



Firmenportrait memo AG (Stand: Februar 2020)

Die memo AG vereint erfolgreich Ökologie, soziale Verträglichkeit, Ökonomie und Qualität

Die Symbiose von ökologischem und sozialem Engagement mit ehrgeizigen betriebswirtschaftlichen Zielen und qualitativ hochwertigen Produkten: So ließe sich der Leitgedanke von Ulrike Wolf, Helmut Kraiß, Jürgen Schmidt und Thomas Wolf beschreiben, als sie 1990 in Würzburg den Grundstein für die heutige memo AG legten: ein Versandhandel für gewerbliche Kunden mit einem Komplettsortiment an umweltverträglichen Büro- und Werbepapieren zu marktgerechten Preisen. Seit 2004 beliefert das Unternehmen auch private Endverbraucher mit nachhaltigen Alltagsprodukten.

Wäre es nicht schön, sich beim Kauf von täglich genutzten Dingen keine Gedanken mehr machen zu müssen, ob diese auch wirklich umwelt- und sozialverträglich sind, eine langlebige Qualität und ein faires Preis-Leistungsverhältnis bieten? Jedem Verbraucher einen derart sorgenfreien Konsum zu ermöglichen – dieses Ziel verfolgt die memo AG.

Jeder Artikel wird vor der Aufnahme ins Sortiment nach strengen Umwelt- und Sozialkriterien sorgfältig geprüft. Gebrauchstauglichkeit und Preis sind ebenfalls ausschlaggebende Faktoren. Der Anspruch der memo AG ist es, Produkte ins Sortiment aufzunehmen, die sich durch ihre nachhaltigen Eigenschaften und einen fairen Preis auszeichnen. Aber auch außerhalb des Sortiments basiert jede strategische sowie jede Einzelmaßnahme im Unternehmen auf den Prinzipien der Nachhaltigkeit.

So ist es nur logisch, dass die memo AG 2007 als Vorreiter unter den deutschen Versandhändlern ein weiteres ambitioniertes Ziel erreichte: Alle betrieblichen Prozesse sowie der Versand der Produkte und Werbemittel erfolgen seitdem klimaneutral.

Vom lokalen Großhandel zum europaweiten Multi Channel-Händler

Anfangs hat sich der Großhandel und das 1989 darauf begründete Versandhaus nur an Gewerbetreibende gerichtet. Seit 2004 werden auch Privatkunden beliefert, für die im Jahr 2015 mit memo-life ein eigener Vertriebskanal mit einem eigenen Onlineshop eingerichtet wurde. Zwei weitere Onlineshops und entsprechende Kataloge für Bürobedarf sowie für Werbepapier, die sich speziell an gewerbliche Endverbraucher richten, ergänzen die mittlerweile drei Vertriebskanäle der memo AG.

Der Versender hat sich mit seinem umfassenden Know-how in allen Aspekten der Nachhaltigkeit zu einem europaweit tätigen Marken-Unternehmen entwickelt. Das eigene memo Markensortiment wurde erstmals 2006 auf der „BioFach“, der Weltleitmesse für ökologische Konsumgüter und Bio-Lebensmittel, in Nürnberg präsentiert. Heute sind memo Markenprodukte direkt, ausgewählt im deutschen Bio-Fachhandel und europaweit über ein Netz von Distributoren erhältlich. Inzwischen tragen knapp 1.000 verschiedene Artikel den Namen memo – vom Recycling-Kosmetiktuch über Buntstifte aus verantwortungsvoller Forstwirtschaft, Wasch- und Reinigungsmittel auf Basis von Seifenkraut bis hin zu Tragetaschen aus Bio-Baumwolle, die mit dem Blauen Engel ausgezeichnet und nach GOTS und Fairtrade zertifiziert sind.

Langfristiger Erfolg durch moderates Wachstum

Seit ihrer Gründung schreibt die memo AG kontinuierlich schwarze Zahlen. Das ist der beste Beweis, dass eine konsequent nachhaltige Wirtschaftsweise hohe Stabilität, ökonomische Vorteile und damit langfristigen Erfolg mit sich bringt.

Der Versandhandel an gewerbliche Kunden bleibt das Kerngeschäft der memo AG und hat sich auf einem hohen Niveau konsolidiert. Zunehmend erfolgversprechend ist das Geschäft mit privaten Endverbrauchern, die mehr und mehr bewussten und nachhaltigen Konsum für sich entdecken.

Die memo AG bietet mit ihrem Sortiment eine breite Palette an Lösungen, um den drängenden ökologischen Herausforderungen zu begegnen. Die Kunden können zudem darauf vertrauen, dass die fairen Preise nicht zu Lasten Schwächerer in der Produktionskette gehen und dass sie stets ein sorgfältig ausgewähltes, gesundheitlich einwandfreies Produkt erhalten. Die Glaubwürdigkeit, die sich das Unternehmen durch langjährige, konsequente Arbeit erworben hat, ist die beste Basis, um memo in den kommenden Jahren zu einer europaweit führenden, nachhaltigen Marke im Non-Food-Bereich zu machen.

Ausgezeichnetes Engagement

Die Leistungen und der Einsatz zugunsten Mensch, Umwelt und Klima der memo AG und ihres Mitbegründers Jürgen Schmidt wurden bereits vielfach ausgezeichnet. Auch die memo Nachhaltigkeitsberichte, die seit 2001 alle zwei Jahre erscheinen, erhielten bereits einige Preise:

Für sein Engagement „zugunsten eines vorbeugenden und ganzheitlichen Umweltschutzes“ wird Jürgen Schmidt 2001 mit dem Umweltpreis des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. ausgezeichnet.

Im Jahr 2005 erhält die memo AG den „Deutschen Umwelt Reporting Award“ (DURA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in der Kategorie der kleinen und mittelständischen Betriebe. Kurz darauf folgt die Auszeichnung mit dem „European Sustainability Reporting Award“ (ESRA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in Europa.

Jürgen Schmidts 25-jähriges Unternehmerjubiläum im Jahr 2007 wird gleich von zwei besonderen Ereignissen gekrönt: Mit einigen letzten Maßnahmen, v.a. dem Bau einer firmeneigenen Holz-Hackschnitzel-Heizanlage, wird ein weiteres, großes Ziel erreicht – die Klimaneutralität der memo AG. Im Oktober des gleichen Jahres küren die Umweltstiftung WWF Deutschland und das Wirtschaftsmagazin „Capital“ Jürgen Schmidt zum „Ökomanager des Jahres“ in der Kategorie der mittelständischen Unternehmer.

Am 25. Juli 2008 verleiht der Bayerische Staatsminister Dr. Otmar Bernhard Jürgen Schmidt die Staatsmedaille für Verdienste um Umwelt und Gesundheit.

2009 erhält die memo AG den Deutschen Nachhaltigkeitspreis als „Deutschlands recyclingpapierfreundlichstes Unternehmen“, als Top 3 „Deutschlands nachhaltigster Unternehmen“ und als Top 3 Unternehmen mit „Deutschlands nachhaltigstem Recycling“.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2009/10 des Unternehmens belegt kurz darauf im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittelständische Unternehmen den 1. Platz.

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

Im Jahr des 20-jährigen Jubiläums des Unternehmens erhält Jürgen Schmidt am 30. Oktober 2011 den Deutschen Umweltpreis von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU): „Er ist ein Trendset-

ter der Nachhaltigkeit: ökologisch und ethisch überzeugt und mit ehrgeizigen wirtschaftlichen Zielen trifft er seine unternehmerischen Entscheidungen.“

Und auch in der Nachhaltigkeitsberichterstattung bleibt das Unternehmen führend: Im Februar 2012 zeichnen future e.V. und IÖW den memo Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittlere Unternehmen mit dem 2. Platz aus.

Nur einen Monat später erhält die memo AG vom WWF die Auszeichnung als „Best Practice“-Unternehmen aufgrund ihres verantwortungsvollen Umgangs mit den Ressourcen Holz und Papier.

Im November 2012 wird die memo AG innerhalb von nur wenigen Tagen mit gleich zwei Nachhaltigkeitspreisen ausgezeichnet:

Als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit erhält das Unternehmen den Utopia Award als "Changemaker des Jahres 2012". Und der erstmalig ausgelobte Nachhaltigkeitspreis Mainfranken in der Kategorie „51-250 Mitarbeiter“ geht in diesem Jahr an die memo AG als Arbeitgeber, der nachhaltiges Wirtschaften in der Region vorbildlich vorlebt.

2013 belegt das Unternehmen den 1. Platz des „Alternativen Gesundheitspreises“ 2012 der BKK advita. Mit diesem Gesundheitspreis zeichnet die Krankenkasse kleine und mittelständische Unternehmen mit bis zu 300 Beschäftigten aus, die sich für eine nachhaltige betriebliche Gesundheitsförderung einsetzen und gleichsam ökologische Aspekte berücksichtigen.

Im August 2015 wird die memo AG erneut als „Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen 2015“ in Gold von der Verbraucher Initiative e.V. ausgezeichnet.

Anfang Dezember folgt nach 2012 bereits zum zweiten Mal die Auszeichnung mit dem Nachhaltigkeitspreis Mainfranken 2015 in der Kategorie „51 – 250 Mitarbeiter“, verliehen von der Region Mainfranken GmbH. Die memo AG geht als „Arbeitgeber in Sachen nachhaltiges Wirtschaften mit gutem Beispiel in der Region voran“.

2017 zeichnen die Bundesvereinigungen Logistik (BVL) Österreich und Deutschland die memo AG mit dem Nachhaltigkeitspreis Logistik 2017 aus. Das Unternehmen erhält den Preis für seinen ganzheitlichen Ansatz der Unternehmensführung und speziell für seine nachhaltige Logistik. Die memo AG ist das erste Unternehmen seiner Größenordnung, das diese Auszeichnung erhält und steht damit in einer Reihe mit Preisträgern wie Audi, Tchibo und der Österreichischen Post.

2018 belegen die memo Bio-Baumwollbeutel für Obst und Gemüse bei den PSI Sustainability Awards in der Kategorie „Sustainable Product – Textile“ den ersten Platz. In der Kategorie „Economic Excellence“ belegt die memo AG zusätzlich den 3. Platz. Die PSI Sustainability Awards sind der Nachhaltigkeitspreis der Werbeartikelwirtschaft, der das Engagement der Branche für eine bessere Welt würdigt.

Im Februar 2019 wird der memo Nachhaltigkeitsbericht 2017/18 im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018 des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und der Unternehmensinitiative Future mit dem dritten Platz in der Kategorie Mittelstand belohnt.

memo AG

Bereits 1990, im Gründungsjahr der memo AG, stand fest, dass nachhaltigen Produkten und nachhaltigem Wirtschaften die Zukunft gehört. Angefangen als „Firmenausstatter für Umweltbewusste“ mit rund 700 Artikeln, besteht das Sortiment des Unternehmens heute aus über 20.000 Produkten für den täglichen Bedarf im Büro und zu Hause sowie aus Werbeartikeln. Das gesamte Sortiment ist konsequent nach ökologischen, sozialen, ökonomischen und qualitativen Kriterien ausgesucht. Vertrieben werden die Produkte online und über verschiedene Printmedien, aber auch über den Bio-Groß- und Einzelhandel an gewerbliche und private Endverbraucher. Und nicht nur beim Sortiment, sondern auch in allen weiteren Unternehmensbereichen hat verantwortungsvolles Handeln bei der memo AG oberste Priorität. Für den Einsatz zugunsten Mensch, Umwelt und Klima ist der Versandhändler deshalb bereits mehrfach ausgezeichnet worden.

Pressekontakt:

memo AG
Unternehmenskommunikation
Claudia Silber
Am Biotop 6
97259 Greußenheim
Tel. +49 9369 905-197
Fax +49 9369 905-397
c.silber@memo.de
www.memoworld.de
Onlineshops:
www.memo.de
www.memo-werbeartikel.de
www.memolife.de