen per E-Mail, Telefon, Brief oder über unsere Social Media-Kanäle mit uns in direkten Kontakt. Ihre Anliegen werden anschließend an die jeweils betreffende Fachabteilung zur Bearbeitung weitergeleitet. Inhaltlich haben unsere Kund*innen 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 Kund*innen die Möglichkeit, in unseren Onlineshops memo.de und memolife.de Bewertungen zur memo AG und zu von ihnen gekauften Produkten abzugeben, was sowohl für uns als auch für andere Kund*innen hilfreich ist.



GESELLSCHAFTER*INNEN

Die Gesellschafter*innen der nicht börsennotierten memo AG sind Ulrike Wolf, Frank Schmähling, Richard Wolf und Jürgen Schmidt. Die Mitarbeitenden 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 Aktionär*innen untereinander ist damit neben der jährlichen Hauptversammlung jederzeit gegeben.



LIEFERANT*INNEN

Wir pflegen langfristige, partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferant*innen und den herstellenden Unternehmen der Produkte, die wir in unserem Sortiment führen. Mit manchen von ihnen arbeiten wir bereits seit dem Start unseres Versandgeschäftes vor 30 Jahren erfolgreich zusammen. Als Anbieter sorgfältig geprüfter, nachhaltiger Produkte ist es unerlässlich, sowohl die Produkte als auch die Unternehmen selbst genau „unter die Lupe zu nehmen“. Unser Produktmanagement pflegt einen intensiven persönlichen Kontakt mit den Lieferant*innen, 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 Lieferant*innen nach geeigneten Lösungen. Gerade in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten hat sich diese Art der Zusammenarbeit bewährt und zur Festigung unserer Position am Markt beigetragen.



DIENSTLEISTER*INNEN

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 Dienstleistungsunternehmen zur Berechnung und Kompensation von Treibhausgasemissionen sowie für den Bereich Entsorgung und Recycling. Soweit möglich wählen wir sie nach ökologischen und sozialen Kriterien aus und streben partnerschaftliche, langfristige und dauerhafte Geschäftsbeziehungen mit ihnen an. Zusätzlich achten wir darauf, dass auch diese Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit ernst nehmen und sich an dieser Stelle 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 unterstützen wir beispielsweise seit Februar 2019 als Praxispartner das Forschungsprojekt **Inno-dux**, 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. Mehr Informationen dazu finden Sie auf Seite 42/43.



POLITIK UND BEHÖRDEN

Die memo AG handelt seit Beginn an nach den obersten Grundwerten der Demokratie. Obwohl einige politische Parteien zu unseren Kund*innen zählen, tendieren wir zu keiner Partei und verhalten uns politisch neutral. Aktiv arbeiten wir mit dem **Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE)** 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. 2020 haben wir bereits zum vierten 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 nachhaltigen Leistungen mit anderen Unternehmen. Wir möchten zeigen, dass man mit einer verantwortungsvollen 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**. Ebenfalls als Good-Practice-Beispiel in der Kategorie „Nachhaltigkeit im Kerngeschäft“ und als einer der Leuchttürme nachhaltigen Wirtschaftens werden wir in der Studie zum „Stand nachhaltigen Wirtschaftens in Deutschland“ (Mai 2021) genannt, die der RNE bei der TU Dresden in Auftrag gegeben hat. Weitere Informationen dazu finden Sie unter [nachhaltigkeitsrat.de](https://www.nachhaltigkeitsrat.de).



WETTBEWERB

Als Versandhändler*innen für nachhaltige Produkte und im Kern nachhaltiger Büroprodukte kommen unsere Wettbewerber*innen 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. Zu einigen von ihnen haben wir mittlerweile auch geschäftliche Beziehungen. Weiterhin sind wir Mitglied des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh) und des Deutschen Dialogmarketing Verbandes e.V. (DDV). Auch hier besuchen wir in unregelmäßigen Abständen Tagungen und Kongresse, um uns auf dem Laufenden zu halten und uns mit anderen Versandhändler*innen und Mitbewerber*innen 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 Vertreter*innen entsprechender Unternehmensbereiche – in telefonischer oder persönlicher Form geführt. Durch den Versand von Pressemeldungen informiert die Unternehmenskommunikation auch proaktiv über aktuelle Themen, Produkte und Maßnahmen der memo AG. Adressiert werden diese in erster Linie an Medien mit nachhaltigem Inhalt, Wirtschaftsmedien, die regionale Presse und Fachmedien aus den

Bereichen PBS, Office, Werbeartikel und Marketing. Zusätzlich werden auch Kooperationspartner*innen, die eigene Onlineplattformen und Newsletter haben oder Printmedien herausgeben, bedient. Mit ausgewählten Medien mit nachhaltigem Schwerpunkt bestehen Partnerschaften auf finanzieller Basis – beispielsweise mit dem Nachrichtendienst UmweltDialog. Zur Arbeit der Unternehmenskommunikation zählt weiterhin die Unterstützung des Social Media Redaktionsteams, das aus Mitgliedern verschiedener Abteilungen der memo AG besteht.



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 Partnerschaften finden Sie auf der rechten Seite.

Mit dem LBV (Landesbund für Vogelschutz) arbeiten wir seit dem Jahr 2018 zusammen. Ursprünglich ein reiner Vogelschutzverband, sind die Aufgaben des LBV mittlerweile sehr vielfältig. Neben politischer Lobbyarbeit, angewandter Naturschutzforschung oder Artenhilfsprogrammen im Auftrag des Landesamtes für Umwelt (LfU), betreibt der Verband seit über 30 Jahren Umweltbildung bzw. Bildung für Nachhaltige Entwicklung und erreicht damit mehr als 130.000 Menschen im Jahr. Einige von ihnen waren im September 2019 die memo Mitarbeitenden, die an einer Wiesenkräuter-Aktion in unserem memo Naturgarten in Greußenheim teilgenommen haben. Zu Beginn erhielten sie von der Referentin, Diplom-Biologin Janina Kempf, eine kleine Kräuterkunde

und erfuhren dabei, was auf den herkömmlichen Wiesen der Region wächst und welche Kräuter giftig, welche essbar oder sogar heilend sind. Die anschließend gesammelten Kräuter aus unserem Garten wurden dann in der Küche verarbeitet und zum Abschluss gemeinsam verspeist.



Aufgrund der Corona-Pandemie konnten seit März 2020 kaum gemeinsame Projekte mit unseren Partner*innen durchgeführt werden. Die Kommunikation mit unseren Stakeholdern hat sich in der Regel auf die digitalen Kanäle beschränkt. Sobald dies wieder möglich ist, werden wir Versprochenes nachholen und Neues in Angriff nehmen.





Der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. ist die größte Umweltinitiative der Wirtschaft in Europa. Seit über 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.



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.



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.



Um gemeinsam Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologisches, soziales und innovatives Wirtschaften zu fördern, traten wir 1992 dem Unternehmensverband UnternehmensGrün bei. Seit März 2021 ist UnternehmensGrün nun der Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft (BNW) e.V., setzt sich aber nach wie vor für das Ziel, die politische Stimme der nachhaltigen Wirtschaft zu sein, ein. Unsere gemeinsame Vision ist eine Wirtschaft, die im Einklang mit Mensch, Klima und Natur zukunftsfähig ist. Um das zu erreichen, setzen wir uns miteinander für politische Rahmenbedingungen ein, die den Weg dorthin ebnen.



Seit 2018 arbeiten wir mit dem Bergwaldprojekt e.V. zusammen. 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. Hierzu führt das Bergwaldprojekt Einsätze mit jährlich weit über 2.000 Freiwilligen durch, um 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.



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.



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

WEITERE PARTNER*INNEN UND AUSFÜHRICHE
INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER

**MEMOWORLD.DE/
PARTNER**

STAKEHOLDERBEFRAGUNG

Von Oktober bis Dezember 2020 haben wir bei unseren Gewerbe- und Privatkund*innen, Lieferant*innen sowie Kooperationspartner*innen eine Stakeholderbefragung durchgeführt. Zu beantworten waren insgesamt 31 Fragen in den Bereichen Unternehmen allgemein, Sortiment, Warenversand und Retouren, Marketing sowie Nachhaltigkeitsmanagement. Ziel der Befragung war es, die Meinung dieser Stakeholder zu unseren bereits bestehenden nachhaltigen Leistungen einzuholen und ggf. zu verbessern sowie eventuell neue Handlungsfelder zu bestimmen. Letztlich haben wir 571 vollständig beantwortete Fragebögen zurückerhalten. Unsere Stakeholderbefragung erhebt zwar keinen Anspruch auf Repräsentativität, die Ergebnisse waren für uns aber durchaus aufschlussreich.

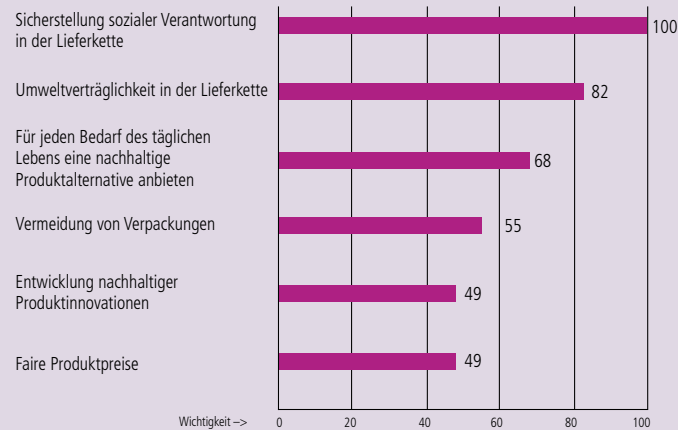
UNTERNEHMEN ALLGEMEIN

Alle befragten Stakeholder nehmen uns durchweg als verantwortungsbewusst, kompetent, glaubwürdig und sympathisch wahr. Um festzustellen, um welche gesellschaftlichen Themen sich die memo AG besonders kümmern sollte, haben wir die Teilnehmer gebeten uns jeweils die aus ihrer Sicht fünf wichtigsten Themenfelder aus einer Auswahl von insgesamt 22 Aspekten zu benennen. Mit deutlichem Abstand auf den ersten beiden Plätzen nennen unsere Stakeholder die „Sicherstellung sozialer Verantwortung und Umweltverträglichkeit in der Lieferkette“. Auf den Plätzen 3 und 4 folgen das „Angebot nachhaltiger Produktalternativen für jeden Bereich des täglichen Lebens“ und die „Vermeidung von Verpackungen“, gefolgt von der „Entwicklung nachhaltiger Produktinnovationen“ und „Fairen Produktpreisen“. Am wenigsten wichtig erachten die Befragten „Spenden an soziale Projekte im In- und Ausland“ und die „Kinder- und Jugendförderung“ als Handlungsfelder für die memo AG. Der „umwelt- und klimaverträgliche Warenversand“ liegt mit Platz 8 eher im vorderen Mittelfeld des Rankings. Ein Grund hierfür könnte sein, dass wir uns darum bereits intensiv bemühen und der überwiegende Teil unserer Kund*innen dies auch als sehr gut erfüllt bewertet, wie die nachfolgende Frage nach der Umsetzung verschiedener Aspekte durch uns bestätigt.

SORTIMENT

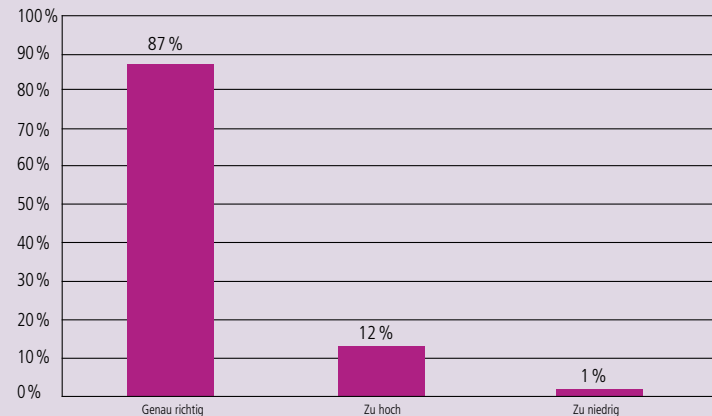
In einem sind sich unsere Stakeholder einig: Nachhaltiger Konsum spielt eine entscheidende Rolle für die zukunftsfähige Entwicklung unserer Gesellschaft. Zusätzlich sind sie der Meinung, dass unsere Preise weder zu hoch noch zu niedrig, sondern genau richtig sind. Diese Ergebnisse bestätigen unser Geschäftsmodell, nachhaltige (Alltags)Produkte zu fairen Preisen anzubieten und damit möglichst vielen Gesellschaftsschichten einen bewussten Konsum zu ermöglichen. Über 90 % der Befragten sind der Meinung, dass die Produkte im Sortiment der memo AG einen positiven Beitrag zu Ressourcen- und Klimaschutz leisten. Ebenso erfreulich ist, dass sich mindestens drei Viertel der befragten Stakeholder bewusst sind, dass wir alle Produkte anhand umfangreicher Beschaffungskriterien prüfen, bevor wir diese ins Sortiment aufnehmen.

UM WELCHE GESELLSCHAFTLICHEN THEMEN SOLLTE SICH DIE MEMO AG BESONDERS KÜMMERN?



Darstellung der sechs wichtigsten aus insgesamt 22 Aspekten.

DIE PREISE FÜR UNSERE PRODUKTE SIND



WARENVERSAND UND RETOUREN

Auch bei den Themen, um die wir uns beim Versand der Waren besonders kümmern sollten, sind sich unsere Stakeholder einig: Ganz oben und damit besonders wichtig sind die sozialverträglichen Arbeitsbedingungen bei den Zustelldiensten. Dieses Ergebnis spiegelt auch die regelmäßigen Medienberichte und Diskussionen in der Gesellschaft wider. Platz zwei und drei nehmen der klimaneutrale Versand und der Versand im Mehrwegsystem ein. Abgeschlagen auf dem letzten Platz und damit nur für sehr wenige unserer Stakeholder ein Thema ist der kostenlose Versand, den wir in der Regel nur bei bestimmten Aktionen, z.B. im Rahmen eines versandkostenfreien Wochenendes, anbieten.

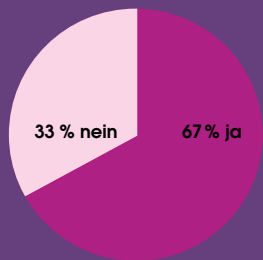
Die Forschungsgruppe Retourenmanagement der Universität Bamberg hat ermittelt, dass im Jahr 2018 in Deutschland etwa 280 Millionen Pakete und 487 Millionen Artikel an Onlinehändler zurückgeschickt wurden. Und: Ein retournierter Artikel kostet im Durchschnitt rund elf Euro, inklusive Porto und Bearbeitungsgebühr. Insgesamt entständen den Onlinehändlern durch Rücksendungen Kosten in Höhe von über 5 Milliarden Euro. Eine Maßnahme zur Verringerung von Rücksendungen könnte – so die Wissenschaftler*innen – eine gesetzlich verankerte Rücksendegebühr in Höhe von 2,95 Euro pro Sendung sein. Damit könnten etwa 16 % aller Retouren vermieden werden. Wie stehen nun unsere Stakeholder zu diesem Thema? Mindestens zwei Drittel der Befragten sind der Meinung, dass – außerhalb des gesetzlichen Rückgaberechts – Retouren etwas kosten sollten. Von diesen zwei Dritteln würde die überwiegende Mehrheit von 91 % drei Euro oder mehr bezahlen.

Wie sieht es nun mit unserem Mehrweg-Versandssystem „memo Box“ aus? Erfreulich ist, dass 83 % der Befragten die „memo Box“ kennen. Die meisten von ihnen sind sich auch der Vorteile bei der Bestellung in der „memo Box“ bewusst und schätzen sowohl den ökologischen als auch den Gebrauchsnutzen hoch ein. Doch wären sie bereit dafür auch höhere Versandkosten in Kauf zu nehmen? Eher nein sagen 60 % aller Befragten. Von den Befürworter*innen würde die deutliche Mehrheit von 94 % einen Euro oder mehr Versandkosten zusätzlich zahlen.

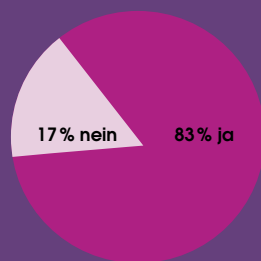
UM WELCHE THEMEN SOLLTE SICH DIE MEMO AG BEIM VERSAND DER WAREN BESONDERS KÜMMERN?



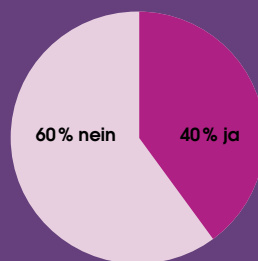
SIND SIE DER MEINUNG, DASS RETOUREN ETWAS KOSTEN SOLLTEN?



KENNEN SIE DAS MEHRWEG-VERSANDSYSTEM „MEMO BOX“?

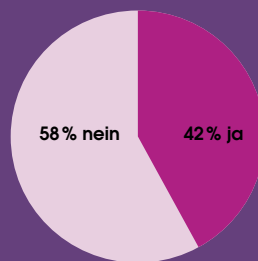


WÄREN SIE BEREIT FÜR DEN MEHRWEGVERSAND HÖHERE VERSANDKOSTEN IN KAUF ZU NEHMEN?



Ein ähnliches Bild ergibt sich auch bei der Frage, ob für die Zustellung per Elektrolastrad höhere Versandkosten in Kauf genommen würden. Auch hier lautet die Antwort von 58% der Befragten Nein. Diese Sendungsart ist bei den Befragten eher unbekannt, da wir bisher nur in zehn Städten per Elektrolastrad von Dienstleister*innen zustellen lassen. Dennoch erkennt der Großteil die ökologischen und gesundheitlichen Vorteile der Radlogistik an.

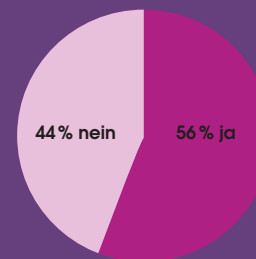
WÄREN SIE BEREIT FÜR DIE ZUSTELLUNG MIT ELEKTROLASTENRAD HÖHERE VERSANDKOSTEN IN KAUF ZU NEHMEN?



MARKETING / E-COMMERCE

Beim Onlinekauf sind unseren Stakeholdern vor allem Aspekte wie die realitätsgetreue Darstellung von Produktfotos sowie die Verfügbarkeit von technischen und nachhaltigen Informationen wichtig. Für einen Großteil von 87% der Befragten spiegeln unsere Onlineshops Werte wie Nachhaltigkeit, Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit wider.

KENNEN SIE DEN NACHHALTIGKEITSBERICHT DER MEMO AG?



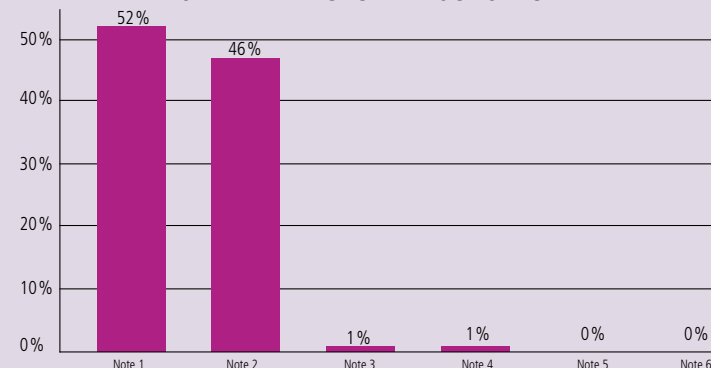
NACHHALTIGKEITSBERICHT

Etwa 56% der Befragten kennen unseren Nachhaltigkeitsbericht. Besonders gut beurteilt wird dabei die Glaubwürdigkeit des Berichtes und der transparente Einblick in die Unternehmensaktivitäten der memo AG. Bezüglich der Vergleichbarkeit mit anderen Berichten und der Authentizität der Fotos sehen die Befragten noch Verbesserungspotenzial.

GESAMTNOTE UND FAZIT

Wir gehen davon aus, dass die befragten Stakeholder – und vor allem unsere Kooperationspartner*innen – ein fundiertes Wissen zum Thema Nachhaltigkeit im Allgemeinen besitzen und sich auch intensiv mit der memo AG beschäftigen. Daher freut es uns außerordentlich, dass wir auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) durchschnittlich eine Gesamtnote von 1,5 für alle bewerteten Aspekte erhalten haben. Von unseren Kooperationspartner*innen erhalten wir sogar die Schulnote 1,3. Das ist für uns allerdings kein Grund, uns „auf den Lorbeeren“ auszuruhen, sondern vor allem die Aspekte aktiv anzugehen, die unsere Stakeholder von uns erwarten. Hierzu zählt insbesondere die Gewährleistung einer nachhaltigen Lieferkette und ein umfassendes, sorgfältig geprüfetes Produktsortiment.

UNTER BERÜCKSICHTIGUNG ALLER BEWERTETEN ASPEKTE GEBE ICH DER MEMO AG FÜR IHR ENGAGEMENT ZUGUNSTEN MENSCH, UMWELT UND KLIMA FOLGENDE SCHULNOTE:



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 deren Umsetzung für uns zum Teil mit einem hohen personellen und zeitlichen Aufwand verbunden ist. Personenbezogene Daten liegen uns in erster Linie in zwei Bereichen vor, mit denen wir wie folgt umgehen: Als Versandhandel stellen uns unsere Kund*innen 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 Kund*innen 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 die kaufende Person nicht ausdrücklich in eine weitere Nutzung ihrer Daten eingewilligt hat oder wir uns eine darüber hinausgehende Datenverwendung vorbehalten, die gesetzlich erlaubt ist und über die wir sie 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*innen,

bzw. Großhändler*innen, die bei einigen Produkten aus unserem Sortiment den Versand für uns übernehmen (Streckenlieferungen), an Zahlungsdienstleister*innen, sofern diese die Daten nicht selbst erheben, und an Versanddienstleister*innen zum Zweck einer zeitnahen und reibungslosen Ankündigung und Zustellung der bestellten Ware weitergegeben. Die Datenschutzerklärungen finden unsere Kund*innen in unseren Katalogen und online in unseren Shops. 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 Mitarbeitenden – von der privaten Anschrift bis hin zur Religionszugehörigkeit und zur Bankverbindung – sind ausschließlich dem betreffenden Mitarbeitenden selbst und den beiden Kolleginnen in der Abteilung zugänglich. Jeder Mitarbeitende kann jederzeit seine Personalakte und die von ihm gespeicherten Daten einsehen. Daten von Mitarbeitenden, die nicht mehr bei der memo AG tätig sind, werden in einem gesonderten Archiv unter Verschluss und 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 Mitarbeitenden und nutzen in der Regel dafür keine Fotos aus Datenbanken. Jeder Mitarbeitende, 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 UNTERNEHMENS- SEITE 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*innen. Auch unsere Partnerschaften und aktuelle Projekte mit Kooperationspartner*innen werden dort ausführlich beschrieben. Die Seite will jedoch nicht nur informieren, sondern auch eine Hilfestellung für alle Besucher*innen sein, beispielsweise mit einer Übersicht anerkannter Umweltzeichen und Labels. Zusätzlich finden sich auf memoworld.de alle unsere Zertifizierungen sowie die memo Beschaffungskriterien, unseren Verhaltenskodex für Lieferant*innen und Dienstleister*innen 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

DIE MEMO AG IST ZERTIFIZIERT NACH



WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEGEL



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft



PEFC 004-31-3042
Förderung nachhaltiger Waldwirtschaft
www.pefc.de



EG-Öko-Verordnung (Bio)

Viele unserer Produkte tragen anerkannte Umweltzeichen und Labels.
Alle Zertifikate finden Sie zum Download auf memoworld.de

IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG

Vielleicht haben Sie ja bei der Lektüre unseres mittlerweile zehnten 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 #teammemo | Lothar Hartmann | Nachhaltigkeitsmanagement
Telefon: +49 9369 905-226 | l.hartmann@memo.de

WIR PRODUZIEREN SO UMWELTGERECHT WIE MÖGLICH

Druck: Umweltdruckerei Lokay e. K., Reinheim

Papier: 100 % Recyclingpapier mit Blauem Engel: Vivus 100 white, klimaneutral hergestellt

Druckfarbe: Mineralölfreie Farbe auf Pflanzenölbasis, Cradle to Cradle zertifiziert: hubergroup ECO-PERFECT-DRY 350.

Klimaneutrale Herstellung: 100 % Ökostrom. CO₂-Kompensation über Nature Office.
Aufforstungsprojekt: PROJECT TOGO – orientiert sich an Gold Standard (www.project-togo.de).

IMPRESSUM

Herausgeber: memo AG, Am Biotop 6, 97259 Greußenheim

© 2021 memo AG: Nachdruck, auch auszugsweise,
nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.

Redaktion: Lothar Hartmann, Claudia Silber

Layout: Steffi Koob | **Fotos:** Steffi Koob

Bildnachweise: © Frank Erpinar © tricargo © Наталья Босьяк © mythja – stock.adobe.com

© Drobot Dean – stock.adobe.com © oatawa – stock.adobe.com © denisismagilov – stock.adobe.com

© AA+W – stock.adobe.com © marrakeshh – stock.adobe.com © VarnakovR – stock.adobe.com

30 JAHRE

KONSEQUENT
NACHHALTIG

**SEIT BEGINN AN DENKEN UND
HANDELN WIR NACH DEN
PRINZIPIEN DER NACHHALTIGKEIT:
WIR GESTALTEN DAS HEUTE NICHT
AUF KOSTEN VON MORGEN
UND LEISTEN UNSEREN BEITRAG
ZUR ENTWICKLUNG EINER
NACHHALTIGEN GESELLSCHAFT.**



www.blauer-engel.de/uz195

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