



Helmut Kraiß, Mitbegründer und Vorstandsmitglied der memo AG, lässt die Zeit der Gründung Revue passieren und zieht Vergleiche von damals zu heute:

Wie haben Sie sich damals als "Öko-Pionier" gefühlt?

Helmut Kraiß: „Ich habe schnell festgestellt, dass es äußerst befriedigend ist, Nachhaltigkeit zu leben und Handel mit ökologischen, sinnvollen Produkten zu betreiben, die weder in Herstellung noch im Verbrauch unsere Umwelt belasten. Und letztlich empfinde ich dies bis heute als einen Gewinn für mich persönlich, aber auch für unsere Gesellschaft.“

Wurden Sie ernst genommen?

Helmut Kraiß: „Am Anfang nur bedingt. Durch unseren wirtschaftlichen Erfolg und den Beginn der ersten „Ökowelle“ nach der verheerenden Umweltverschmutzung durch den Tankerunfall der Exxon Valdez im Jahr 1989 hat sich das jedoch gravierend geändert.“

Was haben Sie gerade in der Anfangszeit erlebt?

Helmut Kraiß: „Es gab viel Bewunderung für unsere Arbeit, oft auch gepaart mit der Frage, ob man damit auch seinen Lebensunterhalt bestreiten kann. Die offenen Strukturen bei memo und der von uns gepflegte transparente Umgang haben uns viele Türen geöffnet und ließen Partnerschaften entstehen, die heute noch Bestand haben.“

Welche Herausforderungen mussten Sie meistern?

Helmut Kraiß: „Die größte Herausforderung war und ist der ständige Wandel, verursacht durch Veränderung, Wachstum und Prozesse, die permanent justiert und angepasst werden müssen.“

Aus welchen Herausforderungen daraus schöpfen Sie noch heute?

Helmut Kraiß: „Das Wichtigste sind immer die beteiligten Menschen, die in alle Veränderungen mit einbezogen werden müssen, denn ohne zufriedene Mitarbeiter und Kunden gibt es keinen Erfolg.“

Würden Sie eventuell etwas anders machen?

Helmut Kraiß: „Eine rhetorische Frage, die sicher jeder Unternehmer mit Ja beantwortet, denn mit Sicht auf die Vergangenheit gibt es immer Verbesserungspotential oder Sackgassen, die man gerne vermieden hätte. Ich versuche diese Erfahrungen für die Gegenwart zu nutzen, um die Zukunft nachhaltiger zu gestalten als es momentan der Fall ist.“

Welche gesellschaftlichen Veränderungen haben sich seit der Zeit ergeben und was waren für Sie die größten?

Helmut Kraiß: „Die Veränderung der Kommunikation und die Verfügbarkeit von Informationen und Daten jeglicher Art über das Internet und der Umgang damit hat die Gesellschaft am meisten verändert. Die Entwicklung und Veränderung von technischen und teilweise virtuellen Produkten hat eine Geschwindigkeit erreicht, die in vielen Bereichen nur noch schwer zu beherrschen ist. So werden Maschinen und/oder Software oft von Maschinen und/oder Software kontrolliert, weil der Mensch dazu nicht mehr fähig ist. Nachhaltigkeit hat sich dabei in vielen Bereichen von einer Selbstverständlichkeit zu einem kostbaren Gut gewandelt und diese Entwicklung sollten wir wieder umkehren.“

memo AG

Als Versandhandel präsentiert die memo AG ihr Sortiment über verschiedene Printmedien und drei Onlineshops. Mit Bürobedarf und –möbeln, Werbeartikeln sowie Produkten für Schule, Haushalt, Freizeit und Wohnen werden Unternehmen und Organisationen sowie private Konsumenten gleichermaßen angesprochen. Alle rund 18.000 Artikel sind gezielt nach ökologischen und sozialen sowie nach ökonomischen und qualitativen Kriterien ausgewählt. Viele davon – vor allem die über 1.000 memo Markenprodukte – tragen anerkannte Umweltzeichen und Labels, wie beispielsweise den Blauen Engel. Doch nicht nur beim Sortiment, sondern auch in allen anderen Geschäftsbereichen, verfolgt und berücksichtigt die memo AG seit ihrer Gründung konsequent die Kriterien der Nachhaltigkeit.

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.memolife.de
www.memo.de
www.memo-werbeartikel.de