

Nachhaltigkeitsbericht

2015/16

Dieses Druckprodukt wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.



Klimaneutral produziert und versendet.



Ökologie



Ökonomie



Soziales



Qualität



Liebe Leserin, lieber Leser

Die Vorstandsmitglieder der memo AG.

Die memo AG ist ein Versandhandelsunternehmen für Büro-, Haushalts- und Schulbedarf, Einrichtung und Werbeartikel.

Von Beginn an war es unsere Vision, mit einer langfristig angelegten, gleichermaßen ökonomisch, ökologisch und sozial ausgerichteten Strategie wirtschaftlich erfolgreich zu sein und gesellschaftliche Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt wahrzunehmen. Wir bieten die beste Art, nachhaltig einzukaufen und wollen Marktführer in Europa sein, mit einem Angebot geprüfter nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen.

Wir erreichen unsere Vision nur, wenn unsere Kunden mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufrieden sind und unsere Mitarbeiter sich im Unternehmen wohlfühlen, die Ziele des Unternehmens mittragen und aktiv an ihrer Umsetzung teilnehmen.

Ganzheitlich orientiert

Die Geschäftsführung der memo AG hat Nachhaltigkeit zum Kerngeschäft des Unternehmens bestimmt. Wir fokussieren uns nicht auf einzelne Aspekte, sondern setzen das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich im Unternehmen um.

Alle wesentlichen Unternehmensprozesse – von der Sortimentsgestaltung über die Herstellung unserer Werbemedien bis zum Versand und der Rücknahme unserer Produkte – analysieren und optimieren wir laufend bezüglich ihrer Klimaverträglichkeit und Ressourcenintensität.

Das gleiche gilt für unser Firmengebäude und die Betriebsanlagen. Den Ressourcenverbrauch und die Erzeugung schädlicher Treibhausgasemissionen vermeiden wir soweit möglich oder reduzieren diese weitestgehend durch den Einsatz regenerativer Energieträger.

Unsere Mitarbeiter sind das Herz unseres Unternehmens. Wir pflegen einen vertrauensvollen, wertschätzenden Umgang untereinander. Die Unternehmenskultur ist geprägt durch Respekt, Fairness, Transparenz und Verbindlichkeit. Wir setzen Vertrauen in unsere Mitarbeiter, übertragen ihnen Verantwortung, fördern Mut zur Entscheidung und beteiligen sie am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens.

Unsere Kunden profitieren von qualitativ hochwertigen, langlebigen und ökologisch sinnvollen Produkten zu einem fairen Preis sowie einem durchgängig ökologisch optimierten Serviceangebot.

Zu unseren Lieferanten und Herstellern pflegen wir einen intensiven persönlichen Kontakt und streben eine langfristige, partnerschaftliche Zusammenarbeit an. Auch bei ihnen wollen wir nachhaltiges Verhalten fördern.

Außerdem bringen wir unser umfassendes Know-how in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit seit Jahren aktiv in die Arbeit mit renommierten Umweltverbänden und -institutionen ein.

Chancen und Risiken

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. Die Entwicklung eines nachhaltigen Konsums spielt eine zentrale Rolle für eine lebenswerte Zukunft nachfolgender Generationen. Allerdings vollzieht sich diese Entwicklung langfristig und in kleinen Schritten.

Gerade als Unternehmen mit einer ganzheitlich nachhaltig angelegten Strategie ist deshalb eine sorgfältige Planung und Abwägung von Investitionen und Maßnahmen 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. Obwohl wir in den letzten drei Jahren kein bedeutendes Umsatzwachstum zu verzeichnen hatten, haben wir bewusst in den Ausbau von Personal investiert, um unser Geschäftsmodell weiter zu fördern.

Der Fokus liegt dabei auf einer gezielteren Ansprache unterschiedlicher Kundengruppen über verschiedene Vertriebswege. Gerade beim Privatverbraucher sehen wir noch enormes Potenzial. Deshalb optimieren wir unser Sortiment und unsere Onlineplattformen für diese Kundengruppe und schaffen eine klare Trennung zwischen gewerblichem und privatem Endverbraucher in der Sortimentsgestaltung und Kundenkommunikation.

Transparente Berichterstattung

Wir berichten bereits zum siebten Mal über unsere umfassenden Nachhaltigkeitsleistungen in allen Bereichen unseres Unternehmens. Selbstverständlich werden dabei nicht nur Erfolge, sondern auch Probleme und eventuelle Rückschläge offen angesprochen.

Die kurz- bzw. mittelfristigen Ziele der memo AG und die geplanten Maßnahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagements finden Sie am Ende dieser Dokumentation. Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen!

memo



Schwerpunkt dieser Ausgabe ist das Thema „Mensch und Bildung“. Letztendlich kann jeder einzelne Mensch durch sein tägliches Verhalten zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen – sowohl im Privatleben als auch im Beruf. Es geht vor allem darum gewohnte Routinen zu ändern, Entscheidungen bewusst zu treffen, sowie sich über die ökologischen und sozialen Folgen Gedanken zu machen und zu informieren. Für kleine Einkaufsentscheidungen reicht es häufig schon aus, sich an anerkannten Umweltzeichen und Labels zu orientieren. Komplexe Themen, wie z.B. die Energiewende, erfordern umfassendes Know-how und das Zusammenspiel verschiedenster Interessensgruppen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Verbrauchern oder NGOs. Aber auch bei diesen weitreichenden, strategischen Projekten treffen letztendlich Menschen die Entscheidungen.

Eine Schlüsselrolle zur Förderung und Vermittlung der notwendigen persönlichen und fachlichen Kompetenzen für eine Nachhaltige Entwicklung besitzt unser Bildungssystem – vom Kindergarten über das Schul- und Hochschulwesen bis hin zur beruflichen Aus- und Weiterbildung.

Die memo AG unterstützt deshalb externe und interne Bildungsprojekte zu Nachhaltiger Entwicklung. Aktuellste Beispiele sind die Onlineplattform „NaSch-Community“ für Nachhaltige Schülerfirmen (siehe Seite 54) oder das Azubi-Projekt „Erlebniswelt 4 Elemente“ (siehe Seite 24).



Helmut Kraiß
für den Vorstand der memo AG

Hinweis zur Sprachregelung:

Seit der Gründung von memo ist die Gleichberechtigung von Mann und Frau in unserem Unternehmen eine gelebte Selbstverständlichkeit. Im Sinne der leichteren Lesbarkeit schließt in diesem Bericht die männliche Form jeweils auch die weibliche mit ein.



Wegweiser Piktogramme

Diese Piktogramme zeigen, welche Dimensionen der Nachhaltigkeit für die jeweiligen Themenbereiche in diesem Bericht zutreffen.



SEITE 4–7

GESCHICHTE

Seit fast 25 Jahren bieten wir unseren Kunden ökologisch sinnvolle und qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen rund um den Arbeitsplatz und das tägliche Leben.

SEITE 8–11

MANAGEMENTSYSTEM

Ökologische, ökonomische und soziale Aspekte – die Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung – stehen seit jeher gleichberechtigt im Mittelpunkt unserer Unternehmensphilosophie.

SEITE 12–15

ÖKONOMIE

Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg steht bei memo im Einklang mit ökologischen, sozialen und qualitativen Aspekten.

SEITE 16–27

MITARBEITER

Engagierte und motivierte Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Sie sind gleichberechtigte Partner, die Unternehmenspolitik und Ziele mitbestimmen.

SEITE 28–35

PRODUKTE

In unser Produktsortiment nehmen wir ausschließlich qualitativ hochwertige und langlebige Artikel auf, die sich durch ihre nachhaltigen Produkteigenschaften auszeichnen.

SEITE 36–43

PROZESSE

Bei allen Prozessen unserer Wertschöpfungskette – von der Beschaffungslogistik bis zur Rücknahme verbrauchter Produkte – orientieren wir uns an den Aspekten der Nachhaltigkeit.

SEITE 44–51

RESSOURCEN

Durch sparsamen Energieverbrauch und gezielte Abfallvermeidung schont memo wertvolle Ressourcen, minimiert Schadstoffemissionen und betreibt damit aktiven Klimaschutz.

SEITE 52–55

OFFENE KOMMUNIKATION

Um nachhaltiges Verhalten auch in der Gesellschaft zu fördern, suchen wir den partnerschaftlichen Dialog mit unseren Stakeholdern und unterstützen entsprechende Projekte und Initiativen.

SEITE 56–58

ZIELE UND MASSNAHMEN

Die wichtigsten Ziele und Ergebnisse unseres integrierten Managementsystems auf einen Blick – im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses.

SEITE 59

IHRE MEINUNG IST GEFRAGT

Ihre Zufriedenheit liegt uns am Herzen. Bitte nehmen Sie sich ein wenig Zeit und teilen Sie uns Ihre Kritik, Wünsche oder Fragen zu diesem Bericht und zu unserem Unternehmen mit.

Alles andere als verstaubt ...

Im Jahr 2016 feiert die memo AG 25-jähriges Bestehen. Vieles hat sich in diesen Jahren verändert und weiterentwickelt. Doch nach wie vor ist Nachhaltige Entwicklung der Kern unseres Unternehmens.

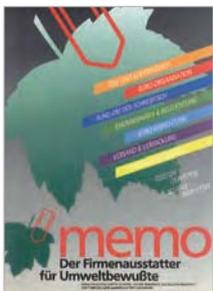


„Zusammen mit drei Freunden habe
ich das Unternehmen gegründet.
Und damals wie heute stellen wir bei allem,
was wir tun, Mensch, Umwelt und
Klima in den Mittelpunkt.“

Helmut Kraib, Vorstandsmitglied

Nachhaltiges Wachstum und ausgezeichnete Leistungen über viele Jahre hinweg

1990/91 Start ins Versandhandelsgeschäft



Mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren und einem Sortiment von rund 700 Artikeln geht der erste 40-seitige memo Katalog in Druck. Die Geschäftsidee vom umweltverträglichen Bürobedarf zu günstigen Preisen kommt an!

Damals wie heute ist es unser Anspruch, möglichst viele Menschen von nachhaltigen Alltagsprodukten zu überzeugen.

1992 memo „Wertstoff-Box“

Wir entwickeln die memo „Wertstoff-Box“, ein spezielles Rücknahmesystem, das dem Kunden die bequeme Sammlung und kostengünstige Rücksendung von Pfandprodukten, wiederverwertbaren Tonermodulen, Inkjet-Druckköpfen und verbrauchten Produkten ermöglicht.

1995 Umzug ins Grüne

Aus Kapazitätsgründen beziehen wir ein eigenes Firmengebäude ca. 15 km westlich von Würzburg, das nach gesundheits- und umweltverträglichen Kriterien geplant und gebaut wurde.

1998 www.memo.de

Als erstes Unternehmen unserer Branche bieten wir das gesamte Sortiment in einem Onlineshop an.

1999 memo wird zur AG

memo wird von einer GmbH in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Diese Gesellschaftsform ermöglicht es, dass jeder fest angestellte Mitarbeiter über ein innovatives Beteiligungsmodell Anteile am Unternehmen halten und damit langfristig am wirtschaftlichen Erfolg partizipieren kann.

2000 Zertifizierung unseres Managementsystems

Unser über Jahre aufgebautes Umwelt- und Qualitätsmanagementsystem wird nach DIN EN ISO 9001 und DIN EN ISO 14001 zertifiziert.

2001 10 Jahre memo

Das kontinuierliche Wachstum, die Ausweitung des Produktsortiments und die steigende Mitarbeiterzahl erfordern die erneute Erweiterung von Lager- und Büroflächen. Mit 70 Mitarbeitern wird mittlerweile ein Umsatz von ca. 12,5 Mio. € erwirtschaftet. Das Sortiment umfasst rund 7.000 Artikel, die an insgesamt rund 100.000 Kunden verkauft werden.



B.A.U.M.-Umweltpreis

Das Engagement für „praktische Leistungen zugunsten eines vorbeugenden und ganzheitlichen Umweltschutzes im Unternehmen“ von Jürgen Schmidt, Mitbegründer der memo AG, wird mit dem Umweltpreis des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M. e.V.) belohnt.

2004 Der erste Privatkunden-Katalog erscheint

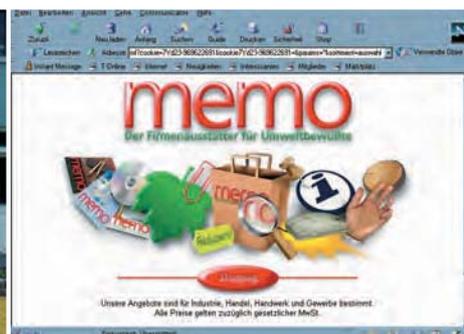
Aufgrund der immer größer werdenden Zahl von privaten Interessenten erscheint im Herbst 2004 erstmals ein 50-seitiger Katalog mit ausgesuchten Angeboten für Endverbraucher. Das Gesamtportfolio umfasst zu diesem Zeitpunkt über 8.000 Artikel.



1992



1995



1998

2005 Deutsche Auszeichnung für Nachhaltigkeitsbericht

memo erhält den „Deutschen Umwelt Reporting Award 2005“ (DURA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in der Kategorie der kleinen und mittelständischen Betriebe – verliehen von der Deutschen Wirtschaftsprüferkammer.

memo wird FSC®-zertifiziert

Als erster deutscher Groß- und Einzelhändler wird die memo AG nach den Kriterien des FSC® zertifiziert (GFA-COC-001238).

2006 Europäische Auszeichnung für Nachhaltigkeitsbericht

Im April folgt eine weitere Auszeichnung für die Dokumentation der ökologischen und sozialen Leistungen der memo AG: der „European Sustainability Reporting Award 2005“ (ESRA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in Europa, u.a. verliehen von der Europäischen Kommission, Generaldirektion Umwelt.

Klimaneutraler Paketversand



Mit dem „Grünen Paket“ des Logistikpartners DHL verschickt memo als einer der ersten Versender alle Pakete klimaneutral: Die beim Transport der Ware entstehenden Treibhausgas-Emissionen werden berechnet und durch die Förderung internationaler Umweltschutzprojekte ausgeglichen.

2007 Bau einer Holz-Hackschnitzel-Heizung

Der Bau einer Holz-Hackschnitzel-Anlage auf dem im Jahr zuvor erweiterten Firmengelände ermöglicht eine nahezu klimaneutrale Wärmeversorgung aller memo Betriebsgebäude. Die nachwachsenden Rohstoffe beziehen wir direkt aus der Region.

memo wird klimaneutral



Durch die Kompensation der letzten unvermeidbaren Restemissionen im operativen Geschäft – die z.B. beim Druck und Transport der Kataloge, beim Betrieb der Heizanlage, für die Stromversorgung und bei Geschäftsreisen entstehen – ist die memo AG ab 2007 ein klimaneutral agierendes Unternehmen.

Lesen Sie dazu auch Seite 50 und 51.

Jürgen Schmidt ist „Ökomanager des Jahres“

Für seinen wirtschaftlich erfolgreichen Einsatz für Nachhaltigkeit erhält Jürgen Schmidt im November 2007 die Auszeichnung „Ökomanager des Jahres“ in der Kategorie der mittelständischen Unternehmer. Mit diesem renommierten Preis ehren der WWF und das Wirtschaftsmagazin „Capital“ seit 1990 Unternehmenslenker, die Ökologie und Ökonomie vorbildlich verbinden.

2008 Bayerische Staatsmedaille

Der Bayerische Staatsminister Dr. Otmar Bernhard verleiht Jürgen Schmidt die Staatsmedaille für Verdienste um Umwelt und Gesundheit.



2009 Die „memo Box“ kommt

Auf Basis der „Postbox“ von DHL, bei deren Einführung memo 1998 Pilotpartner war, starten wir Anfang 2009 mit einem eigenen Mehrweg-Versandssystem für den Warenversand – der „memo Box“. Durch ihre fast unbegrenzte Lebensdauer weisen die gelben Behälter eine hervorragende Ökobilanz auf. Lesen Sie dazu mehr ab Seite 42.

Deutscher Nachhaltigkeitspreis



Die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. zeichnet die memo AG mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis als „recyclingpapierfreundlichstes Unternehmen 2009“ aus. Zudem zählt memo zu den Top 3 „Deutschlands nachhaltigster Unternehmen 2009“ sowie „Deutschlands nachhaltigstem Recycling 2009“.

Bester Nachhaltigkeitsbericht

Der Nachhaltigkeitsbericht 2009/10 belegt beim Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), durchgeführt von der Unternehmensinitiative future.e.v. und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung IÖW, den 1. Platz.



2010 Logistik-Umbau

Im Juli 2010 beginnt das bisher größte Projekt der memo AG. Alle Mitarbeiter helfen an einem Wochenende mit, das zentrale Warenlager auszuräumen und damit den Weg freizumachen für eine neue Lagerwirtschaft und die Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems.

„Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen“ in Gold

Die Verbraucher Initiative e.V. zeichnet die memo AG als „Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen 2010“ in Gold aus.



2005

2007

2007

2010

2011

2011 20 Jahre memo

memo wird 20 und feiert mit zahlreichen Geburtstagsaktionen, die sich in erster Linie im Onlineshop abspielen, denn mittlerweile geht jede zweite Bestellung über das E-Commerce-Portal www.memo.de ein.

Deutscher Umweltpreis

Jürgen Schmidt erhält als „Trendsetter der Nachhaltigkeit“, der „ökologisch und ethisch überzeugt und mit ehrgeizigen wirtschaftlichen Zielen“ seine unternehmerischen Entscheidungen trifft, den Deutschen Umweltpreis der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU).

2012 2. Platz für Nachhaltigkeitsbericht

Der memo Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 erreicht im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittelständische Unternehmen von future e.V. und IÖW den 2. Platz.

„Best Practice“-Unternehmen

Der WWF zeichnet die memo AG als „Best Practice“-Unternehmen aufgrund ihres verantwortungsvollen Umgangs mit den Ressourcen Holz und Papier aus.

„memo Box“: von „Gelb“ auf „Grün“

Wir lassen erstmals eigene „memo Boxen“ – natürlich in Grün – produzieren und verbessern das Mehrweg-Versandsystem weiter. Details finden Sie ab Seite 42.

memo erhält Utopia Award

Als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit wird die memo AG mit dem Utopia Award 2012 als „Changemaker des Jahres“ ausgezeichnet.

Nachhaltigkeitspreis Mainfranken

memo erhält als Arbeitgeber, der nachhaltiges Wirtschaften in der Region vorbildlich vorlebt, den erstmalig ausgelobten Nachhaltigkeitspreis Mainfranken 2012 in der Kategorie „51 – 250 Mitarbeiter“.



2013 Nominierung für den CSR-Preis der Bundesregierung

Die memo AG ist in der Kategorie „Mittlere Unternehmen mit 50–499 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ für den CSR-Preis der Bundesregierung nominiert.

Alternativer Gesundheitspreis der BKK advita

Die memo AG belegt den 1. Platz des Alternativen Gesundheitspreises 2012 der BKK advita. Mit dem erstmalig ausgelobten 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.

2014 „Blauer Engel“ für die „memo Box“

Aufgrund der Vermeidung von Abfällen und der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung erhält das Mehrweg-Versandsystem „memo Box“ den „Blauen Engel“.



Deutscher Nachhaltigkeitskodex

Die memo AG reicht zum ersten Mal eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex ein und macht damit ein weiteres Mal ihre Nachhaltigkeitsleistungen sichtbar.

2015 memolife

Über 14 Jahre haben sich private und gewerbliche memo Kunden den Onlineshop memo.de geteilt. Auch der Katalog für Privatkunden unterschied sich nur marginal von dem für Gewerbekunden. Mit memolife, einem neuen Konzept mit Onlineshop und Katalog, finden private Endverbraucher ein komplettes Sortiment für ein nachhaltiges und bewusstes Leben. Speziell für sie sind neue Produkte und Sortimentsbereiche hinzugekommen, u.a. Naturkosmetik sowie Wohn- und Schlafwelten. Lesen Sie dazu mehr ab Seite 35 und 39.



2012

2013

2015

Business Case: Nachhaltigkeit

Ökologische, ökonomische und soziale Aspekte – die Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung – stehen seit jeher gleichberechtigt im Mittelpunkt unserer Unternehmensphilosophie.

„Ich stehe meinen Kollegen jederzeit mit Rat und Tat zu allen Fragen rund um das Thema ‚Nachhaltige Entwicklung‘ zur Verfügung und fördere einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess.“

Lothar Hartmann, Leiter Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement





Die vierte Dimension

Ökologische, ökonomische und soziale Aspekte stehen seit jeher gleichberechtigt im Mittelpunkt unseres unternehmerischen Denkens und Handelns.

memo erweitert das Prinzip der Nachhaltigkeit um eine vierte Dimension –

die Qualität. Umwelt- und Qualitätsziele stehen bei memo gleichrangig neben den betriebswirtschaftlichen und sozialen Zielen.

Qualität ist ein wichtiger Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsmanagementsystems, denn qualitativ hochwertige Produkte haben eine längere Lebensdauer und sind reparaturfähig. Indem sie weniger häufig hergestellt werden, schonen sie wertvolle Ressourcen und damit auch Umwelt und Klima. Zusätzlich ist Qualität ein relevanter Aspekt, um die Zufriedenheit unserer Kunden zu fördern und sicherzustellen. Und letztlich schonen Qualitätsprodukte auch den Geldbeutel. Qualität bedeutet für uns aber auch, bei unseren Prozessen und Maßnahmen die jeweils höchstmöglichen Standards anzulegen.

Unsere Vision

„Als Unternehmen wollen wir langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein und gleichzeitig unsere gesellschaftliche Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt wahrnehmen. Wir bieten die beste Art, nachhaltig einzukaufen und wollen Marktführer in Europa sein, mit einem Angebot geprüfter nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen.“

Wir erreichen unsere Vision nur, wenn unsere Kunden mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufrieden sind und unsere Mitarbeiter sich im Unternehmen wohlfühlen, die Ziele des Unternehmens mittragen und aktiv an ihrer Umsetzung teilnehmen. Fest definierte Leitlinien dienen als Orientierung zur Umsetzung unserer nachhaltigen Unternehmensphilosophie.



Unser Denken und Handeln

VERANTWORTUNG

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

UMWELT

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

ÖKONOMIE

Wir wollen Wachstum, aber nicht um jeden Preis: Langfristiger Erfolg ist uns wichtiger als kurzfristige Gewinnmaximierung.

KUNDEN

Unsere Kunden stellen wir durch ein ökologisch und sozial verträgliches Sortiment, faire Preise und überzeugenden Service zufrieden.

MITARBEITER

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

PRODUKTE

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

PARTNER

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

KOMMUNIKATION

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

LIEFERANTEN

Wir arbeiten langfristig und partnerschaftlich mit unseren Lieferanten zusammen und fördern auch bei ihnen nachhaltiges Verhalten.

Nachhaltigkeit als Kerngeschäft

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir nachhaltigen und bewussten Konsum fördern. Wir haben das Thema Nachhaltigkeit zu unserem Kerngeschäft gemacht und setzen es ganzheitlich im Unternehmen um.

Sortimentsgestaltung und Beschaffung

In unser Sortiment nehmen wir ausschließlich sorgfältig geprüfte, umwelt- und sozialverträgliche sowie qualitativ hochwertige Produkte auf. Damit leisten wir unseren Beitrag zur Durchdringung des Marktes mit nachhaltigen Produkten. Unser Anspruch ist es, Produkte ins Sortiment aufzunehmen, die sich durch ihre nachhaltigen Eigenschaften und einen fairen Preis auszeichnen. Soweit sinnvoll orientieren wir uns bei der Produktlistung an den Kriterien anerkannter Umweltzeichen und Label.

Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf unsere memo Markenartikel. Sie erfüllen besonders hohe ökologische Standards, um Mensch, Umwelt und Klima bei Herstellung, Gebrauch und Verwertung geringstmöglich mit Schadstoffen zu belasten.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 28.

Herstellung und Versand der Produktkataloge

Trotz nach wie vor steigender Nutzung des Internets ist der Produktkatalog für uns als Versandhändler unverzichtbar und entscheidend für den Erfolg im Wettbewerb. Herstellung, Verpackung und Versand der Kataloge sind bedeutende Nachhaltigkeitsaspekte für die memo AG. Durch Materialauswahl, Auflagenkontrolle und Auswahl der Dienstleister minimieren wir negative Umweltauswirkungen.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 38.

Warenversand

Unser Ziel ist es, vom Kunden bestellte Waren möglichst schnell, bzw. zu einem gewünschten Termin in der richtigen Qualität am korrekten Bestimmungsort zur Verfügung zu stellen. Neben dem herkömmlichen Versandkarton bieten wir unseren Kunden be-

reits seit 1998 die Zustellung ihrer Ware im ökologischen Mehrweg-Versandssystem – der „memo Box“ – an. Über unser Warenwirtschaftssystem errechnen wir automatisch die für den jeweiligen Kundenauftrag optimale Größe des Versandpaketes und reduzieren dadurch Verpackungsabfall. Als Füllstoff zur Produktsicherung verwenden wir ausschließlich Recyclingpapier.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 41.

Personalmanagement

Die Mitarbeiter sind unser höchstes Gut: Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von gegenseitigem Vertrauen, Respekt und der Beteiligung am wirtschaftlichen Erfolg. Wir pflegen eine offene Informationspolitik und ermitteln regelmäßig die Zufriedenheit der Mitarbeiter über anonyme Befragungen. Darüber hinaus bieten wir umfassende, freiwillige betriebliche Sozialleistungen an.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 16.

Ressourcenmanagement

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

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 44.

Ökonomie

Als Unternehmen wollen wir wirtschaftliches Wachstum, aber nicht um jeden Preis. Langfristiger Erfolg ist uns wichtiger als kurzfristige Gewinnmaximierung. Unsere Aufgabe sehen wir darin, nachhaltigen Produkten den Weg in den Massenmarkt zu ebnen und diese für alle Verbraucher zugänglich und erschwinglich zu machen.

Lesen Sie dazu mehr ab Seite 12.

WESENTLICHE UNTERNEHMENSAKTIVITÄTEN DER memo AG

Sortimentsgestaltung und Beschaffung

Wichtige Leitindikatoren:

- Anteil Produkte mit Umweltzeichen/ Labels im Sortiment
- Anteil Neuheiten im Sortiment
- Umsatzanteil memo Markenprodukte

Herstellung und Versand der Produktkataloge

Wichtige Leitindikatoren:

- Art der verwendeten Materialien
- Treibhausgasemissionen durch die Herstellung eines Kataloges
- Treibhausgasemissionen durch den Versand eines Kataloges

Warenversand

Wichtige Leitindikatoren:

- Versandanteil im Mehrweg-Versandssystem „memo Box“
- Anzahl versendete Pakete je Kundenauftrag

Personalmanagement

Wichtige Leitindikatoren:

- Mitarbeiterzufriedenheit
- Angebot freiwilliger, betrieblicher Sozialleistungen

Ressourcenmanagement

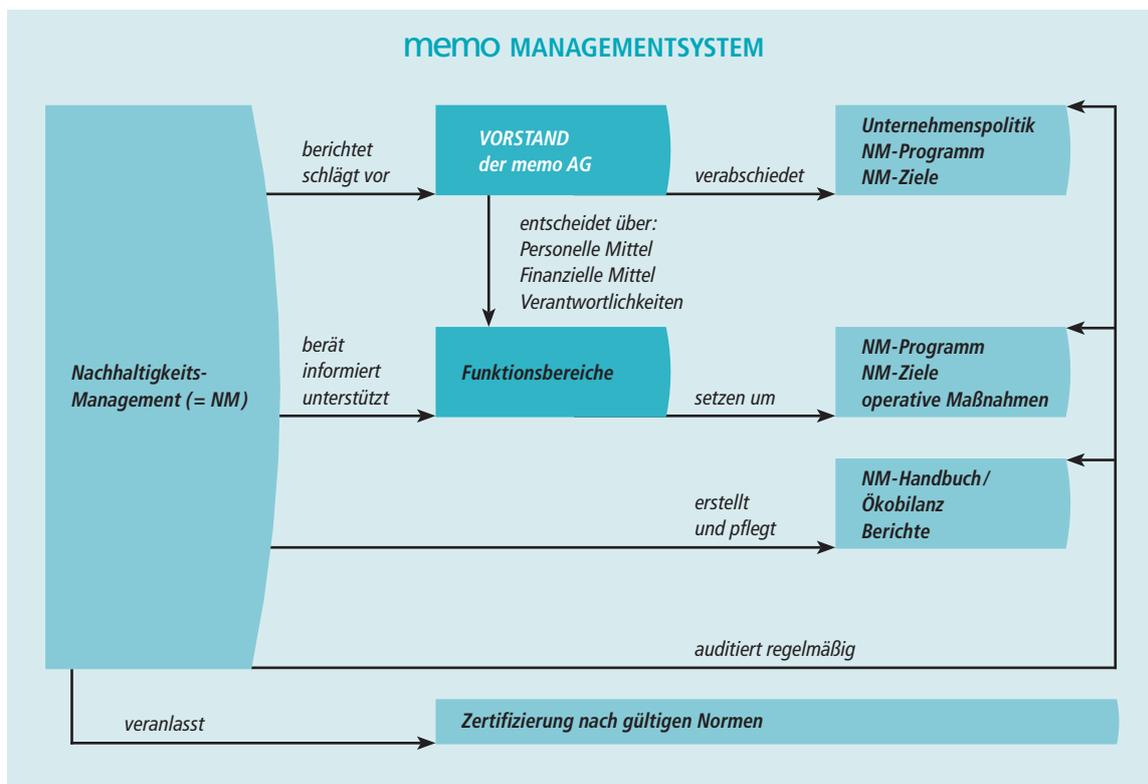
Wichtige Leitindikatoren:

- Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtenergiebedarf
- Treibhausgasemissionen durch Strombedarf je Mitarbeiter
- Treibhausgasemissionen durch Wärmeversorgung je m² Gebäudefläche

Ökonomie

Wichtige Leitindikatoren:

- Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)
- Eigenkapitalquote



Das Nachhaltigkeitsmanagement

Für die praktische Umsetzung unserer Unternehmensphilosophie hat der Vorstand der memo AG die Abteilung Nachhaltigkeitsmanagement eingerichtet. Ihre Aufgabe ist der Betrieb und die Überwachung unseres integrierten Managementsystems sowie die Beratung, Koordination und Unterstützung der Funktionsbereiche zu allen nachhaltigkeitsrelevanten Themen.

In der Organisationsstruktur der memo AG ist das Nachhaltigkeitsmanagement als Stabsstelle direkt dem Vorstand unterstellt und gegenüber den Funktionsbereichen organisatorisch unabhängig.

Kontinuierliche Verbesserung

Unser Managementsystem gewährleistet die Umsetzung der in der Unternehmensphilosophie festgelegten Forderungen und die kontinuierliche Verbesserung unserer Prozesse und Tätigkeiten.

Dabei wollen wir die einzelnen Schritte überschaubar halten. Schließlich geht es um die Annäherung an eine nachhaltige Wirtschafts- und Lebensweise, deren Leitbild sich im Laufe der Zeit stets weiterentwickelt und ständigen Veränderungen unterliegt.

Durch die aktive Teilnahme aller Mitarbeiter – jeder ist bei memo für Qualitätssicherung und Umweltschutz in seinem Arbeitsbereich selbst verantwortlich – gelingt es uns, das Managementsystem in allen Unternehmensbereichen fest zu verankern.

Wesentliche Elemente unseres Managementsystems

Im Rahmen halbjährlich stattfindender **Audits** mit den einzelnen Funktionsbereichen prüfen wir die Wirksamkeit und den Erfolg unseres Managementsystems.

Werden während eines Audits Abweichungen zu den festgelegten Forderungen im Managementsystem festgestellt, leiten wir umgehend geeignete Verbesserungsmaßnahmen ein. Bei umfangreichen Abweichungen wird die Geschäftsleitung informiert.

Der Fokus unserer Audits liegt jedoch darin, aktuelle Problemstellungen gemeinsam zu diskutieren und geeignete Verbesserungsmaßnahmen zu definieren.

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

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

Umfang und Genauigkeit der Datenerhebung für die Umweltbilanz orientieren sich an:

- Relevanz der zu erwartenden Umweltauswirkungen
- Verbesserungspotenzial der zugehörigen Prozesse
- Aussagekraft der Daten (Kennzahlenbildung)
- Wirtschaftliche und technische Realisierbarkeit der Datenerfassung

Zum Jahresbeginn führt das Nachhaltigkeitsmanagement eine **Managementbewertung** durch und erstellt einen **Systembewertungsbericht**. Dieser wird dem Vorstand zusammen mit der Umweltbilanz und wesentlichen Ergebnissen der Audits vorgestellt.

Auf Grundlage der Kennzahlen und Ergebnisse aus Managementbewertung, Umweltbilanz und Audits beurteilt der Vorstand Zielerreichung und Funktionsfähigkeit des Managementsystems, identifiziert die bedeutenden Nachhaltigkeitsaspekte und erstellt das Managementprogramm der memo AG mit neuen Zielen und Maßnahmen.

Der Systembewertungsbericht, die Umweltbilanz, Ziele und Maßnahmen werden allen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt und gemeinsam diskutiert. Jeder Mitarbeiter besitzt so die Möglichkeit, das Managementsystem aktiv mitzubestimmen.

Alle Zielvorgaben und Maßnahmen werden regelmäßig mit den Bereichen Arbeitssicherheit, Risikomanagement und Datenschutz abgestimmt.

Das richtige Maß zählt!

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir wirtschaftliches Wachstum, allerdings nicht um jeden Preis.

A portrait of Sven Krumrey, a man with dark hair and glasses, wearing a dark blue suit jacket over a light blue button-down shirt. He is sitting with his hands clasped in front of him, looking directly at the camera with a slight smile. The background is a solid teal color.

„Auch ein ‚grünes Unternehmen‘ muss ‚schwarze Zahlen‘ schreiben! Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg schließen sich nicht gegenseitig aus, sondern führen langfristig zu gesundem und stabilem Wachstum.“

Sven Krumrey,
Gesamtleiter Vertrieb



Die memo AG ist ein Handelsunternehmen am Standort Greußenheim bei Würzburg. Um dem Unternehmen eine zukunftsweisende Struktur und Rechtsform zu geben und die Mitarbeiter am Firmenerfolg zu beteiligen, wurde die memo Handel mit ökologisch sinnvollen Produkten GmbH

1999 in die memo AG umgewandelt. Die Aktiengesellschaft ist nicht börsennotiert. 100 % der Stammaktien befinden sich in den Händen der vier Gründungsgesellschafter, von denen drei nach wie vor aktiv in Führungspositionen im Unternehmen tätig sind. Die Mitarbeiter halten aktuell über eine Beteiligungsgesellschaft einen Anteil von ca. 2 % des gezeichneten Kapitals in Form von Vorzugsaktien.

Als Versandhandelsunternehmen wollen wir wirtschaftliches Wachstum erzielen, allerdings nicht um jeden Preis. Langfristiger Erfolg ist uns wichtiger als kurzfristige Gewinnmaximierung.

Unser Sortiment umfasst die Bereiche Büro-, Haushalts- und Schulbedarf, Einrichtung und Werbeartikel. In unseren Produktkatalogen und Onlineshops bieten wir etwa 15.000 sorgfältig geprüfte, umwelt- und sozialverträgliche sowie qualitativ hochwertige Produkte zu fairen Preisen an.

DIE MEMO AG IN ZAHLEN

	2010	2011	2012	2013	2014
Umsatz gesamt	18.437	18.980	19.263	19.925	19.050
davon in Deutschland	16.824	17.418	17.677	18.431	17.264
davon im Ausland	1.613	1.562	1.586	1.494	1.786
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	416	249	337	585	354
Steuern vom Einkommen und Ertrag	78	11	18	119	49
Jahresüberschuss	213	25	49	329	140
Eigenkapital	2.618	2.640	2.686	3.012	3.150
Bilanzsumme	7.896	8.413	8.205	8.274	7.644
Umsätze nach Produktgruppen					
Büro-, Haushalts- und Schulbedarf	11.888	12.144	12.367	12.864	12.250
Einrichtung	3.040	2.942	3.076	2.994	2.530
Werbeartikel	3.509	3.894	3.820	4.067	4.270
Umsätze nach Kundengruppen					
Gewerbliche Endverbraucher	13.477	13.696	14.087	14.688	14.091
Wiederverkäufer	1.817	1.992	1.860	1.851	2.148
Privatkunden	3.143	3.292	3.316	3.386	2.811

Alle Angaben in Tausend €.

An die Zukunft denken und in der Gegenwart handeln

Schritt für Schritt folgen wir unserer Vision Marktführer für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen in Europa zu werden. Trotz geringem wirtschaftlichen Wachstum in den letzten Jahren haben wir deshalb gezielt in die langfristige Weiterentwicklung des Unternehmens und der personellen Ressourcen investiert.

Nach dem Umbau und der Reorganisation unserer Logistik und der Einführung des neuen Warenwirtschaftssystems ist Anfang 2015 unser Onlineshop memolife.de an den Start gegangen. Mit dieser Plattform wenden wir uns nun gezielt an die Kundengruppe der privaten Endverbraucher. Ein umfassender Relaunch der Onlineshops für gewerbliche Endverbraucher www.memo.de ist bis Ende des Jahres 2015 geplant. Geringere Erträge haben wir dabei ganz bewusst in Kauf genommen und die Finanzplanung des Unternehmens darauf entsprechend eingestellt.

Kundenstruktur und Bestellverhalten

Die memo AG vertreibt ihre Produkte online und über Katalog direkt an gewerbliche und private Endverbraucher sowie an Handelsunternehmen in Deutschland und im europäischen Ausland.

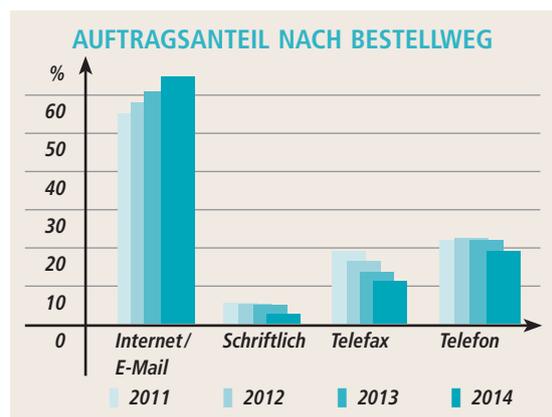
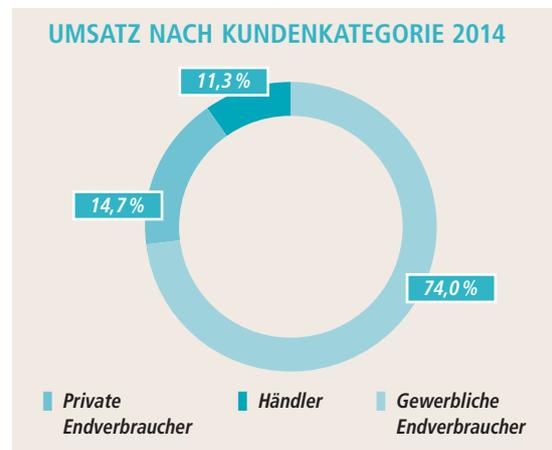
Gewerbliche Endverbraucher besitzen mit 74 % den größten Anteil am Gesamtumsatz der memo AG. Sie sind unsere Kernzielgruppe. Nach mittlerweile fast 25 Jahren Erfahrung im B-to-B-Versandhandel haben wir unser Sortiment und unsere Dienstleistungen optimal auf die Bedürfnisse des gewerblichen Kunden abgestimmt. Die Zusammenarbeit mit nachhaltig qualifizierten Handelsunternehmen hilft uns bei unserer Vision, eine möglichst hohe Marktdurchdringung für nachhaltige Non-Food-Produkte zu erreichen. Aktuell tätigen wir 11,3 % unseres Umsatzes mit Handelsunternehmen im In- und Ausland.

Mit privaten Endverbrauchern erzielen wir aktuell einen Umsatzanteil von 14,7 %.

Die Bedeutung unserer Onlineshops als Vertriebsweg nimmt weiter zu. Mittlerweile erhalten wir etwa 65 % unserer Bestellungen über den Webshop oder per E-Mail – Tendenz weiter steigend. Die ständige Weiterentwicklung unserer Onlineplattformen nach den aktuell verfügbaren technischen Möglichkeiten und den Anforderungen der Anwender ist uns deshalb ein zentrales Anliegen. In diesem Zusammenhang werden wir auch die technischen Voraussetzungen für die Einbindung kundenindividueller Shop-Lösungen für den Handel und für Key-Account-Kunden schaffen.

Fax-Bestellungen sinken in Relation zum Anstieg der Online-Bestellungen. Aus ökologischer Sicht ist dies ein positiver Trend. Aktuell erreichen uns nur noch 12 % der Kundenaufträge per Fax. Selbstverständlich bearbeiten wir diese in unserem Haus ausschließlich in digitaler Form.

Das Niveau telefonischer Bestellungen liegt seit Jahren stabil bei etwa 20 %. Viele Kunden bevorzugen weiterhin die persönliche Beratung, gerade zu unseren nachhaltigen Produkten.



memolife – das neue Einkaufserlebnis für unsere Privatkunden

Immer mehr Menschen stellen den „Massenkonsum“ in Frage und suchen nach Möglichkeiten, verantwortungsbewusst und ressourcenschonend zu leben. Nachhaltigkeit und bewusster Konsum sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen und es gibt immer mehr Menschen, denen die Themen Umwelt, Klima, Ernährung und Gesundheit wichtig sind.

Trotz stagnierender Umsätze in unserem Privatkundensegment in den letzten Jahren sehen wir deshalb enorme Absatzpotenziale für nachhaltige Produkte bei privaten Endverbrauchern.

Um auch diese Zielgruppe optimal zu erreichen, haben wir auf Basis umfassender Kunden- und Marktanalysen das Projekt memolife gestartet. Bisher haben wir Privat- und Gewerbekunden mit nahezu identischem Produktsortiment und Werbemedien angesprochen. Aufgrund unserer Historie als B-to-B-Versandhandel richtete sich der Fokus dabei weitestgehend auf den gewerblichen Verbraucher.

Gerade der private Konsument hat jedoch ganz andere Wünsche und Bedürfnisse hinsichtlich des Produktsortiments und der persönlichen Kundenansprache als der Gewerbekunde. Deshalb haben wir mit memolife ein ganz neues und vom bisher eher nüchternen Auftritt komplett abweichendes, emotionales Konzept entwickelt. memolife unterscheidet sich visuell durch ein neues Logo, neue Farben, eine moderne Gestaltung und durch eine persönliche Ansprache. Das Sortiment für Privatkunden wurde konzeptionell komplett überarbeitet, an einigen Stellen gestrafft – beispielsweise im Bereich Bürobedarf – und um neue Produkte und Produktbereiche speziell für den privaten Bedarf ergänzt. Hinzugekommen sind beispielsweise Naturkosmetik, sowie Wohnaccessoires und -möbel. Das Sortiment besteht zum Start aus rund 7.000 Produkten – ca. 1.500 davon sind Neuheiten. Rund 3.000 Artikel aus dem memolife Sortiment sind mit anerkannten und unabhängigen Umweltzeichen und Labels ausgezeichnet, beispielsweise dem „Blauen Engel“, FSC® oder dem Fairtrade-Label.

Ergänzt wird der neue Shop durch einen grundlegend überarbeiteten Katalog, der auf 250 Seiten die Produktwelt von memolife präsentiert.

Nach dem erfolgreichen Start von memolife steht nun der Relaunch des Onlineshops memo.de an. Dieser basiert auf der gleichen Technik wie memolife.de.

Key-Account und Handel

Die Sicherstellung und Optimierung der Beratungs- und Servicequalität von Schlüsselkunden ist eine wesentliche Zielsetzung unseres Unternehmens. Um den Ansprüchen unserer Key Accounts gerecht zu werden, bieten wir diesen intensive Beratung, sowie erweiterte Logistik- und Serviceleistungen. Ein erfahrener Vertriebsmitarbeiter betreut diese Kunden persönlich – bei Bedarf auch vor Ort – und wird dabei von zwei Kollegen unterstützt, die als persönliche Ansprechpartner im Innendienst zur Verfügung stehen.

Da die Anforderungen des Handels hinsichtlich Beratung, Auftragsabwicklung und logistischer Dienstleistungen annähernd identisch zu den Wünschen der Schlüsselkunden sind, war die Zusammenlegung der Vertriebsbereiche Key-Account und Handel die logische Konsequenz. Die organisatorische Verknüpfung dieser beiden Vertriebsbereiche liefert sichtbare Effizienz- und Qualitätssteigerungen. Unterstützend bieten wir für diese Kundengruppen spezifische Logistik- und Serviceleistungen, wie die optimierte Belieferung von Kostenstellen und verschiedenen Standorten.



Seit April 2015 bieten wir privaten Endverbrauchern mit memolife eine neue, maßgeschneiderte Einkaufsplattform.

Mit dem Fachhandel konnten wir so im letzten Jahr ein Umsatzwachstum von 16% verzeichnen.

Durch die bereits beschriebene technische Weiterentwicklung unserer Shopsysteme haben wir die Basis für kundenindividuelle Onlineshop-Lösungen für den Handel und Schlüsselkunden geschaffen. Durch diesen Service erwarten wir nicht nur eine hohe Kundenbindung, sondern legen den Grundstein für zusätzliche Umsatzpotenziale, insbesondere im Kundensegment Key-Account.



„Gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bringen wir tagtäglich die Energiewende voran. Doch Nachhaltigkeit endet für NATURSTROM nicht beim Thema Energie, sondern ist fester Bestandteil unserer Philosophie. Daher handeln wir in allen Bereichen unseres Unternehmens möglichst nachhaltig und setzen beim Einkauf unserer Büromaterialien auf umweltfreundliche Produkte von memo.“

Oliver Hummel, Vorstand NATURSTROM AG

Auslandsaktivitäten der memo AG

Mit einem Umsatzanteil von etwas mehr als 90% ist Deutschland nach wie vor der bei weitem wichtigste Markt für die memo AG. Für den Vertrieb unserer Produkte im europäischen Ausland arbeiten wir mit wenigen, ausgewählten Distributoren zusammen, die sich durch ihre fachliche und ökologische Qualifikation als Partner und Vermittler unserer Produktphilosophie eignen. Wir streben langfristige Geschäftsbeziehungen an und pflegen einen intensiven persönlichen Kontakt mit unseren Vertriebspartnern. Ihre Erfahrung mit den besonderen Anforderungen ihrer Heimatmärkte ist für uns von großem Wert. Als kleines Versandhandelsunternehmen verfügen wir nicht über die Ressourcen, die spezifischen Bedürfnisse und Wünsche ausländischer Konsumenten zu identifizieren und sie in ihrer Muttersprache zu betreuen.

memo Markenprodukte sind inzwischen bei Handelspartnern in vielen europäischen Staaten erhältlich. Unser Partner in Frankreich erstellt zum Beispiel einen eigenen Gewerbekunden-Katalog, der fast ausschließlich mit Produkten aus dem memo Sortiment bestückt ist. Mit unserem Partner in England arbeiten wir bereits seit 2004 erfolgreich zusammen. Er ist einer der Marktführer für den Vertrieb ökologischer Werbeartikel in England und fördert dort nachhaltigen Konsum auch durch aktive Verbandsarbeit.



Der World Wide Fund For Nature (WWF) ist eine der größten Naturschutzorganisationen der Welt und in mehr als 100 Ländern aktiv. Einer seiner Grundwerte ist der Respekt vor Mensch und Natur. Auch deshalb kauft der WWF Deutschland mit Sitz in Berlin seine Büromöbel bei der memo AG.



Der 1. FC Nürnberg beschafft seinen Bürobedarf nachhaltig über die memo AG. Die Spieler sind nicht nur auf dem Platz, sondern auch beim Tischkicker echte Profis: Jan Polak, Javier Pinola, Niklas Stark, Alessandro Schöpf, Lothar Hartmann (Nachhaltigkeitsmanager memo AG), v.l.n.re.

memo Markenprodukte

Unsere Vision ist es, die Marke memo als Synonym für nachhaltige Produkte im Markt zu positionieren. Im Mittelpunkt unserer Vermarktungsstrategie stehen unsere eigenen Produktkataloge und Onlineshops. Die zweite Säule bildet das Angebot der memo Markenprodukte auf Online-Marktplätzen und in Produktportalen. Darüber hinaus sind memo Markenprodukte im nachhaltig qualifizierten Handel in Deutschland und im europäischen Ausland zu finden. Unsere Markenprodukte sind eine beliebte Ergänzung des Non-Food-Bereichs in vielen Bio-Supermärkten.

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 Umwelt- und Informationszeichen.

In unserem Sortiment führen wir mehr als 1.000 memo Markenprodukte für den täglichen Bedarf – darunter Papiere und Etiketten, EDV-Zubehör, Kindergarten- und Schulbedarf, Hygiene- und Reinigungsartikel sowie Naturtextilien. Da die Entwicklung und Führung eines Markenartikels mit einem überdurchschnittlich hohen personellen, zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden ist, gilt es hier in besonderem Maße eine optimale Balance zwischen Ertrag, Nutzen und Aufwand für unser Unternehmen zu gewährleisten.

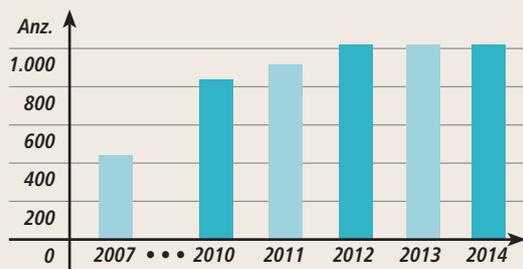
Nach einer umfassenden Kosten-Nutzen-Analyse unter Berücksichtigung markenrechtlicher Anforderungen, werden wir unser memo Markensortiment auf diesem Niveau konsolidieren und den Fokus in Zukunft auf die Stärkung des Markenbildes legen.

Obwohl die Anzahl der memo Markenprodukte in Relation zur Gesamtzahl der gelisteten Produkte gesunken ist, konnten wir den Umsatzanteil auch in den letzten beiden Jahren leicht erhöhen. Im Jahr 2014 tätigten wir 24,5 % unseres Umsatzes mit memo Markenprodukten. Diese Zahlen belegen die hohe Akzeptanz und das Vertrauen unserer Kunden in unsere Marke.

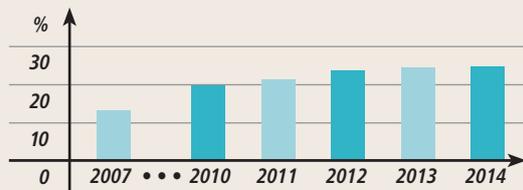
Weitere Informationen zum memo Markensortiment erhalten Sie auf Seite 31.



memo MARKENPRODUKTE IM SORTIMENT



UMSATZANTEIL DER memo MARKENPRODUKTE



Ausblick

Schritt für Schritt folgen wir unserer Vision, memo als führende Öko-Marke im Non-Food-Bereich zu etablieren. Wir wollen die beste Art nachhaltig einzukaufen bieten und Marktführer mit einem Sortiment geprüfter nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen in Europa werden. Um dies zu erreichen setzen wir auf die unterschiedlichsten Vertriebswege – vom klassischen Print-Katalog bis hin zu Online-Marktplätzen – und sprechen nahezu alle Kundensegmente an – vom Fachhandel bis zum privaten Endverbraucher. 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 organisatorischen Rahmenbedingungen und entwickeln die erforderlichen personellen Ressourcen.

Nachhaltigkeit hat für uns einen ebenso hohen Stellenwert wie wirtschaftlicher Gewinn. Mit einer ganzheitlich nachhaltigen Wirtschaftsweise soll sich die memo AG auch weiterhin unabhängig von wechselnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen behaupten und ein gesundes Wachstum erzielen.

Chefsessel gibt es bei uns nicht

Engagierte, motivierte und gesunde Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens.

Sie sind gleichberechtigte Partner, die Unternehmenspolitik und Ziele mitbestimmen.

„Neben dem Fachlichen innerhalb

meiner Ausbildung bei der memo AG

lerne ich vor allem viel zum Thema Nachhaltigkeit.

Besonders schätze ich das eigenverantwortliche

und selbstständige Arbeiten.“

Anna-Lena Martin, Auszubildende
im Marketing





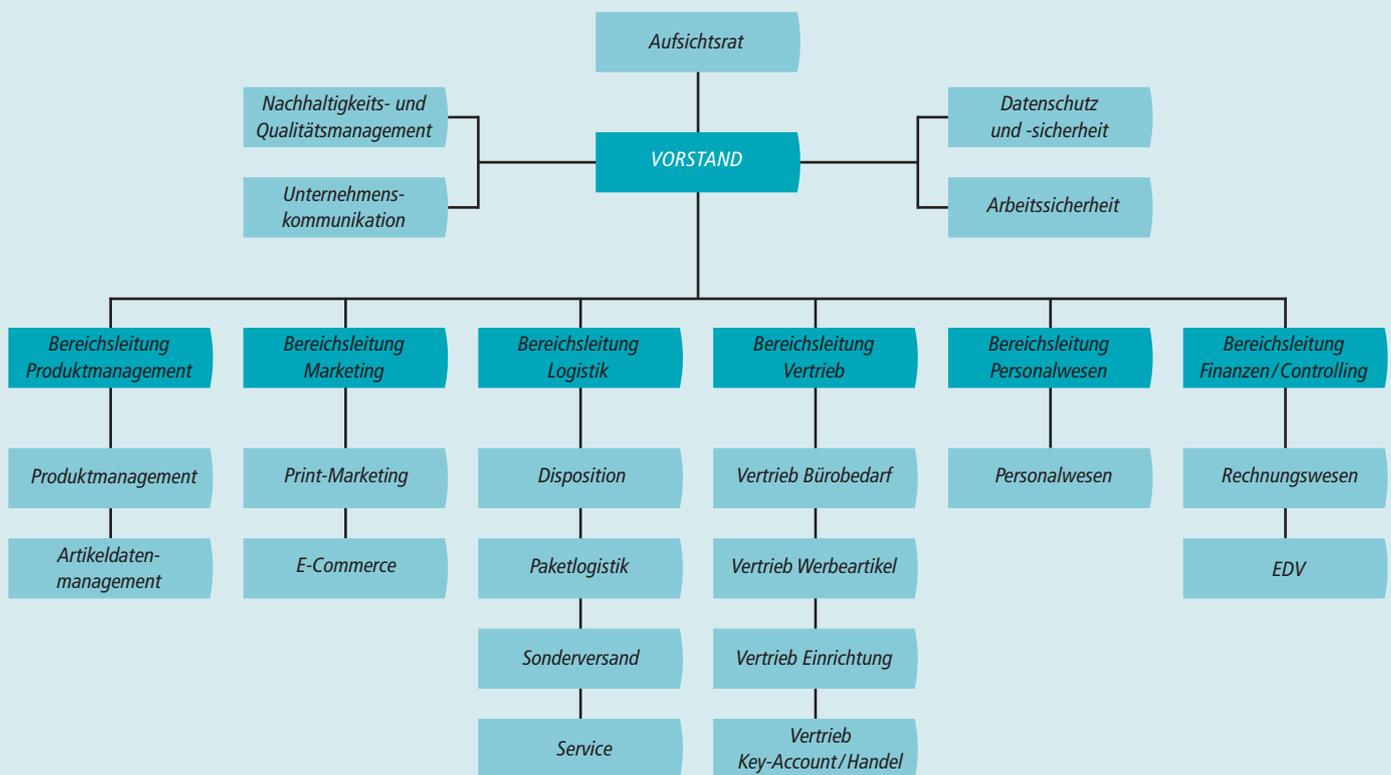
Das Herz des Unternehmens sind unsere engagierten und motivierten Mitarbeiter, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, sich mit den Zielen des Unternehmens identifizieren können und aktiv zu ihrer Umsetzung beitragen.

Die memo AG zeichnet sich durch klar definierte Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten innerhalb des Unternehmens, aber auch durch Eigenverantwortlichkeit, Selbstständigkeit sowie kreative Freiräume für jeden Mitarbeiter

aus. Besonders wichtig ist uns dabei seit jeher eine flache Organisationsstruktur, die Teamarbeit sowohl innerhalb einer Abteilung als auch abteilungsübergreifend fördert. Durch die intensive Zusammenarbeit aller Mitarbeiter – unabhängig von Hierarchieebenen – erreichen wir einen fortlaufenden Verbesserungsprozess für alle unsere Unternehmensaktivitäten.

Jedes Team wird von einem Teamleiter geführt und agiert als eigenverantwortlicher Dienstleister, der sich stets an den Wünschen der Kunden und an den Anforderungen der Kollegen orientiert. Auf diese Weise sichern wir die ganzheitliche Qualität unserer Leistungen.

ORGANIGRAMM DER MEMO AG



Personalstruktur

Im Jahr 2014 waren insgesamt 127 Mitarbeiter und damit gut 3 % weniger als 2012 im Unternehmen beschäftigt. Mit dem moderaten, aber kontinuierlichen Wachstum der memo AG ist auch die Anzahl unserer Mitarbeiter im Laufe der Jahre gestiegen – seit 2008 um rund 20 %.

Knapp 64 % unserer Mitarbeiter arbeiteten 2014 in Vollzeit. Trotz der geringeren Anzahl an Arbeitsstunden verantworten die aktuell 46 Teilzeitarbeitskräfte zum Teil eigene Zuständigkeitsbereiche. Vor allem mit ihnen werden individuelle Arbeitszeitmodelle erarbeitet, welche die persönlichen und beruflichen Bedürfnisse gleichermaßen berücksichtigen. Aber auch die Vollzeitkräfte profitieren von flexiblen Arbeitszeitsystemen, die eine ausgewogene persönliche Work-Life-Balance ermöglichen. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 23.

Frauenquote und Ausländeranteil

Seit der Gründung des Unternehmens ist die Gleichberechtigung von Frau und Mann bei memo eine täglich gelebte Selbstverständlichkeit. Im Laufe der Jahre ist der Frauenanteil bei der memo AG immer weiter auf aktuell 62,2 % gestiegen. Nach jahrelangen öffentlichen Debatten wurde nun auch eine gesetzlich verankerte Frauenquote bei der Besetzung von Führungspositionen beschlossen. Die Frauenquote innerhalb der mittleren Führungsebene (Teamleiter) bei der memo AG liegt bei 41,6 %. Die einzige Frau im fünfköpfigen Vorstand, Ulrike Wolf, ist Gründungsmitglied von memo.

Auch für unsere ausländischen Mitarbeiter gilt das Prinzip der Gleichberechtigung. Ihr Anteil an der gesamten Belegschaft beträgt 5,51 %. Trotz des geringen Anteils sind unsere ausländischen Kollegen eine kulturelle Bereicherung unseres täglichen Arbeitsalltags.

Ebenso selbstverständlich ist für uns die Nicht-Diskriminierung aufgrund der religiösen Prägung und Weltanschauung, des Alters, der sexuellen Orientierung oder einer Behinderung.

Unsere Mitarbeiter bleiben uns treu

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 Quote bei memo im Durchschnitt 3,46 %. 2013 und 2014 haben



„Ich bin seit Oktober 2008 bei der memo AG tätig. Angefangen habe ich als Assistentin im Produktmanagement und habe dabei die Verantwortung über die Katalogproduktion übernommen. 2013 war ich maßgeblich am Aufbau der neuen Abteilung Artikeldatenmanagement beteiligt und habe dafür auch die Teamleitung übernommen. Zu unseren Aufgaben gehören u. a. die Neuanlage und Pflege aller Artikel im Sortiment von memo sowie deren Produktdaten und -bilder sowie die Beschaffung und Verwaltung von Listungsdokumenten.“

An meiner Arbeit bei der memo AG schätze ich besonders die verantwortungsvolle Tätigkeit, die Wertschätzung meiner Arbeit und meiner Meinung durch Kollegen und Vorgesetzte, den kollegialen Umgang untereinander und die flexible Arbeitszeitgestaltung.“

Anja Steigenberger, Leitung Artikeldatenmanagement

nur 1,56 % bzw. 1,57 % der Mitarbeiter das Unternehmen verlassen.

Über ein Drittel unserer Mitarbeiter ist bereits seit mehr als zehn Jahren bei memo beschäftigt. Zehn memo Mitarbeiter sind seit mindestens 20 Jahren bei uns. Diese Zahlen belegen eine außergewöhnlich hohe Identifikation mit unserem Unternehmen. Ihre langjährige Erfahrung bringt wiederum für die memo AG viele Vorteile. Bei der Beurteilung und Auswahl von Produkten nach unseren strengen Listungskriterien sind tiefgehende Kenntnisse zu den vielfältigen ökologischen, sozialen und rechtlichen Themen unabdingbar. Das über viele Jahre hinweg in der Praxis erworbene Fachwissen ist dabei nahezu durch nichts zu ersetzen. Auch bei der Beratung und Betreuung der Kunden zu unseren Produkten und Dienstleistungen zahlt es sich aus, dass viele Mitarbeiter bereits seit Jahren bei memo beschäftigt sind: Sie sind mit unserem Unternehmen, unserer Philosophie und unseren Angeboten, aber auch mit den Themen der Nachhaltigkeit bestens vertraut.

PERSONALSTRUKTUR DER memo AG

	2010	2011	2012	2013	2014
Gesamtzahl Mitarbeiter*	120	127	131	128	127
davon Frauen	78	82	83	79	79
davon Männer	42	45	48	49	48
davon inländische Mitarbeiter	113	119	124	120	120
davon ausländische Mitarbeiter	7	8	7	8	7
davon seit mehr als 10 Jahren bei memo tätig	36	41	43	54	51
davon Vollzeit	90	96	96	82	81
davon Teilzeit	30	31	35	46	46
davon Schwerbehinderte	3,33 %	3,14 %	3,81 %	3,91 %	3,15 %
Fluktuationsrate	4,17 %	3,14 %	6,87 %	1,56 %	1,57 %

* alle Mitarbeiter, die über das Jahr fest angestellt waren

ALTERSSTRUKTUR DER memo AG

	Anzahl der Mitarbeiter
bis 20 Jahre	2
bis 30 Jahre	31
bis 40 Jahre	31
bis 50 Jahre	36
bis 60 Jahre	21
ab 61 Jahre	6

Altersstruktur

Mit einem Durchschnittsalter von rund 39 Jahren liegt die memo AG noch deutlich unter dem Altersdurchschnitt in deutschen Unternehmen, der bei aktuell 43 Jahren liegt. Aufgrund des demografischen Wandels nimmt die Anzahl der Erwerbstätigen ab einem Alter von 50 Jahren immer mehr zu. Diese Entwicklung zeichnet sich auch bei memo ab: Mittlerweile sind über 21 % unserer Mitarbeiter zwischen 50 und 63 Jahren. Die meisten (28,3 %) sind in einem Alter zwischen 40 und 50 Jahren. Leicht rückläufig ist die Zahl der bis 20-Jährigen.



Ein angenehmes Arbeitsumfeld trägt entscheidend zur Leistungsfähigkeit und Zufriedenheit der Mitarbeiter bei. Deshalb sind Firmengebäude, Außenanlagen und Arbeitsplatzqualität für memo entscheidende Aspekte einer nachhaltigen Wirtschaftsweise.

Firmengebäude und Außenanlagen

1995 verlegten wir unseren Firmenstandort vom Würzburger Stadtzentrum in das Gewerbegebiet der kleinen Gemeinde Greußenheim, ca. 15 km westlich von Würzburg. Die Errichtung des Firmengebäudes erfolgte nach gesundheits- und umweltverträglichen Kriterien.

Unser Firmenstandort liegt sprichwörtlich „auf der grünen Wiese“. Beim Blick aus dem Fenster sehen wir zu jeder Jahreszeit eine idyllische Landschaft mit Feldern, Wiesen und Wäldern. Direkt an unser Firmengelände angrenzend hat die Gemeinde Greußenheim ein kleines Biotop angelegt.

Zum „natürlichen“ Wohlbefinden bei memo trägt auch der Naturgarten rund um das Firmengebäude bei, der mit einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt ist. Ein Teil der Wiese wird in der warmen Jahreszeit nicht gemäht, um Bienen und anderen Insekten wertvollen Lebens- und Nahrungsraum zu geben. Bei schönem Wetter steht unseren Mitarbeitern in den Pausen eine bestuhlte Terrasse zum Entspannen und eine große Rasenfläche für sportliche Aktivitäten zur Verfügung.

An kalten oder regnerischen Tagen verlagern wir unsere Pausen in den großzügigen Wintergarten: Hier findet sich ein attraktiver Cafeteria-Bereich mit einer voll ausgestatteten Küche, einladenden Sitzgruppen, einer bequemen Sofaecke und einem ausgefallenen Hängesessel.

Großzügige Fensterflächen in den Büroräumen und zusätzliche Oberlichter im Lagerbereich schaffen im ganzen Haus eine ange-



Nicht nur für die Mitarbeiter ein Ort der Erholung: Unser Naturgarten bietet auch Bienen und anderen Insekten wertvollen Lebens- und Nahrungsraum.

nehme Tageslichtatmosphäre. In der dunklen Jahreszeit erzielen wir den gleichen Effekt mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum-Beleuchtung. In allen Büroräumen und in der Cafeteria finden sich speziell für unsere Raum- und Lichtverhältnisse ausgewählte Pflanzen: Sie verschönern das Arbeitsumfeld und verbessern gleichzeitig das Raumklima.

Im Lagerbereich werden Deckenstrahlplatten als Heizelemente eingesetzt. Mit dieser Technik wird die Wärme trotz hoher Räume gleichmäßig verteilt und es entstehen keine gesundheitsschädlichen Staubverwirbelungen.

Mehr Informationen zum Firmengebäude finden Sie ab Seite 45.



Zentraler Treffpunkt bei der memo AG ist unser Wintergarten: Er bietet den Mitarbeitern Raum für erholsame Pausen und Platz für unsere regelmäßigen Personalversammlungen.



Unsere Terrasse mit Gartenmöbeln aus dem Sortiment von memo lädt nicht nur zu Pausen und zur Entspannung ein, sondern wird im Sommer auch gerne für Besprechungen genutzt.

Arbeitsplatzgestaltung in den Büros

Um in den Büroräumen eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, wollen wir ausreichend Freiraum für eine individuelle Gestaltung des eigenen Arbeitsplatzes und des Umfelds bieten.

Sämtliche 73 Arbeitsplätze in der Verwaltung sind mit Möbeln aus unserem eigenen Produktsortiment ausgestattet. Das garantiert nicht nur eine hohe Qualität und eine lange Lebensdauer, sondern auch strengste Anforderungen an die Emissionsarmut der Werkstoffe. Schreibtische und Schränke besitzen tastsympathische, blendfreie Oberflächen und sorgen aufgrund ihrer Offenporigkeit für ein angenehmes Raumklima. Alle bei memo eingesetzten Bürostühle unterstützen eine dynamische Sitzhaltung und haben atmungsaktive, austauschbare Bezüge.

Die Bildschirm-Arbeitsplätze bei memo erfüllen die gesetzlichen Bestimmungen hinsichtlich Sicherheit und Gesundheitsschutz. Emissionen von gesundheitsgefährdenden Stoffen, Strahlungen oder Lärm, die während des Betriebs von Bürogeräten auftreten können, halten wir so gering wie möglich: Bei der Beschaffung von Kopiergeräten, Arbeitsplatzdruckern und -PCs bevorzugen wir Produkte mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“. Zudem verwenden wir bei memo ausschließlich ergonomische und energieeffiziente TFT-Bildschirme. Da die Mehrzahl unserer Mitarbeiter gleichzeitig mit mehreren Softwareprogrammen arbeitet, ist der überwiegende Teil der Arbeitsplätze bei memo mit zwei TFT-Bildschirmen ausgestattet.

Mensch und Arbeitsplatz in Harmonie

Die Mitarbeiter in der Verwaltung verbringen einen bedeutenden Teil ihrer Lebenszeit am Bildschirmarbeitsplatz. Unser Anspruch ist es, jedem Mitarbeiter einen für seine Tätigkeit und seine individuellen Bedürfnisse optimal gestalteten, ergonomischen Arbeitsplatz zu bieten. Auch die innovativsten und hochwertigsten Materialien können nur wenig beitragen, wenn die einzelnen Komponenten am Arbeitsplatz nicht korrekt aufeinander abgestimmt sind. Mensch, Schreibtisch und Bürostuhl sollten bei der Gestaltung eines Bildschirmarbeitsplatzes ganzheitlich betrachtet werden, damit Haltungsschäden, Verspannungen und Rückenschäden vorgebeugt wird und gleichzeitig ein angenehmes persönliches Ambiente entsteht. Unsere Einrichtungsexperten stehen deshalb allen Mitarbeitern bei der Einrichtung und Gestaltung ihres Arbeitsplatzes beratend und unterstützend zur Verfügung.



Sitz-/Steh-Tischkombinationen sind nicht nur ergonomisch von Vorteil, sondern erleichtern oft auch die Kommunikation.

Laufende Verbesserungen zugunsten der Mitarbeiter

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

Aufgrund der stetig steigenden Anzahl der Mitarbeiter in den letzten Jahren kommt es bei memo trotz großzügiger Flächenplanung immer wieder zu räumlichen Engpässen. Wo notwendig und sinnvoll werden deshalb die Büroeinteilungen verändert und hinsichtlich der bestehenden Lichtverhältnisse optimiert sowie ältere Möbel gegen neue, moderne Einrichtung ausgetauscht. Sukzessive werden relevante Arbeitsplätze mit Sitz-/Steh-Tischkombinationen ausgestattet und an die aktuellen Arbeitsanforderungen angepasst. Aktuell liegt der Anteil an diesen Tischen in der Verwaltung bei gut 61 %.

Unsere Mitarbeiter bestätigen uns durch schriftliche Umfragen und mündliches Feedback regelmäßig den Erfolg unserer Maßnahmen zur Arbeitsplatzgestaltung. Ergonomie, Wohlbefinden und gute Lichtverhältnisse werden von den Mitarbeitern durchweg positiv bewertet.



Ökologische und gesundheitsverträgliche Büromöbel sorgen für eine angenehme und motivierende Arbeitsumgebung. Energieeffiziente Bürotechnik schont wertvolle Ressourcen.



Variabel einstellbare Sitz-/Steh-Tischkombinationen bieten unseren Mitarbeitern individuelle Gestaltungsmöglichkeiten und beugen Gesundheitsschäden vor.



In der Lagerlogistik wurden ergonomische Steharbeitsplätze eingerichtet, die die Mitarbeiter gesundheitlich entlasten.



Der Teleskopförderer erleichtert die Beladung des LKW-Containers wesentlich.

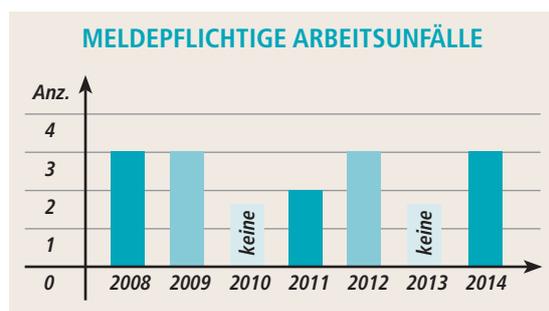
Arbeitsbedingungen in der Lagerlogistik

2010 haben wir die Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter in der Wareneingangs- und Versandlogistik wesentlich optimiert und damit auch die Effizienz und Qualität der internen Logistik gesteigert. Details dazu finden Sie im memo Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 auf Seite 33. Insgesamt gibt es in der Logistik aktuell 36 Arbeitsplätze, 12 davon sind an Packtischen. Im Wareneingang sind alle Arbeitsplätze als Steharbeitsplätze eingerichtet. Durch die Nähe zum Wareneingangsprozess entfallen unnötige Laufwege für die Mitarbeiter. Zudem sind diese Arbeitsplätze u. a. mit passenden erhöhten Sitzmöbeln, die für Entlastung bei längeren EDV-Eingabetätigkeiten sorgen, ergonomisch gestaltet. Jeden Morgen bieten wir im Lager ein viertelstündiges Training mit Gymnastik und Dehnübungen für alle Mitarbeiter an. Das Angebot wird gerne angenommen und trägt erheblich zur Fitness der Mitarbeiter bei.

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

Im Bereich Kommissionierung wenden wir das sogenannte Batchverfahren an. Über unser Warenwirtschaftssystem werden aus dem verfügbaren Auftragsportfolio bis zu 32 Sendungen wegeoptimiert gebündelt und gleichzeitig kommissioniert. Die Laufstrecken der Mitarbeiter reduzieren sich dadurch erheblich. Trotzdem legt ein Kommissionierer bei memo am Tag zwischen sechs und acht Kilometer zurück. In Einzelfällen entstehen durch dieses Verfahren vergleichsweise hohe Ladegewichte auf einem Kommissionierwagen. Um auch in diesen Fällen eine gute Lenkbarkeit zu garantieren, haben wir an allen Wagen ein zusätzliches fünftes Rad in der Mitte angebracht.

Alle Packtische sind mit kontrastreichen TFT-Touchscreens und Scannern ausgestattet. Über hochwertige Bildschirmhalter kann jeder Mitarbeiter seinen Bildschirm ergonomisch optimal einstellen.



In den vergangenen sieben Jahren ereigneten sich bei der memo AG durchschnittlich nur zwei meldepflichtige Arbeitsunfälle pro Jahr.

Jeder Packbereich ist mit klappbaren Trittstufen ausgerüstet, um das Befüllen großvolumiger Pakete zu erleichtern. Zudem ist das Förderband abgesenkt, um die Übergabe der Versandstücke – insgesamt über 1.500 kg pro Packer und Tag – auf das Band zu vereinfachen.

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

Obwohl die aktuellen Arbeitsbedingungen in der Lagerlogistik bereits weitestmöglich optimiert sind, ergeben sich immer wieder Verbesserungsmöglichkeiten – auch durch wertvolle Hinweise der Mitarbeiter selbst. So planen wir im Jahr 2016 weitere Optimierungen der Arbeitsplatzergonomie und -abläufe im Versand und an den Packtischen.

Lesen Sie mehr zu den Prozessen der Lagerlogistik auf Seite 41.

Arbeitssicherheit

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



Hinweise zum Verhalten in Gefahrensituationen finden unsere Mitarbeiter u. a. am „Schwarzen Brett“.

Als reiner Handelsbetrieb verfügen wir weder über Maschinen noch über Anlagen mit großem Gefahrenpotenzial und setzen nur sehr geringe Mengen an Gefahrstoffen ein. Seit 2010 ist zudem der Staplerverkehr in der Logistik auf ein Minimum reduziert. Dennoch analysieren wir mögliche Notfallsituationen systematisch, um möglichen Arbeitsunfällen vorzubeugen. Die sehr wenigen meldepflichtigen Unfälle der letzten Jahre ereigneten sich einerseits auf dem Arbeitsweg, andererseits bei Tätigkeiten während der Arbeitszeit.

Neben der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen, wie z. B. regelmäßigen Geräteprüfungen durch unabhängige Gutachter, sorgen vor allem wiederkehrende Schulungen und Einweisungen sowie fest definierte Verhaltensregeln für die Sicherheit unserer Mitarbeiter.



Die Infoveranstaltung „Fit im Job – richtig essen mit Verantwortung“ lieferte u. a. Tipps und Anregungen zu klimabewusster Ernährung.



Der Mitarbeitergarten der memo AG liefert nicht nur gesunde Lebensmittel – er macht auch eine Menge Spaß.



Gesunde Ernährung mit selbstgemachten, klimaverträglichen Brotaufstrichen.



Betriebliches Gesundheitsmanagement

Wir fördern die Gesundheit unserer Mitarbeiter systematisch. Neben der ständigen Optimierung der gesamten Arbeitsumgebung und Arbeitsplatzqualität ermittelt eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe bei memo laufend

Möglichkeiten zur Förderung der Gesundheit und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Dabei arbeiten wir eng mit Krankenkassen, unserem Betriebsarzt und Experten zusammen. Aus den Ergebnissen dieser Analyse definieren wir jedes Jahr geeignete Förderungsmaßnahmen.

Fester Bestandteil sind dabei seit Jahren kostenloses Obst und Gemüse aus regionalem, saisonalem und biologischem Anbau für alle Mitarbeiter. Einige Kollegen haben im vergangenen Jahr in Eigeninitiative einen kleinen Mitarbeitergarten auf dem memo Gelände angelegt, der seither zur Erntezeit frischen Salat, knackiges Gemüse und aromatische Kräuter liefert.

Unser Entspannungs- und Freizeitraum ist der ideale Ort für kleine Pausen oder eine Partie Tischtennis. Eine Kollegin mit entsprechender Zusatzausbildung bietet während der Arbeitszeit kostenlose Massagen an. Selbstverständlich ist das gesamte Firmengebäude rauchfrei.

Seit 2011 veranstalten wir in Zusammenarbeit mit einer gesetzlichen Krankenkasse jährlich einen Gesundheitstag: Alle Mitarbeiter können kostenlos während ihrer Arbeitszeit einen umfas-



Beim Gesundheitstag 2015, der ganz im Zeichen von gesunder Ernährung stand, fand der Workshop „Grüne Smoothies“ großen Anklang.

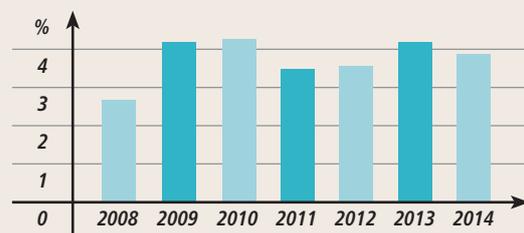
senden Gesundheitscheck vornehmen lassen und sich zu verschiedenen Themen informieren. Besonders gut kommen die frisch gepressten Fruchtsäfte an, die an diesem Tag kostenlos angeboten werden.

Sehr gut angenommen wird auch das wechselnde Angebot an Sport- und Gesundheitskursen wie beispielsweise ein Spiralmuskeltraining. Zudem nimmt die memo AG seit 2011 mit einer Laufgruppe an verschiedenen Firmenläufen im Landkreis Würzburg teil.

Auf vielfachen Wunsch von Mitarbeiterseite wurde für 2015 als Schwerpunkt das Thema Ernährung gewählt. Mitte Januar informierte uns dazu bereits der Verbraucherservice Bayern zum Thema „Fit im Job – richtig essen mit Verantwortung“. Angesprochen wurden Themen wie Lebensmittelverschwendung und klimabewusste Ernährung. Die Umsetzung in die Praxis erfolgte zeitgleich durch die memo Auszubildenden, die für diese Veranstaltung selbstgemachte, klimaverträgliche Brotaufstriche zubereiteten.

Auch beim Gesundheitstag im Juni 2015 stand gesunde Ernährung im Mittelpunkt.

KRANKHEITSBEDINGTE FEHLZEITENQUOTE (INKLUSIVE DAUERKRANKHEIT)



Die durchschnittliche krankheitsbedingte Fehlzeitenquote bei memo beträgt in den letzten sieben Jahren 3,78 %.

Der Erfolg gibt uns recht

Dass wir mit unserem betrieblichen Gesundheitsmanagement und auch mit unserer ergonomischen Arbeitsplatzgestaltung auf dem richtigen Weg sind, wird an verschiedenen Stellen deutlich: Im Durchschnitt liegt die Arbeitsunfähigkeit pro memo Mitarbeiter bei 9,7 Tagen pro Jahr (in 2014) und damit weit unter dem Bundesdurchschnitt von 16,6 Tagen (in 2012). Die memo Mitarbeiter bewerteten die Maßnahmen zur Förderung ihrer Gesundheit in unserer regelmäßigen Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit durchweg als sehr positiv. Lesen Sie dazu mehr ab Seite 26.

Arbeitszeitgestaltung

Von Beginn an pflegen wir bei memo eine offene und transparente Unternehmenskultur, die grundsätzlich auf Vertrauen und Eigenverantwortlichkeit basiert. Infolgedessen arbeiten wir nicht innerhalb starr vorgegebener und restriktiv gehandhabter Arbeitszeitregelungen, sondern bieten allen Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Arbeitszeiten individuell, abhängig von ihrem Aufgaben- und Verantwortungsbereich sowie der persönlichen Familien- und Lebenssituation, zu gestalten.

Grundlage unserer Arbeitszeitorganisation ist die Vereinbarung monatlicher Rahmenarbeitszeiten. Vom Minijob über alle Formen von Teilzeitvereinbarungen bis zur klassischen Fünf-Tage-Vollzeittätigkeit wird hier jedes denkbare Modell praktiziert. Die konkreten Arbeitszeiten werden innerhalb der einzelnen Teams vollkommen unabhängig nach den jeweiligen Anforderungen definiert und über flexible Arbeitszeitkonten umgesetzt. Als logische Konsequenz unserer Kultur des Vertrauens werden die Arbeitszeiten durch die Mitarbeiter selbst erfasst. Anfallende Mehr- und Minderstunden können kurz- bis langfristig immer wieder ausgeglichen werden.

Während der Elternzeit besteht für alle Mitarbeiter das Angebot, auf geringfügiger Basis bzw. maximal bis zu 30 Wochenstunden weiterzuarbeiten, um so fachlich wie thematisch nicht den Anschluss und den persönlichen Kontakt zu den Kollegen zu verlieren. Seit Inkrafttreten des Bundeselterngeldgesetzes am 01.01.2007 haben alle männlichen memo Mitarbeiter, die seitdem Vater geworden sind, die Möglichkeit der sogenannten „Vätermonate“ genutzt. Im Anschluss an die Elternzeit wird gemeinsam mit jedem zurückkehrenden Mitarbeiter eine individuelle Arbeitszeitleistung erarbeitet.

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

Ferienbetreuung

Seit dem Jahr 2007 bieten wir unseren Mitarbeitern während der Ferienzeiten eine kostenfreie, pädagogisch qualifizierte Kinderbetreuung in unserem Haus an. Das Angebot wird mit steigender Tendenz gerne angenommen: Die Anzahl der betreuten Kinder stieg von 10 im Jahr 2010 auf 17 im Jahr 2012 und auf 22 im Jahr 2014.

Der Nachwuchs genießt die gemeinsamen Aktivitäten in vollen Zügen. Auf der großen Außenfläche rund um das memo Gebäude können die Kinder Fußball und Verstecken spielen oder im Winter Schneemänner bauen. Wer noch mehr Bewegung möchte, tobt

sich auf dem großen Trampolin aus. An heißen Tagen sorgt ein kleines Schwimmbcken für Abkühlung. Ist es draußen unangenehm kalt oder regnerisch, steht unser Entspannungs- und Freizeitraum während der Ferienzeiten ausschließlich den Kindern zur Verfügung. Dank kreativer Mal- und Bastelangebote und einer großen Auswahl an Gesellschafts- und Kartenspielen kommt auch hier keine Langeweile auf. Besondere Highlights der memo Ferienbetreuung sind das Backen von Muffins oder Waffeln in der gut ausgestatteten memo Küche. Und dank der Tatsache, dass eine unserer Kinderbetreuerinnen Pferdebesitzerin ist, kommen die Kleinen sogar ab und zu in den Genuss eines „Ausritts“ in unserem Garten.

Absicherung der Berufsunfähigkeit

In Deutschland scheidet jeder 4. Arbeitnehmer vor Erreichen der Altersrente aufgrund gesundheitlicher Einschränkungen frühzeitig aus dem Arbeitsleben aus. Für Menschen, die nach dem 1. Januar 1961 geboren sind – und das gilt für über 80 % der memo Mitarbeiter – wurde die gesetzliche Berufsunfähigkeitsrente bereits 2001 abgeschafft. Eine private Absicherung ist jedoch oft sehr kostspielig.

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

Arbeitgeberbroschüre

Im Rahmen unserer Beteiligung an dem Projekt „Mit ElternKOMPETENZ gewinnen“, initiiert vom Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration, haben wir im vergangenen Jahr die 12-seitige Broschüre „memo – der Arbeitgeber fürs Leben“ erstellt, die einen Überblick über alle beruflichen, sozialen und finanziellen Leistungen und Maßnahmen des Unternehmens zugunsten der Mitarbeiter liefert. Die Broschüre ist nicht nur für die bestehenden Mitarbeiter ein informativer „Reminder“, sondern stellt die memo AG auch zukünftigen und potenziellen Mitarbeitern als verantwortungsvolles und interessantes Unternehmen vor.



Für die Kinder ist die Ferienbetreuung bei memo ein riesengroßer Spaß und für die Eltern oft eine große Erleichterung.



Das Glück der Erde liegt auf dem Rücken der Pferde – und für die memo Ferienkinder im Grünen im memo Garten.



Lecker! Wenn die Kinder in der Ferienbetreuung Muffins backen, kommt auch so mancher memo Mitarbeiter auf den Geschmack.



Ausbildung

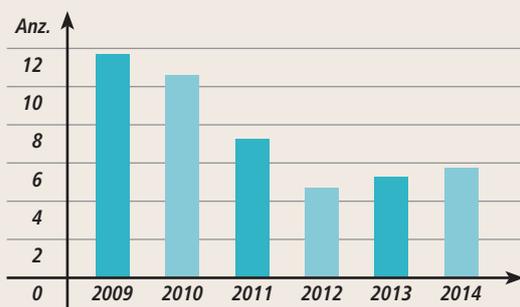
Wir wollen die Zukunft unseres Unternehmens aktiv gestalten! Aus diesem Grund fördern wir seit 1995 junge Menschen im Rahmen einer Ausbildung bei memo. Sie können bei uns zwischen fünf kaufmännischen und

einem gewerblichen Ausbildungsberuf wählen: Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandel, für Bürokommunikation, für Marketingkommunikation, Fachkraft für Lagerlogistik, Informatikkaufmann/-kauffrau und Mediengestalter/-in Digital und Print. Neben der Vermittlung fachlicher Qualifikationen unterstützen wir den eigenverantwortlichen Umgang mit ökologischen und sozialen Problemstellungen.

Unser Ziel ist es, unsere Azubis nach ihrem Abschluss in ein festes Angestelltenverhältnis zu übernehmen, was uns in der Regel auch gelingt. Die Anzahl der Auszubildenden ist deshalb abhängig von den mittelfristig geplanten Stellen und unterliegt zum Teil deutlichen Schwankungen.

Seit 2008 gibt es bei memo eine Ausbildungsbeauftragte, die dem Personalwesen angegliedert ist. Sie steht den Auszubildenden während der gesamten Lehrzeit als persönlicher Ansprechpartner und Vertrauensperson zur Verfügung. Weiterhin ist sie für die Ausbildungsplanung verantwortlich, koordiniert den Unternehmensrundlauf und fungiert als Schnittstelle zu den Berufsschulen und Fachbereichen.

AUSBILDUNGSPLÄTZE / JAHRESDURCHSCHNITT



In den vergangenen sechs Jahren beschäftigte die memo AG im Durchschnitt acht Auszubildende pro Jahr.

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

„Erlebniswelt 4 Elemente“

Welchen Einfluss haben die vier Elemente Feuer, Wasser, Luft und Erde auf die Biodiversität? Dieser Frage sind die memo Auszubildenden zusammen mit Azubis der Neumarkter Lammsbräu und der Weleda AG nachgegangen. Ihr Ergebnis präsentierten sie den Besuchern der Landesgartenschau in Schwäbisch Gmünd vom 30. April bis 12. Oktober 2014 mit der „Erlebniswelt 4 Elemente“, einem Holzpavillon, der mit verschiedenen Blumen und Kräutern bepflanzt war. Durch die gemeinsame Gestaltung des Pavillons, der in drei Projekttreffen an den jeweiligen Unternehmensstandorten in Neumarkt/Oberpfalz, Schwäbisch Gmünd und Greußenheim entwickelt wurde, konnten die 14 Azubis Einblicke in die Arbeitsabläufe und vor allem in die Philosophie und die Werte der beteiligten Unternehmen erhalten.



„Die Zusammenarbeit mit Auszubildenden anderer nachhaltiger Unternehmen war für uns eine wertvolle Erfahrung. Bei der Entwicklung und Umsetzung des Pavillons hatten wir nicht nur eine Menge Spaß, wir konnten auch eigenständig planen, arbeiten und entscheiden. Besonders interessant war es zu sehen, wie

andere Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit umsetzen und welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede es im Bereich Ausbildung gibt.“

Verena Schmidt und Sebastian Beck, Auszubildende bei der memo AG



Die Azubis der drei Unternehmen mit Corinna Röber (Reihe vorne, 1. v. li.), Jasmin Hemrich (Reihe hinten, 2. v. li.), memo AG, Alexandra König (Reihe hinten, 3. v. li.), Neumarkter Lammsbräu und Holger Biller (Reihe hinten, 2. v. re.), Weleda AG.



Den Flyer für die Besucher der „Erlebniswelt 4 Elemente“ haben die Auszubildenden selbst entwickelt.



Im September 2014 besuchten zahlreiche Mitarbeiter der memo AG die Landesgartenschau in Schwäbisch Gmünd und konnten sich dabei von der großartigen Leistung der Azubis selbst ein Bild machen.

Personalentwicklung

Motivierte, leistungsfähige und zufriedene Mitarbeiter sind unser wichtigster Erfolgsfaktor. Da unser Unternehmen in einem sehr dynamischen Markt tätig ist, werden auch die Ansprüche an unsere Mitarbeiter kontinuierlich höher. Um diesen Anforderungen gerecht werden zu können, unterstützen wir sie durch das Angebot systematischer Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Darüber hinaus wollen wir auch bei ihnen eine nachhaltige Lebensweise fördern. Und letztlich ist ein gutes Angebot an Fort- und Weiterbildung eine geeignete Maßnahme, um Fachkräfte zu gewinnen.

Strategisch angelegte Maßnahmen

Die Personalentwicklung bei memo ist nach einem strategischen, ganzheitlichen Ansatz ausgerichtet. Zusammen mit langfristig ausgewählten Partnerunternehmen entwickeln wir dazu mehrstufige, dauerhaft angelegte Schulungskonzepte. Diese sind ideal auf die Unternehmensphilosophie und die Anforderungen der memo AG abgestimmt und werden kontinuierlich weiterentwickelt. Um diese Weiterbildungen möglichst effizient zu gestalten, finden sie in der Regel direkt bei memo vor Ort statt.

Im Jahr 2014 wurden insgesamt 25 externe Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen durchgeführt. 63 % aller memo Mitarbeiter haben mindestens eine Maßnahme – vom eintägigen Seminar bis hin zu mehrjährigen berufsbegleitenden Weiterbildungen – wahrgenommen.

Die Qualität der externen und internen Schulungsmaßnahmen bewerten die Teilnehmer anschließend in entsprechenden Beurteilungsbögen – die Ergebnisse legt unsere Personalabteilung bei der Auswahl und Durchführung zukünftiger Maßnahmen und Schulungsträger zugrunde.

Weiterbildung zur Führungskraft

Durch Veränderungen in der betrieblichen Organisation oder durch Ausscheiden aufgrund Elternzeit, wurden drei Kollegen – Corinna Laudner im Bereich Werbearbeit, Sandra Waldschmidt im Bereich Vertrieb und Alexander Dill im Bereich Kundenservice – zu Teamleitern befördert oder als Teamleiter eingestellt. Hierfür haben sie bei der IHK Mainfranken eine Weiterbildung zum Teamleiter (IHK) absolviert. Fachkräfte erhalten dort in insgesamt 80 Unterrichtsstunden anwendungsbezogenes Fachwissen und die notwendige Kreativität, um ihre neuen Aufgaben optimal zu erledigen und die gesteckten Ziele zu erreichen. Eine Teamleitung, so die IHK, soll durch klares Vorbildverhalten und hohe soziale Qualifikation sowie Kommunikations- und Konfliktlösungskompetenz als Führungspersönlichkeit überzeugen und dabei die gewandelten Wertvorstellungen von Mitarbeitern und Unternehmensleitung gleichermaßen berücksichtigen.

Produktschulungen

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

So bieten unsere Produktmanager zu Beginn jedes Jahres Informationsveranstaltungen zu ihrem jeweiligen Produktbereich in unserem Sortiment an. Die Schulungsinhalte werden entsprechend auf die für das jeweilige Team (Vertrieb, Service, Beschaffung oder Wareneingang) relevanten Aspekte zugeschnitten. Unterstützend nutzen wir Schulungsangebote unserer Lieferanten, um uns auch bei weiterführenden Nachhaltigkeitsthemen auf dem neuesten Stand zu halten. 2014/15 standen die Schulungen ganz im Zeichen der neuen Sortimente für memolife (Lesen Sie dazu mehr auf Seite 35). So führten wir beispielsweise Schulungen zum Thema Naturkosmetik durch und unser Kissens-Lieferant informierte uns über gesundes Schlafen sowie über die Vorteile und Wirkungsweisen biologischer Naturfüllungen.

Auftritts- und Präsentationstraining

Im November 2014 absolvierten acht Mitarbeiter der memo AG, die regelmäßig externe und interne Präsentationen halten, ein individuelles Auftritts- und Präsentationstraining unter dem Motto „Funkenflug statt Folienschlacht!“. Durchgeführt wurde das Training von den „sprecherlen“ Britta Sander und Stefanie Windhausen, die langjährige Erfahrung vor und hinter der Kamera sowie als Moderatorin und Journalistin vorweisen können. Das Thema Nachhaltigkeit liegt den „sprecherlen“ besonders am Herzen. Sie glauben, dass jeder von uns einen Beitrag für eine zukunftsfähige Welt leisten kann und trainieren deshalb alle, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen.

Lernen macht Spaß ...

Unser jährlicher Adventskalender testet das Wissen der memo Mitarbeiter zu unseren Produkten oder unserem Unternehmen. Die richtige Antwort wird mit etwas Glück mit einem attraktiven Preis belohnt.



Hopfen ist für die Neumarkter Lammsbräu ein wichtiger Rohstoff für ihre Produkte.



Ein Windspiel krönte den Pavillon „Erlebniswelt 4 Elemente“ auf der Landesgartenschau in Schwäbisch Gmünd.



Wir erhalten regelmäßig und mit steigender Tendenz Anfragen aus dem Ausland. Um diese und unsere ausländischen Kunden entsprechend bedienen zu können, finden bei der memo AG fortlaufend Englischkurse statt.

Feedback für interne Schulungen

Bitte gibt uns zu Schulungsleiterin und -vorbereiterin den jeweiligen Feedback. DANKE!

Schulungsinhalt
 von: _____ (regelmäßig)
 Schulungsbearbeitung: _____ Referent: _____
 Schulungsthema: _____ Datum: _____ Stunden / Tage

Schulungsziele
 Wie beurteilst Du das Verhältnis von Stoffmenge und Zeit?
 angemessen zu viel Stoff in zu wenig Zeit zu wenig Stoff für die Zeit
 Wie schätzt Du den Nutzen der Schulung für Deine Tätigkeit ein?
 sehr groß groß klein gering

Schüler / Mitarbeiterbefragung

Bitte beurteile die Wirksamkeit der Inhalte bezüglich der Umsetzung in der Praxis!	1	2	3	4	5
1) Beinhaltet Deine Erwartungen an das Thema erfüllt?					
2) Wie beurteilst Du das Tempo der Vorgehens?					
3) Wie beurteilst Du den Umfang des Seminars?					
4) Wie war die Seminareinleitung / Methodik?					
5) Beinhaltet verschiedene Methoden eingesetzt?					
6) Wie beurteilst Du die fachliche Kompetenz des Trainers?					
7) Wie war die Mitarbeit des Trainers?					
8) Wie war die Arbeit der Teilnehmer?					
9) Wie war der Umgang mit den Schulern?					
10) Wie wird die Arbeit der Teilnehmer eingepreist?					
11) Wie beurteilst Du die Seminarsituation / Präsenzzeit?					
12) Wie war die Seminarsituation?					
13) Wie beurteilst Du die Gesamtveranstaltung?					

Wird Du darüber hinaus noch Kommunikationseingaben?

Über einen Fragebogen beurteilen unsere Mitarbeiter die Schulungen, an denen sie teilgenommen haben.



Unsere Mitarbeiter sind gleichwertige Partner und können sowohl die Unternehmenspolitik als auch die Ziele von memo mitbestimmen. Sämtliche kurz- und langfristigen Planungen und Ziele des Unternehmens sowie Maßnahmen und Kennzahlen der Geschäftsentwicklung werden deshalb der gesamten Mitarbeiterschaft transparent gemacht. Im Rahmen regelmäßiger Personalversammlungen besteht die Möglichkeit, eventuelle Probleme und Fragestellungen direkt an die Geschäftsleitung heranzutragen und interne Entscheidungsprozesse aktiv mitzugestalten.

Mitarbeiterbefragungen sind die Grundlage für Verbesserungen

Im Rhythmus von zwei Jahren ermitteln wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter durch strukturierte, anonyme Befragungen. Teilnehmen können alle fest angestellten Mitarbeiter. Die Rücklaufquote der letzten Befragungen lag jeweils über 50 % (2010: 60,78 % / 2012: 56,76 % / 2014: 67,00 %).

Ständige Verbesserung der Umfragestruktur

Im Jahr 2014 haben wir die Struktur der Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit wesentlich geändert. Basis waren unsere Erfahrungen aus den Befragungen der letzten Jahre und eine umfassende Analyse von Modellen und Verfahren zur Erfassung und Bewertung der Mitarbeiterzufriedenheit.

Die Umfrage enthält nun 47 Einzelaspekte (vorher 40), die zudem inhaltlich konkretisiert wurden. Rückmeldungen der Mitarbeiter hatten gezeigt, dass einige Fragestellungen nicht eindeutig genug waren.

Die Hauptkategorien der Befragung blieben im Wesentlichen unverändert, um die Entwicklung des Unternehmens durch Vergleichsanalysen mit den Ergebnissen früherer Befragungen bewerten zu können. Lediglich die Kategorie „Betriebliche Zusatzleistungen“ wurde unterteilt, in die Bereiche „Gesundheit – Leben und Arbeiten“, sowie „Finanzielle Zusatzleistungen“. Unveränderte Hauptkategorien sind „Unternehmen Allgemein“, „Arbeitsplatzbedingungen“, „Arbeitsorganisation“, „Tätigkeit und Aufgaben“, „Zusammenarbeit“ sowie „Vorgesetzte“.

Die Zufriedenheit der Mitarbeiter mit den einzelnen Aspekten wird auf einer 4-stufigen Skala von „absolut“ bis „gar nicht zu-

frieden“ abgefragt und in Prozentwerte umgerechnet.

Die Geschäftsführung der memo AG hat die Mitarbeiterzufriedenheit als wesentlichen Leistungsindikator definiert. Zielwert ist eine durchschnittliche Zufriedenheit von > 70 %. Im Jahr 2014 wurde ein Durchschnittswert von 75,19 % erzielt.

Auch grafisch wurde der Fragebogen deutlich optimiert und dem Corporate Design der memo AG angepasst. Die besser handhabbare und moderne Gestaltung wurde von den Mitarbeitern sehr positiv wahrgenommen. Zudem bietet der neue Fragebogen wesentlich mehr Raum für individuelle Kommentare und Verbesserungsvorschläge.

Wichtige Ergebnisse im Vergleich

Zur Beurteilung der Entwicklung des Unternehmens und der Maßnahmen aus den Ergebnissen früherer Befragungen bieten sich Vergleichsanalysen der untersuchten Hauptkategorien an.

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

Besonders gut beurteilt werden weiterhin unsere Maßnahmen für einen gesunden und lebenswerten Arbeitsplatz. Dies betrifft sowohl die Angebote zur Gesundheitsförderung (87,96 %), die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben (83,81 %) als auch die Arbeitsplatzbedingungen (76,44 %) selbst.

Ebenfalls sehr erfreulich ist, dass die Mitarbeiter die Unternehmensphilosophie der memo AG kennen und diese gut finden und unterstützen (89,04 %). Das Betriebsklima wird gegenüber der letzten Befragung um 16,47 % besser bewertet. Auch die Definition und Kommunikation der Zielsetzungen wurde um 18,05 % besser bewertet.

Über den Verhaltenskodex der memo AG fühlen sich nur 76,52 % der Mitarbeiter sehr gut informiert. Zukünftig werden wir hierzu mehr und ausführlichere Informationsveranstaltungen bieten.

Das Vertrauen in die Arbeitsplatzsicherheit ist bei den Mitarbeitern um 3,2 % gesunken. Zurückzuführen ist diese Bewertung sicherlich auf das geringe Unternehmenswachstum – bei gleichzeitig hohen Investitionen – in den letzten Jahren. Obwohl es in der gesamten Historie der memo AG keine Kündigung aus wirtschaftlichen Gründen gab und auch aktuell nicht geplant ist, reagieren die Mitarbeiter hier verständlicherweise sehr sensibel.



* Aspekt erstmalig in 2014 detailliert abgefragt



Entgelt und Zusatzleistungen



Gerechte Entlohnung

Die Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens – jeder einzelne trägt wesentlich zur Entwicklung der memo AG bei. Das Prinzip der Gleichberechtigung gilt deshalb bei uns auch hinsichtlich einer

gerechten Entlohnung. Aspekte wie Geschlecht, Herkunft, Religion, Behinderungen, Familienstand oder Alter besitzen keinen Einfluss auf die Entlohnung.

Gehaltsunterschiede resultieren daher ausschließlich aus leistungsbezogenen Faktoren wie Fähigkeiten, Erfahrung oder Verantwortung eines Mitarbeiters. Besonderes Augenmerk legen wir darauf, dass die Spreizung zwischen den Gehaltsstufen vergleichsweise gering bleibt. Ein Vorstandsmitglied verdient – gerechnet auf Basis des Stundensatzes beim Grundgehalt – aktuell etwa das dreifache eines Mitarbeiters in der niedrigsten Gehaltsstufe.

Gehaltszusammensetzung

Neben dem Grundgehalt bietet memo seinen Mitarbeitern umfassende freiwillige Zusatzleistungen. Diese werden auf der Basis des jeweiligen Grundgehaltes bzw. der vereinbarten Wochenstundenzahl berechnet und sind zum Teil erfolgsabhängige, leistungsabhängige oder feste Größen.

Betriebliche Zusatzleistungen unterstützen unsere Mitarbeiter im Arbeitsalltag, bei der Erhaltung ihrer Gesundheit oder bei der finanziellen Absicherung im Alter. Sie beinhalten unterschiedliche Gesundheitsangebote, die Kinderbetreuung während der Ferienzeiten, einen Kinderzuschlag auf das Grundgehalt und nicht zu-

letzt eine arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge. Zudem besitzen alle Mitarbeiter flexible Arbeitszeitkonten, wodurch ein Verfall von Überstunden oder Resturlaub vermieden werden kann.

Zielvereinbarungen

Im Rahmen der Jahresgespräche zwischen Teamleitung und Mitarbeitern werden die persönlichen Ziele und Teamziele definiert und die Zielerreichung beurteilt.

Basis der Zielvereinbarungen mit den Mitarbeitern sind die strategischen Unternehmensziele, die aufgrund unserer nachhaltigen Unternehmensphilosophie immer ökologische, soziale und ökonomische Ziele beinhalten und über Leistungsindikatoren gemessen werden. Wesentliche kurz- und mittelfristige Ziele und Maßnahmen sind im aktuellen Managementprogramm der memo AG zu finden. Lesen Sie dazu mehr ab Seite 56.

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

Unsere Erfahrungen und die Ergebnisse der Analyse zur Mitarbeiterzufriedenheit haben gezeigt, dass der monetäre Bestandteil unseres Zielvereinbarungssystems die Zielerreichung nicht wesentlich fördert. Belohnungen, die individuelle persönliche Interessen und Bedürfnisse in den Vordergrund stellen, erscheinen uns besser geeignet, die Mitarbeiter zu motivieren. Unser Augenmerk liegt deshalb in der Weiterentwicklung wertorientierter und wirksamer Führungsmodelle.

Kapitalbeteiligung

Eine unserer Unternehmensvisionen ist es, alle fest angestellten Mitarbeiter langfristig am wirtschaftlichen Erfolg und am wachsenden Unternehmenswert der memo AG partizipieren zu lassen.

Zu diesem Zweck haben wir die memo Mitarbeiter-Beteiligungsgesellschaft gegründet. Nach einem Jahr der Betriebszugehörigkeit kann ihr jeder Mitarbeiter als stiller Gesellschafter beitreten. Jährlich stellt memo ihm einen vom Gehalt abhängigen Betrag zur Einzahlung in die Beteiligungsgesellschaft zur Verfügung. Die Einlage wird mit einer vom Unternehmenserfolg abhängigen Rendite, jedoch mindestens mit einem garantierten Zinssatz, vergütet.

GEHALTSZUSAMMENSETZUNG

Grundgehalt

- + Kinderzuschlag
- + Arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge
- + Urlaubsgeld
- + Erfolgsprämie I (Weihnachtsgeld)
- + Erfolgsprämie II
- + Leistungsprämie in der Versandlogistik
- + Kapitalbeteiligung

Wir schauen genau hin ...

Vor der Aufnahme eines Produktes in unser Sortiment prüfen wir dieses umfassend auf seine ökologischen, sozialen und qualitativen Eigenschaften.



„Ich bin nach meiner Ausbildung bei der memo AG im Produktmanagement tätig und u. a. für den Bereich Druckerzubehör zuständig. Gerade bei einem derart großen Sortiment, das ständigen Marktveränderungen unterliegt, erfordert diese Arbeit großes Fingerspitzengefühl und viel spezifisches Wissen.“

Florian Bloemen,
Produktmanager

Die Sortimentsgestaltung

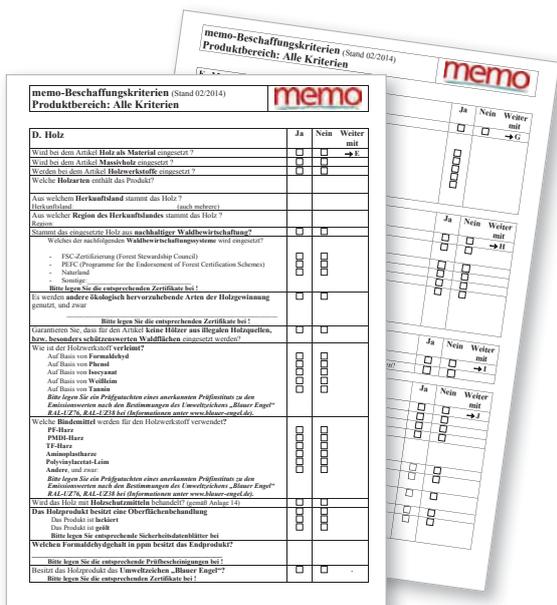


Als Versandhandelsunternehmen können wir an der Schnittstelle zwischen Lieferanten / Herstellern und Kunden einen enormen Beitrag zu mehr Umwelt- und Sozialverträglichkeit in der Produktion, aber auch insgesamt zu mehr Umwelt- und gesellschaftlichem Bewusstsein auf allen Seiten leisten.

Vor allem aber erleichtert unser sorgfältig geprüftes Produktangebot dem Verbraucher die Kaufentscheidung für eine ökologisch und sozial einwandfreie Alternative: Bei memo findet er für jeden Bedarf einen nach unseren strengen Beschaffungskriterien intensiv geprüften Artikel.

Vor der endgültigen Aufnahme ins Sortiment führen wir anhand von Mustern umfassende Produkttests durch. Umfang und Prüfkriterien sind abhängig von der Komplexität des Produktes. Bei Bedarf ziehen wir externe Berater oder Ergebnisse neutraler Tests und Untersuchungen unterstützend hinzu.

Falls ein Produkt grundsätzlich sehr gut geeignet ist, jedoch geringfügige, verbesserungsfähige Abweichungen zu unseren Kriterien besitzt, versuchen wir zusammen mit dem Lieferanten eine Lösung zu finden und das Produkt gemeinsam zu optimieren. Im Jahr 2014 haben wir rund 5.000 neue Artikel in unser Sortiment aufgenommen. Die hohe Zahl ist bedingt durch den neuen memolife Onlineshop und Katalog – lesen Sie dazu mehr auf Seite 38/39.



Auszug aus den memo Beschaffungskriterien.

Im Dialog mit unseren Lieferanten

Wir pflegen von jeher einen intensiven, persönlichen Kontakt zu unseren Lieferanten – mit vielen Geschäftspartnern arbeiten wir bereits seit Gründung der memo AG erfolgreich zusammen. Zu Beginn der Geschäftsbeziehung bestätigt uns der Lieferant seine unternehmerische Verantwortung durch die Unterzeichnung unseres Verhaltenskodex. Dieser orientiert sich vor allem an den ILO-Kernarbeitsnormen. Verfügt der Lieferant über einen eigenen, geeigneten Code of Conduct akzeptieren wir diesen selbstverständlich.

Bei der Beschaffung orientieren wir uns am Prinzip des „local sourcing“ und bevorzugen soweit möglich Lieferanten innerhalb Deutschlands und Europas. So sind wir auch als vergleichsweise kleines Unternehmen in der Lage, die meisten unserer Lieferanten persönlich zu besuchen.

Bei Herstellern in Übersee konzentrieren wir uns bei der persönlichen Überprüfung auf besonders kritische oder wichtige Produktgruppen wie Textilien oder Leuchtmittel. Darüber hinaus stellen wir die Einhaltung unserer Beschaffungskriterien sicher, indem wir zertifizierte Hersteller, z. B. nach SA8000 oder DIN EN ISO 9001 und 14001, bevorzugen und sehr eng mit den deutschen Agenturen der Hersteller zusammenarbeiten.

Wie wählen wir Produkte aus?

Unser Leistungsprozess orientiert sich an den drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Sozialverträglichkeit und Ökonomie – ergänzt um den Faktor Qualität. Er umfasst eine ganzheitliche Analyse der Umweltauswirkungen und der Gesundheitsverträglichkeit der Produkte. Relevant sind Aspekte wie verwendete Materialien, ressourceneffiziente Herstellung, sparsame recyclingfähige Verpackung, möglichst geringe gesundheitliche Belastung des Benutzers während des Gebrauchs, Energieeffizienz sowie die Recyclingfähigkeit bzw. problemlose Rückführung des Produktes in natürliche Kreisläufe.

Sozialverträgliche Arbeitsbedingungen in der Produktion und fairer Handel sind weitere, bedeutende Faktoren unserer Sortimentsgestaltung. Neben dem Erhalt der Umwelt gehört für memo auch die kontinuierliche Verbesserung von sozialen Strukturen zu den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung.

Letztlich müssen jedoch auch Praxistauglichkeit, Qualität und Preis stimmen: Nur wenn ein umwelt- und sozialverträgliches Produkt zu einem marktgerechten Preis erhältlich ist, erzielen wir eine große Marktdurchdringung – und damit spürbare Umweltauswirkungen und entsprechende Ressourceneinsparungen durch bewussten Konsum.

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

Produkte mit Umweltzeichen bevorzugt!

In vielen Bereichen der Produktbeurteilung orientieren wir uns an den Kriterien für anerkannte Umweltzeichen und Labels, die von unabhängigen Zertifizierungsorganisationen und Verbänden vergeben werden. Bereits mit derartigen Kennzeichnungen versehene Artikel werden bevorzugt aufgenommen. Bei etwa 40 % der Artikel in unserem Sortiment ist das der Fall.

ARTIKEL MIT UMWELTZEICHEN UND LABELS						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015**
„Blauer Engel“	996	1054	1153	1191	1160	1345
FSC®	720	1101	1149	1344	1476	2427
EG-Öko-Label (Bio-Logo)	77	101	107	111	165	276
Fairtrade	220	266	278	216	301	486
GEPA fair+	–	–	–	28	31	29
GOTS	n. e.*	298	303	352	1182	1498
„Nordic Swan“	n. e.*	n. e.*	n. e.*	107	152	145
bluesign	–	–	–	–	–	96
NATRUE	–	–	–	–	–	76

* nicht ermittelt

** Umfang des Sortiments aufgrund memolife ausgebaut

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



„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 mittlerweile über 1.300 Artikel mit dem „Blauen Engel“ im Sortiment. Relevante Produktbereiche sind hierbei vor allem Recyclingpapier, -karton und -pappe, Hygienepapiere, Recycling-Tonermodule, Bürogeräte mit Druckerfunktion, solarbetriebene Produkte sowie Produkte aus Recyclingkunststoff.

➔ www.blauer-engel.de



FSC®

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

Nur Holzprodukte, die aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern stammen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette strenge Kriterien erfüllen, erhalten das Umweltzeichen FSC®. Über 2.400 Artikel im memo Sortiment werden aus Hölzern aus FSC®-zertifizierter Forstwirtschaft gefertigt. Dies sind nicht nur Produkte aus dem Möbel-Sortiment, sondern auch Schreibgeräte, Bürobedarf und zahlreiche Haushaltswaren.

➔ www.fsc-deutschland.de



„Bio“ nach EG-Öko-Verordnung

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.

➔ www.bio-siegel.de



EU-Bio-Siegel

Das Gemeinschafts-Bio-Siegel der Europäischen Union kennzeichnet seit 2010 ökologisch erzeugte Produkte und basiert auf den Richtlinien des deutschen Bio-Siegels. memo führt ausschließlich Lebensmittel im Sortiment, die mit dem Bio-Siegel nach EG-Öko-Verordnung und dem EU-Bio-Siegel ausgezeichnet sind. Aktuell sind das über 270 Artikel.



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, 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 kontrolliert ökologischer Anbau (75%), die Abfüllung und Verpackung von Produkten im Ursprungsland, zusätzliche Prämienzahlung und Qualitätszuschläge, Messung des CO₂-Fußabdrucks und Ausgleich beim Handelspartner oder Unterstützung neuer, oft kleiner Organisationen als Türöffner zum Weltmarkt.

➔ www.fair-plus.de

„Fairtrade“ und „Fairtrade Certified Cotton“

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

Seit 2007 werden nicht nur Lebensmittel, sondern auch Textilien ausgezeichnet: Das „Fairtrade Certified Cotton“-Label garantiert faire und soziale Handels- und Produktionsbedingungen.

Ein großer Teil der Lebensmittel im Sortiment von memo und fast alle memo Textilien aus Bio-Baumwolle tragen das bekannte Informationszeichen, bei dessen Einführung in Deutschland memo Pilotpartner war.

➔ www.transfair.org

„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 fast 1.500 GOTS-zertifizierten Artikel im memo Naturtextilsortiment kommt ausschließlich Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau zum Einsatz. Anbau und Weiterverarbeitung der Fasern sind genau geregelt, um zu gewährleisten, dass die Produkte ökologisch einwandfrei sind.

➔ www.global-standard.org

bluesign

Mit dem bluesign-Label werden Produkte ausgezeichnet, deren gesamter Verarbeitungsprozess für die Gesundheit unbedenklich und möglichst umwelt- und ressourcenschonend ist. Die Vergabekriterien definieren alle zugelassenen Komponenten und Verfahren zur Produktherstellung. Damit schafft der bluesign-Standard Transparenz für die gesamte textile Zulieferkette, ohne dabei Kompromisse bei Funktionalität, Qualität oder Design einzugehen.

➔ www.bluesign.com

Nordisches Umweltzeichen („Nordic Swan“)

Mit dem Nordischen Umweltzeichen werden Produkte in aktuell 63 Bereichen ausgezeichnet, die umweltfreundlich sind und die Natur so wenig wie möglich belasten. Dabei wird der gesamte Herstellungsprozess lückenlos beobachtet. Umweltschonende Produktion und Reduktion der Abfälle sind unabdingbare Kriterien für die Ausstellung des Zertifikats, ebenso wie Energie- und Wasserverbrauch oder der Einsatz von Chemikalien.

➔ www.nordic-ecolabel.org

NATRUE

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

➔ www.natrue.org



memo – eine starke Marke

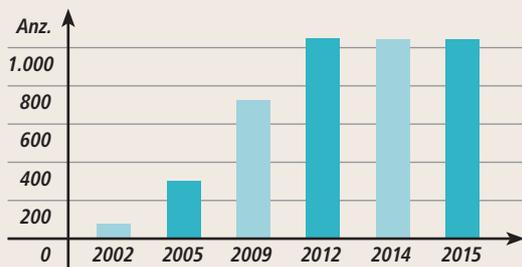


Über 1.000 Produkte und damit fast mehr als zehnmals so viele wie im Jahr 2002 tragen heute den Namen memo! Während die ersten memo Markenartikel vorrangig zum klassischen Bürobedarf zählten – Gewerbetreibende waren anfangs unsere Kernzielgruppe – führen wir inzwischen auch immer mehr memo Markenprodukte, die es einfacher machen, nachhaltig und bewusst zu konsumieren: darunter Hygiene- und Reinigungsartikel, Kindergarten- und Schulbedarf sowie Büromöbel und Naturtextilien.

Alle memo Markenprodukte erfüllen besonders hohe ökologische Standards, um Mensch und Umwelt bei Herstellung, Gebrauch und Verwertung geringstmöglich mit Schadstoffen zu belasten. Die Mehrzahl ist mit einem der bereits beschriebenen, anerkannten Umweltzeichen oder Labels ausgestattet. Zusätzlich überzeugt jeder Artikel durch eine erstklassige Qualität, hervorragende Gebrauchseigenschaften, klare Produktdeklarationen und – nicht zuletzt – durch einen attraktiven Preis.

memo

memo MARKENPRODUKTE IM SORTIMENT



memo Recycling Spül- und Reinigungsschwämme

Einer der jüngsten Zuwächse in der memo Markenfamilie sind die memo Spül- und Reinigungsschwämme aus Recyclingmaterial, die im Jahr 2013 in einer kratzfreien und einer scheuerstarken Variante hinzugekommen sind. Sie verbinden innovative Recyclingqualität mit höchster Funktionalität: Für die saugstarke Seite wird 100 % Postconsumer-Schaumstoff aus alten Sofas und Möbeln wiederverwertet. Die Scheuerseite besteht aus recycelten PET-Flaschen. Die Verpackung besteht aus 97 % Recyclingkarton und die Herstellung erfolgt in Europa. Das Produkt ist eine nachhaltige Alternative zu herkömmlichen Scheuerschwämmen, für die die Rohstoffe – meist auf Basis von Erdöl – immer neu hergestellt werden müssen. Bei den memo Recycling-Schwämmen wird auf bereits bestehendes Material zurückgegriffen, was Abfall einspart, Ressourcen schont und letztlich Umwelt und Klima zugute kommt.



Hohe ökologische Standards

Gerade bei unseren eigenen Produkten liegt uns die Verträglichkeit für Mensch, Umwelt und Klima ganz besonders am Herzen. Daher haben wir im Jahr 2012 in Kooperation mit unseren Herstellern Lebenszyklus-Analysen für drei memo Markenprodukte erstellt. Ausführliche Informationen dazu finden Sie im memo Nachhaltigkeitsbericht 2013/14 auf den Seiten 31 bis 35.

memo Markenstrategie

Die Anzahl der memo Markenprodukte hat sich seit einigen Jahren auf einem hohen Niveau konsolidiert, da das Sortiment mittlerweile mit den für uns relevanten Produkten und Produktbereichen durchdrungen ist. Die Nachfrage und die Beliebtheit von memo Markenprodukten seitens unserer Kunden ist durchweg hoch. Lesen Sie dazu auch Seite 15.

Seit letztem Jahr arbeiten wir nun an einer deutlicheren Kommunikation der Marke memo, die dabei mehr in den Vordergrund rücken wird als bisher. Das Markenbild soll vor allem für unsere Kunden klarer erkennbar sein. Unser Ziel ist es, durch diese Strategie die Marke memo zu erhalten und zu stärken, was auch markenrechtlich Vorteile bringt.

Einige unserer memo Markenprodukte präsentieren sich bereits in neuem Design mit einer modernen und sympathischen Gestaltung in frischen Farben sowie mit dem neuen memo Logo.



Der memo Naturfarbkasten aus dem Garten der Natur.



Die memo Kosmetiktücher aus 100 % Recyclingpapier.



Die memo Schreibblocks liniert aus 100 % Recyclingpapier.

Mit Sorgfalt, Gewissen und Verstand



Kriterien zur Produktleistung bei der memo AG

Wir als Konsumenten haben es jeden Tag durch unser Tun und unsere Entscheidungen in der Hand, ob die Umwelt und das Klima geschont und ob Menschen in fernen Ländern unter

unseren Konsumgewohnheiten leiden müssen. Unsere Art zu kaufen und zu leben hat Auswirkungen auf eine nachhaltige Entwicklung und damit auf den Lebensstil und die Lebensqualität nachfolgender Generationen. Dabei kann jeder etwas tun!

An diesem Punkt leistet die memo AG ihren Beitrag: Wir bieten sorgfältig ausgewählte Produkte, die sich durch die eingesetzten Materialien, durch ressourcenschonende Herstellung, durch Sozialverträglichkeit in der Produktion und fairen Handel, durch Energieeffizienz, durch sparsame und recyclingfähige Verpackung, durch möglichst geringe oder keine gesundheitliche Belastung beim Ge-/Verbrauch, durch Recyclingfähigkeit, durch Praxistauglichkeit, durch Langlebigkeit und Qualität sowie durch einen fairen Preis auszeichnen.

Diese Kriterien, die wir zur Leistung der Produkte für unser Sortiment heranziehen, sind gleichzeitig für den Verbraucher wichtige Anhaltspunkte und Informationen, um nachhaltige Kaufentscheidungen zu treffen. Damit unterstützen wir unsere Kunden, einen bewussten Lebensstil zu entwickeln oder zu verfolgen und ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft zu leisten.

Herstellung und Materialien

Bei der Leistung für unser Sortiment bevorzugen wir Produkte, die in Deutschland oder zumindest innerhalb Europas hergestellt werden. Neben möglichst kurzen Transportwegen ist uns zusätzlich eine ressourcenschonende Herstellung wichtig. Ein Beispiel hierfür ist die memo Pflanzenölseife. Die Endproduktion der Flüssigseife erfolgt in Deutschland. Der Hersteller betreibt innerhalb der Produktion einen geschlossenen Wasserkreislauf und arbeitet weitestgehend abfallfrei. Seinen Strombedarf deckt das Unternehmen durch eine Fotovoltaik-Anlage auf dem Dach sowie den Bezug von 100 % Ökostrom. Ein speziell entwickeltes Niedertemperaturverfahren reduziert den Energieverbrauch auf ein Minimum. Die geringen, nicht vermeidbaren Treibhausgasemissionen werden durch Investitionen in Waldaufforstungsprojekte „klimaneutral“ gestellt.

Das Material selbst ist ebenfalls wichtig. Produkte, die aus recycelten Materialien hergestellt sind, tragen direkt zur Schonung von Rohstoffen bei. Mittlerweile sind zahlreiche, hochwertige Recyclingprodukte am Markt verfügbar. Ausgangsrohstoff sind dabei nicht nur Papier oder Kunststoffe, sondern beispielsweise auch Glas oder Leder.

Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen sind eine sinnvolle Alternative, wenn eine vorbildliche Bewirtschaftung und Gewinnung der Rohstoffe erfolgt. Holz ist beispielsweise ein hervorragendes, äußerst umweltverträgliches Material. Es wächst immer wieder nach, trägt außerdem zu einem gesunden Klimahaushalt bei und lässt sich am Ende des Produktlebenszyklus weiterverwerten bzw. energiegewinnend und CO₂-neutral als Brennstoff nutzen. Eine Förderung der Verwendung von Holzprodukten ist also erstrebenswert – allerdings nur, wenn eine ökologische Waldbewirtschaftung gewährleistet ist. memo schreibt für alle Holzprodukte verbindlich die Verwendung von Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft vor. Bei unseren Einkaufsentscheidungen bevorzugen wir Produkte aus FSC®-zertifizierten Hölzern.

Auch sogenannte Biokunststoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe, wie z. B. Polymilchsäure, Stärke oder Zellulose, stellen inzwischen in vielen Bereichen eine echte Alternative zu herkömmlichen, auf fossiler Basis hergestellten Kunststoffen dar.

Darüber hinaus stellt die Natur eine überschaubare Vielfalt an pflanzlichen Stoffen für die Herstellung von Produkten zur Verfügung – zum Beispiel Naturkautschuk für Gummiringe oder Extrakte verschiedenster Blüten, Blätter, Früchte und Wurzeln für Wasserfarben.

Recyclinggerechte Konstruktion

Die Recyclingfähigkeit bzw. die problemlose Rückführung eines Produkts in natürliche Kreisläufe ist ein weiterer wichtiger Punkt für die Aufnahme von Artikeln in unser Sortiment.

Die Verfügbarkeit sortenreiner Materialien ist ein wesentlicher Qualitätsaspekt für die Herstellung neuer, hochwertiger Recyclingprodukte. Deshalb achten wir darauf, die Materialvielfalt von Produkten so gering wie technisch möglich zu halten. Zudem sollten die einzelnen Materialien möglichst einfach sortenrein zu trennen sein. Beispielsweise sind die Kunststoffteile bei den Desktop-PCs „Esprimo“ von Fujitsu nicht verklebt, sondern verschraubt.

Ein interessantes und zukunftsweisendes Konzept ist „Cradle to Cradle®“ („Von der Wiege zur Wiege“): Das Konzept kennt wie die Natur keinen Abfall, keinen Verzicht und keine Einschränkungen. Es verfolgt das Ziel, ein Produkt oder eine Produktionsweise so zu gestalten, dass alle Inhaltsstoffe zu fast 100 % zurückgewonnen werden können und diese nicht als Abfall zu deponieren, zu verbrennen oder geringwertiger zu recyceln. Anstatt die linearen Stoffströme heutiger Produkte und Produktionsweisen zu verringern, sieht das Cradle to Cradle®-Designkonzept deren Umgestaltung in zyklische Nährstoffkreisläufe vor, so dass einmal geschöpfte Werte für Mensch und Umwelt erhalten bleiben. Der STABILO Filzstift „GREENpoint“ aus unserem Sortiment ist weltweit der erste Stift mit Cradle to Cradle®-Zertifizierung. Er ist aus 96 % recyceltem Kunststoff hergestellt und enthält Tinte auf Wasserbasis.



Die memo Pflanzenölseife „Natural Liquid“ ist auch in einer umweltverträglichen 1l- Nachfüllflasche erhältlich.



Die Gummiringe der „fairen GUGEL“ bestehen aus FSC®-zertifiziertem Naturkautschuk.



Der Fujitsu Desktop-PC „Esprimo“ wird in Deutschland hergestellt und ist einfach zerlegbar.



Der Filzstift „GREENpoint“ von STABILO ist der weltweit erste Stift mit einem Cradle to Cradle®-Zertifikat in Silber.



Der GEPA Bio Ceylon Grüntee ist aus fairem Handel und kontrolliert ökologischem Anbau.

Sozialverträglichkeit und fairer Handel

Durch Katastrophen wie dem Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch, bei dem im Jahr 2013 über 1.100 Menschen getötet und Hunderte verletzt wurden, wird uns vor Augen geführt, wie schwerwiegend die Auswirkungen beim Kauf von Billigwaren auf Menschen in Dritte-Welt-Ländern sein können. Bei Produkten oder Rohstoffen, die aus Entwicklungsländern kommen, achten wir deshalb auf sozialverträgliche Arbeitsbedingungen und ein ausreichendes Einkommen für die beteiligten Menschen. Wir orientieren uns dabei vor allem an den ILO-Kernarbeitsnormen und den Richtlinien des fairen Handels.

Ein Unternehmen, dessen Produkte wie Kaffee, Tee oder Kakao wir seit vielen Jahren im Sortiment führen, ist die Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH (GEPA). Ihre Kriterien gehen weit über soziale Mindeststandards hinaus und gewährleisten zusätzlich hohe ökologische Anforderungen.

Gebrauch und Verpackung

Bei vielen Produkten entstehen während der Nutzungsphase die bedeutendsten Umweltauswirkungen während des gesamten Produktlebenszyklus. Deshalb nehmen wir ausschließlich Produkte ins Sortiment auf, die im Gebrauch sparsam und energieeffizient sind. Ein Paradebeispiel für Energieeffizienz ist die LED-Lampe. Im Vergleich zur Energiesparlampe sparen hochwertige LEDs bis zu 50 % Energiekosten ein und besitzen eine deutlich längere Lebensdauer. Im Vergleich zur Glühlampe werden sogar bis zu 90 % Energiekosten eingespart. Der Beitrag der Produktverpackung zum ökologischen Fußabdruck wird ebenfalls häufig unterschätzt. Um negative Umweltauswirkungen zu minimieren, achten wir deshalb auf Material, Menge und Recyclingfähigkeit von Produktverpackungen. Für viele unserer Hygiene- und Reinigungsmittel bieten wir ökologische Nachfülleinheiten an. Soweit es die Transportsicherheit zulässt, versenden wir Produkte komplett ohne Einzelverpackung, wie zum Beispiel Aktenordner oder den Druckkugelschreiber „Cone Line“ aus FSC®-zertifiziertem Buchenholz.

Gesundheitsverträglichkeit

Neben der Umweltverträglichkeit achten wir bei unseren Produkten besonders darauf, dass diese den Konsumenten beim Gebrauch nicht gesundheitlich belasten.

Bei Möbeln setzen wir deshalb auf Produkte aus Massivholz. Für unsere Kunden bedeutet das eine etwas höhere, aber durchaus lohnende Investition. Möbel aus Massivholz schonen durch offenporige Oberflächen die Gesundheit der Nutzer und sorgen aufgrund des Feuchtigkeitsaustausches sogar für ein angenehmes Raumklima. Die Behandlung der Oberflächen erfolgt mit Ölen und Wachsen auf pflanzlicher Basis oder Lacken mit möglichst geringen Emissionen von Lösemitteln. Viele Massivholzmöbel aus dem memo Sortiment tragen zudem das Umweltzeichen FSC®. Es garantiert, dass das Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt. Moderne Anforderungen an Design und Ästhetik erzielen wir zum Beispiel durch eine Kombination aus Holz und lösemittelfreien, pulverbeschichteten Stahlkomponenten.

Praxistauglich und ökonomisch

Ein ökologisch und sozial einwandfreies Produkt muss auch praxistauglich sein, um den Verbraucher zu überzeugen. Und nur, wenn auch der Preis eines Produktes stimmt und fair angesetzt ist, wird dieses auch gekauft und erzielt eine gewisse Marktdurchdringung. Für viele gewerbliche Endverbraucher ist der Preis nach wie vor ein ausschlaggebendes Kaufkriterium, da sie sich an ein fest vorgegebenes Budget halten müssen.

Gerade bei Recyclingpapier spielen Praxistauglichkeit und Preis für den Verbraucher eine besondere Rolle bei der Kaufentscheidung. Regelmäßig leisten wir Überzeugungsarbeit gegen hartnäckige Vorurteile hinsichtlich der Gebrauchstauglichkeit von Recyclingpapier in der Praxis. Anerkannte Studien belegen, dass hochwertige Recyclingpapiere Produkten aus Primärfasern qualitativ in keinsten Weise nachstehen und zudem in ausreichend hohen Weißegraden verfügbar sind. Auch preislich ist Recyclingpapier absolut wettbewerbsfähig. Nach Angaben des Umweltbundesamtes kosten DIN A4-Recyclingpapiere mit dem „Blauen Engel“ in 70er- und 80er-Weiße (nach ISO) fünf bis zehn Prozent weniger als vergleichbare Primärfaserpapiere. Papiere mit 90er-Weiße kosten in etwa gleich viel und die mit 100er-Weiße knapp zehn Prozent mehr. Die memo AG bietet ihre Papiere in Recyclingqualität durchweg günstiger an als ihre vergleichbaren FSC®-zertifizierten Produkte aus Primärfasern. Dabei verzichten wir zum Teil bewusst auf Handelsspanne, um den Kauf von Recyclingpapier zu fördern.

Reparaturfähigkeit und Qualität

Qualitativ hochwertig verarbeitete Produkte haben meist eine längere Lebensdauer. Dies spart wertvolle Ressourcen und Energie durch Neuproduktion ein. Sie sind reparaturfähig, Ersatzteile sind langfristig verfügbar und häufig erhalten Verbraucher eine kostenlose Garantieverlängerung. Als Handelsunternehmen stehen wir in der Pflicht, dem Verbraucher Produkte zu bieten, die langlebig sind, wiederverwendet, gewartet und instand gehalten werden können.

Ein Produktbeispiel, das Ökologie, Qualität und Reparaturfähigkeit perfekt vereint, ist der Bürodrehstuhl „H03 340“ der skandinavischen Marke HÅG. Der Hersteller gewährt u. a. zehn Jahre Garantie auf Ersatzteile und den Stoffbezug. Die Sitzbezüge aus 95 % Baumwolle und 5 % Polyamid sind extrem strapazierfähig und können auch nach vielen Jahren noch ausgetauscht werden. Auf die Gasfeder erhält der Kunde sogar 25 Jahre Garantie. Das Fußkreuz ist aus poliertem Aluminium und damit besonders langlebig. Zudem bestehen Rückenlehne und Sitzschalen aus recycelten PP-Schraubverschlüssen von Getränkeflaschen. Nach dem Gebrauch nimmt der Hersteller die Stühle wieder zurück und führt sie erneut einem hochwertigen Recycling zu.

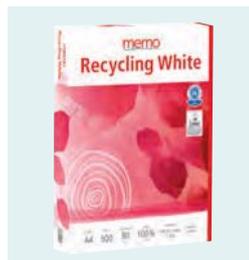
Auch die TREND-Systemeinrichtungen in unserem Sortiment überzeugen durch ihre hohe Qualität bzgl. Material und Verarbeitung. Durch den Systemcharakter und die dauerhafte Verfügbarkeit von Produktvarianten, Anbau- und Zubehörteilen bieten die Möbel nahezu unbegrenzte Möglichkeiten zur Ergänzung und Veränderung individueller Einrichtungslösungen.



Optisch und technisch perfekt: die Segula LED-Lampe „Ambiente Filament“ Globe.



Der Schreibtisch „QUBU“ von TREND schont die Gesundheit und sorgt für ein angenehmes Raumklima.



Neu ab 2016: memo „Recycling White“ mit einem Weißegrad von 100 % nach ISO.



Der HÅG Bürodrehstuhl „H03 340“ ist besonders umweltschonend aus Recyclingmaterial hergestellt.



Der Tragekorb „Square“ aus Recyclingleder trägt auf Wunsch auch eine Werbebotschaft.

Vom Firmenausstatter für Umweltbewusste ...



Produkte für gewerbliche Endverbraucher

1990/91 startet memo unter dem Namen „memo – der Firmenausstatter für Umweltbewusste“ ins Versandhandelsgeschäft. Zielgruppe zum damaligen Zeitpunkt sind ausschließlich gewerbliche Endverbraucher. Die Grundprinzipien: „Keine höheren Preise als bei konventionellen Produkten und umfassender Service mit kürzester Lieferzeit.“ Die Vision: „Unseren Kunden ein nach ökologischen Kriterien optimiertes Komplettsortiment für den gewerblichen Bedarf anzubieten und ökologisches Verhalten bei unseren Kunden ... durchgängig zu fördern ...“. Von Anfang an gelten – damals wie heute – strenge Kriterien und eine ganzheitliche Betrachtung der Produkte für die Sortimentsauswahl. Anerkannte, unabhängige und zuverlässige Umweltzeichen und Labels gibt es zu diesem Zeitpunkt noch kaum, jedoch sind bereits 18 Produkte im ersten memo Katalog mit dem blauen „Umweltengel“ – heute besser bekannt als der „Blaue Engel“ – ausgezeichnet. Der erste Katalog hat einen Umfang von 40 Seiten und eine Auflage von 10.000 Exemplaren. Er enthält rund 700 klassische Bürobedarfsartikel in umweltverträglicher Qualität – vom „presseweißen“ Recyclingpapier über Ordner, Schreibgeräte, Büro-Einrichtung, Taschenrechner, Briefumschläge und Versandtaschen bis hin zu einem kleinen Sortiment an Hygiene- und Reinigungsprodukten.

Bereits im ersten Jahr kann memo über 10.000 Kunden für sich gewinnen. Der Umsatz im ersten vollen Geschäftsjahr liegt bei 0,87 Mio Euro. Der Umfang des zweiten Katalogs liegt aufgrund des immer größer werdenden Sortiments bei rund 80 Seiten.



Bereits der zweite memo Katalog aus dem Jahr 1992 enthielt einige memo Markenprodukte, u.a. die memo-Color-Ordner.

Werbeartikel

Um der steigenden Nachfrage nach umweltverträglichen Werbeartikeln gerecht zu werden, veröffentlicht memo 1992 den ersten Spezialkatalog für ökologische Präsentideen und Werbebeschenke. Zum Sortiment gehören vor allem Schreibgeräte, aber auch Schreibtischaccessoires, Kalender und Naturtextilien, die individuell bedruckt werden können.



Damals wie heute ein beliebter Werbeartikel, der Holz-Kreisel. Mittlerweile ist der Kreisel aus FSC®-zertifiziertem Buchenholz.

Büro-Einrichtung

Schon im ersten memo Katalog 1990 wurde ein Büroeinrichtungssystem angeboten. Auch in diesem Bereich steigt von Beginn an die Nachfrage stetig und 1996 wird deshalb der erste Spezialkatalog für Büroeinrichtung veröffentlicht. Partner ist der Möbelhersteller TREND, mit dem zusammen wir ein komplettes Massivholz-Büromöbelprogramm entwickeln. Bis heute ist die TREND Einrichtung-GmbH einer unserer wichtigsten Lieferanten im Bereich Möbel.

Onlineshop und Gesamtkatalog

1990 begann die kommerzielle Phase des Internets. 1998 wurden nicht nur die erste Download-Plattform für Musik oder PayPal gelauncht, sondern auch der erste Onlineshop für nachhaltigen Bürobedarf: www.memo.de. Damit ist memo Vorreiter in der Branche. Seitdem wird unter dieser Adresse das gesamte Produktsortiment angeboten. Die Besucherzahlen steigen innerhalb von zwei Jahren von rund 2.000 auf über 60.000. Im Jahr 2000 lag der Umsatz mit Bestellungen im Internet bei bereits über 5 % am Gesamtumsatz in Höhe von rund 12,8 Mio Euro. Zu diesem Zeitpunkt bestellen etwa 100.000 Kunden rund 7.000 Artikel.

Im Jahr 2002 erscheint erstmalig der memo Gesamtkatalog mit einem Umfang von 600 Seiten, der seitdem jährlich für gewerbliche Endverbraucher herauskommt. Das Sortiment besteht aus insgesamt rund 8.000 Artikeln aus den Bereichen Büro- und Schulartikel, Werbeartikel und Büro-Einrichtung.



Bei den Werbeartikel-Kunden nach wie vor beliebt: die Windrädchen-Stifte. Bild aus dem memo Gesamtkatalog 2002.

Heute ...

... umfasst das Sortiment von memo für Gewerbekunden über 10.000 Artikel aus den Bereichen Büro und Schule, Einrichtung, Textilien, Spiele und Geschenke sowie Werbeartikel. Der Werbeartikel-Katalog, der bis 2001 als eigenständiger Katalog erschien, wird seit 2012 ebenfalls wieder gesondert gedruckt. Das Sortiment umfasst aktuell rund 2.000 individualisierbare Artikel.



Das meistverkaufte Produkt aus dem memo Gewerbekunden-Gesamtkatalog: Recycling Kopierpapier „memoPRINT“.

Produkte für private Endverbraucher

Im Jahr 2004 veröffentlichten Donella und Dennis Meadows sowie ihre Kollegen das 30-Jahre-Update des Berichts „Die Grenzen des Wachstums“. Darin wird ein Überschreiten der Wachstumsgrenzen und ein anschließender Kollaps bis spätestens 2100 beschrieben. Das Interesse an ökologischen Fragestellungen in der Gesellschaft wächst langsam aber stetig – ebenso die Nachfrage nach ökologischen Alltagsprodukten. Auch bei memo fragen immer mehr private Endverbraucher nach der Möglichkeit bei uns zu bestellen. Deshalb erscheint in diesem Jahr der erste memo Privatkundenkatalog mit 50 Seiten Umfang und einem aus dem Gesamtsortiment ausgewählten Angebot für den privaten Bedarf, darunter Büro- und Schulartikel, Möbel und Haushaltsartikel. Selbstverständlich steht den neuen memo Privatkunden auch der Onlineshop www.memo.de offen.

In den folgenden Jahren wird den memo Privatkunden ein für den privaten Bedarf ausgesuchtes, reduziertes Sortiment angeboten. Im Jahr 2009 erscheint dann der erste Gesamtkatalog für Privatkunden, der damit erstmals das Gesamtsortiment mit 10.000 Artikeln für den privaten Haushalt zugänglich macht. Er soll „... eine sinnvolle Antwort auf die gewaltigen Herausforderungen sein, denen jeder Einzelne in den nächsten Jahren wirtschaftlich, ökologisch und sozial gegenüber steht. Nach Ansicht von Experten werden die Auswirkungen des Klimawandels mittelfristig weit höhere Kosten verursachen als die Folgen der Finanzkrise. Nur eine nachhaltige Wirtschaftsweise hat die Chance, die sich abzeichnenden globalen Verwerfungen zu verringern oder gar zu vermeiden ...“ (aus der memo Pressemeldung April 2009).



Neu im Sortiment 2009, bio und fair:
Der GEPA Instant-Kakao „Bio Cocoba“.

memolife

Im Gegensatz zur Abkürzung „Gunal“ („Gesunder und nachhaltiger Lebensstil“) setzte sich die Abkürzung LOHAS durch. Sie steht für „Lifestyle of health and sustainability“ und ist mittlerweile ein gängiger Begriff, wenn es um Menschen geht, die Wert auf einen nachhaltigen, gesunden und bewussten Lebensstil im Einklang mit der Natur und ohne Verzicht legen. Betitelt Spiegel-Online einen Artikel im Jahre 2012 noch mit „Hilfe, die Lohas kommen!“, ist dieser Lebensstil mittlerweile – neben vielen weiteren – gang und gäbe und endgültig in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Den veränderten Bedürfnissen und Ansprüchen der neuen Zielgruppen haben auch wir uns gestellt. Seit April 2015 präsentiert die memo AG deshalb mit memolife ein neues Konzept ausschließlich für Privatkunden, das sich durch ein neues Logo, neue Farben, eine moderne Gestaltung und durch eine sympathische Ansprache vom bisherigen Auftritt abhebt. Lesen Sie dazu ab Seite 38. Im Mittelpunkt steht ein Sortiment aus aktuell rund 7.000 Produkten. Dieses enthält sowohl Artikel, die aus dem Gewerbekunden-Sortiment auch regelmäßig von Privatkunden gekauft wurden, als auch 1.500 Neuheiten. Hinzugekommen sind neue Sortimentsbereiche, die ausschließlich für den privaten Endverbraucher interessant sind, beispielsweise Naturkosmetik, Naturtextilien oder Schlaf- und Wohnmöbel. Wichtig bei der Zusammenstellung des memolife Sortiments war es uns, die bisherige Komplexität des Gesamtsortiments für unsere Privatkunden zu reduzieren und ihnen damit mehr Übersicht zu bieten und den Einkauf zu erleichtern. Selbstverständlich gelten auch für das memolife Sortiment unsere strengen Beschaffungskriterien.



Fester Bestandteil des memo Privatkunden-Sortiments sind von Anfang an die memo Schwammtücher.



Produkte von Primavera stehen für reine Naturkosmetik, fairen Handel und den respektvollen Umgang mit Mensch und Natur.



Das gestreifte Damen-T-Shirt aus dem memolife Sortiment ist aus 100% Bio-Baumwolle, GOTS-zertifiziert und vegan.



Alle Matratzen im Sortiment von memolife sind GOTS-zertifiziert und damit umwelt- und sozialverträglich hergestellt.

Systematisch vernetzt

Reibungslose Abläufe zwischen den Teams
bei memo gewährleisten eine hohe Qualität unserer
Unternehmensleistungen.

A portrait of Susanne Cornea, a woman with shoulder-length brown hair, wearing a light pink button-down shirt. She is smiling and looking towards the camera. The background is a solid teal color.

„Beim Druck unserer Print-Werbemedien
legen wir besonders großen Wert auf
nachhaltige Produktion: 100 % Recyclingpapier
mit ‚Blauem Engel‘ und wenn
möglich mineralölfreie Bio-Farben
sowie ein klimaneutraler Druck und Versand
sind uns dabei sehr wichtig.“

Susanne Cornea,
Teamleitung Marketing

Die Kunden-Zufriedenheit steht im Mittelpunkt unseres Handelns



Wir wollen unseren Kunden das richtige Produkt in der bestmöglichen Qualität zum richtigen Zeitpunkt an den korrekten Bestimmungsort liefern.

Um dieses Ziel zu erreichen, analysieren wir unsere Produkte und Prozesse fortlaufend und entwickeln diese im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses ständig weiter.

Gewährleistung der Produktqualität

Um eine hohe Produktqualität zu gewährleisten, stehen unsere Produktmanager in ständigem Kontakt mit unseren Lieferanten, um Erfahrungen auszutauschen und Produktverbesserungen, die den Wünschen unserer Kunden entsprechen, zu fördern.

Aus den Ergebnissen regelmäßiger Reklamationsanalysen und Anregungen unserer Kunden können wir Verbesserungsmöglichkeiten unserer Produkte gezielt erkennen und geeignete Optimierungsmaßnahmen einleiten. Die Reklamationsquote zur Produktqualität lag deshalb im Jahr 2014 bei nur 0,25 %.

Kundenorientierung

Das passende Produkt aus einem riesigen Angebot am Markt auszuwählen wird immer schwieriger. Für die richtige Entscheidung müssen vielfältige – teilweise komplexe – Aspekte beachtet werden.

Schon durch die Kriterien unserer Sortimentsgestaltung können unsere Kunden sicher sein, bei memo stets hochwertige, langlebige und vor allem umwelt- und sozialverträgliche Produkte zu einem fairen Preis zu finden.

In unseren Katalogen und Webshops finden sich umfassende Informationen zu jedem Artikel. Dennoch können (und sollen) diese eine individuelle Beratung nicht ersetzen. Weiterführende Detailfragen beantwortet unser Vertrieb schnell und zuverlässig.

Und wenn ein gewünschtes Produkt mal nicht im Sortiment ist ...

... durchforsten wir das Marktangebot, soweit wirtschaftlich sinnvoll, nach einer geeigneten Lösung. Selbstverständlich beachten wir auch hier unsere strengen Beschaffungskriterien. Wünscht ein Kunde ausdrücklich einen Artikel, der den memo Kriterien nicht entspricht, weisen wir ihn vor der Belieferung darauf hin und bieten, wenn möglich, eine Alternative an. Der Kunde bleibt natürlich König!

Und wenn doch mal was schiefliegt ...

... kümmert sich unser Serviceteam um eine unkomplizierte, schnelle und kundenorientierte Problemlösung. Die Zufriedenheit unserer Kunden mit unseren Produkten und Leistungen steht im Mittelpunkt unseres Handelns.

Wir bleiben keine Antworten schuldig!

Immer wieder werden besondere Fragen an uns herangetragen – teilweise auch nicht direkt unsere Produkte, sondern weiterführende ökologische und soziale Themen betreffend –, die wir nicht sofort beantworten können. Wir sehen diese Fragen nicht als Belastung, sondern als Herausforderung. Zum einen bestätigen sie unser Bestreben, nachhaltiges Verhalten auch bei unseren Kunden zu fördern. Zum anderen freuen wir uns, von unseren Kunden als kompetenter Ansprechpartner für Problemstellungen aller Art – insbesondere natürlich zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen – betrachtet zu werden. Unser Ziel ist es, jedes Anliegen

möglichst schnell und umfassend zu beantworten. Meist reicht dafür ein kurzer Anruf beim Lieferanten oder es existieren bereits ausreichend Informationen in unseren Lieferantenunterlagen und der im Unternehmen vorhandenen Literatur. Doch es gibt auch Anfragen, die umfangreiche Recherchen erfordern. Letztendlich wollen wir unseren Kunden nicht nur Produkte verkaufen, sondern ihnen alle relevanten Informationen bereitstellen, die für eine bewusste, nachhaltige Kaufentscheidung notwendig sind.

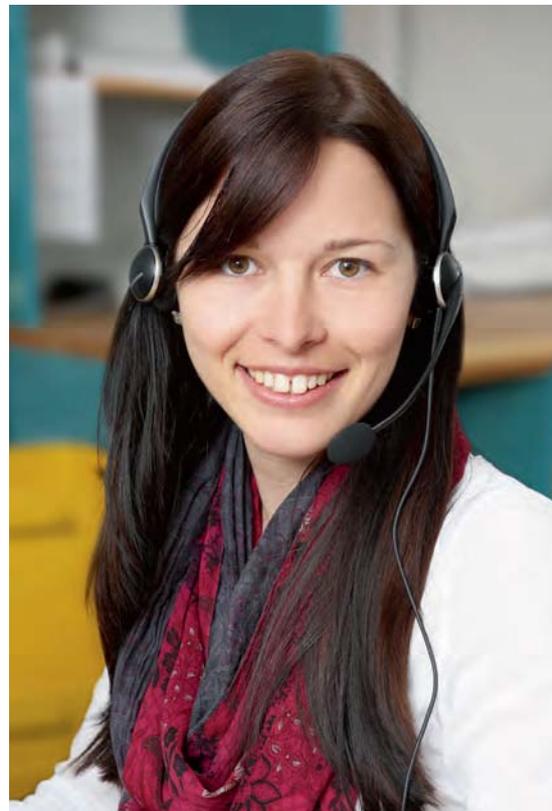
Im Dialog mit unseren Kunden

Ob per E-Mail, Telefon oder Brief – wir freuen uns, wenn unsere Kunden mit uns in direkten Kontakt treten.

In unserem Onlineshop memolife können unsere Kunden erstmalig unabhängige Bewertungen zu unserem Unternehmen und zu einzelnen, von ihnen gekauften Produkten abgeben. Dies ist sowohl für uns und unsere Produktauswahl als auch für andere Kunden hilfreich, da viele Onlinekäufer Kundenbewertungen lesen und diesen vertrauen.

Um den Dialog mit unseren Kunden noch weiter zu intensivieren, planen wir darüber hinaus systematische Kundenbefragungen über ein Onlinetool. Ziel ist es, die Zufriedenheit der Kunden mit ihren Bestellungen, mit uns als Unternehmen und mit unseren nachhaltigen Leistungen zu ermitteln.

Sämtliche Anregungen, Wünsche und auch Kritik werden in unserem IT-System zentral verwaltet und von den betreffenden Abteilungen individuell bearbeitet.



Der Dialog mit unseren Kunden ist uns wichtig – ob telefonisch, schriftlich oder online.

Entscheidend: informative Präsentation und ökologische Vorteile



memo Printmedien

Trotz steigender Nutzung des Internets ist der Produktkatalog für uns unverzichtbar für den Erfolg im Wettbewerb. Er ersetzt und ergänzt den persönlichen Kontakt durch Verkaufspersonal:

Neben exakten Farbwiedergaben und ausführlichen Produktinformationen spielen Umweltaspekte bei der Herstellung, der Verpackung und beim Transport unserer Werbemedien und Unternehmensbroschüren eine wichtige Rolle.

2014 hat die memo AG neue Mailings mit Neuheiten und Angeboten versendet.



Der „Blaue Engel“ für Druckerzeugnisse

Druckereien und Auftraggeber, die – wie die memo AG – mit ihren Printprodukten ein sichtbares Zeichen für Mensch und Umwelt setzen wollen, haben dies bisher mithilfe der bereits bestehenden „Blauen Engel“ für Papierprodukte aus Recyclingpapier (RAL-UZ 72 und RAL-UZ 14) getan. Bisher fehlten jedoch Kriterien für umweltfreundliche Druckprozesse. Das hat sich seit dem 1. Februar 2015 geändert: Mit dem „Blauen Engel“ für Druckerzeugnisse (RAL-UZ 195) wurde ein Standard etabliert, der als Benchmark dazu beitragen soll, um auch im Verlagswesen einen hohen ökologischen Standard durchzusetzen. Erarbeitet wurden die Kriterien für emissionsarme und ressourcenschonende Druckprodukte im Rahmen des vom Bundesumweltministerium geförderten Projekts „Entwicklung eines Umweltzeichens Blauer Engel für umweltfreundliche Druckerzeugnisse“ unter der Führung des oekom Verlags München von den wissenschaftlichen Instituten IFEU und Ökopool. In der Dialogphase des Projektes wurden Akteure aus der Verlags- und Druckbranche einbezogen. Mit ihnen zusammen wurden die Kriterien ausgiebig diskutiert und auf ihre Praxistauglichkeit hin überprüft. Auch die memo AG hat sich an diesem Dialog intensiv beteiligt.

Wesentliche Anforderungen des „Blauen Engels“ für Druckerzeugnisse RAL-UZ 195 sind unter anderem:

- Verwendung von Recyclingpapieren mit den Vergabegrundlagen RAL-UZ 14, RAL-UZ 56 oder RAL-UZ 72
- Nachweisliche Begrenzung der VOC-Emissionen der Druckerei
- Einsatz von mineralölfreien, schadstoffarmen Druckfarben (ab 2017)
- Verwendung von emissionsarmen Klebstoffen
- Hochwertige Rezyklierbarkeit der gebrauchten Druckerzeugnisse
- Vorgeschriebenes Umwelt-, Energie- und Abfallmanagement im Druckhaus.

Weiterführende Informationen finden Sie unter:
www.blauer-engel.de/produktwelt/buero/druckerzeugnisse.

Der memo Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016 ist der erste Bericht, der mit dem „Blauen Engel“ für Druckerzeugnisse nach RAL-UZ 195 ausgezeichnet wurde.



memo Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016 erfüllt die Kriterien des „Blauen Engel“ für Druckerzeugnisse

Die DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH ist die erste Druckerei, die mit dem neuen „Blauen Engel“ nach RAL-UZ 195 ausgezeichnet wurde. Aus diesem Grund hat sich die memo AG entschieden, den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht beim DBM herstellen zu lassen. Der memo Nachhaltigkeitsbericht ist das erste Druckerzeugnis und damit auch der erste Bericht dieser Art, der mit dem neuen hochwertigen Umweltzeichen ausgezeichnet ist. Selbstverständlich setzen wir für diesen Bericht – wie auch für alle memo Werbemedien – ausschließlich 100 % Recyclingpapier ein und verwenden bereits mineralölfreie Biofarben. Die Herstellung und der Versand erfolgen klimaneutral.

Systematische Planung

Im Jahr 2014 produzierte memo einen Jahreskatalog mit einem Umfang von 668 Seiten und einen Werbetartikelkatalog mit einem Umfang von 146 Seiten. Die beiden Kataloge für gewerbliche Endverbraucher hatten eine Gesamtauflage von 115.240 Exemplaren und wurden gemeinsam verschickt, um Umweltauswirkungen im Versand zu minimieren. Ein Jahreskatalog für Privatkunden wurde im Jahr 2014 aufgrund des verschobenen Starts von www.memolife.de nicht produziert.

Darüber hinaus erhielten unsere Kunden zwölf „Selfmailer“ im einseitigen Format sowie neun weitere Mailings mit einem Umfang von 16 bis 32 Seiten und einer Gesamtauflage von 512.929 Exemplaren. Mit diesen Printmedien informieren wir über aktuelle Neuheiten und Sonderangebote.

Durch systematische Kundensegmentierung, entsprechende Auflagenplanung und die Zusammenarbeit mit ausgewählten Druckereien, konnten wir die Umweltauswirkungen durch die Herstellung und den Versand unserer Kataloge kontinuierlich reduzieren. Die absoluten Treibhausgasemissionen durch die Herstellung sind im Jahr 2014 gegenüber dem Vorjahr um 45 % gesunken. Seit dem Jahr 2008 konnten wir eine Reduzierung um 58 % erzielen. Die Emissionen durch den Versand der Werbemedien konnten wir im gleichen Zeitraum um 30 %, bzw. 51 % senken.

Verpackungsmaterial

Umweltauswirkungen, Produktschutz und technische Anforderungen definieren die Wahl der Verpackung unserer Kataloge und Mailings. Für den Einzelversand während des Jahres aus unserem Hause verwenden wir Versandhüllen aus 100 % Recyclingpapier. Für den Versand unserer Printmedien direkt von der Druckerei setzen wir als Verpackung Briefumschläge aus 100 % Recyclingpapier ein. Lediglich den Jahreskatalog für Gewerbekunden versenden wir aus technischen und postalischen Gründen in einer Kunststoffolie mit 60 % Recyclinganteil. Die Folie besteht zu 100 % aus chlorfreiem, umweltverträglichem Polyethylen, das bei Deponierung und Verbrennung keine Schadstoffe bildet und erneut einem sortenreinen Recycling zugeführt werden kann. Der Einsatz einer Folie aus 100 % Recyclingmaterial ist bisher leider noch nicht praktikabel, da durch ihre milchige Beschaffenheit das maschinelle Einlesen der Adressdaten für den Postversand nicht gewährleistet werden kann. Wir beobachten allerdings auch hier die technische Entwicklung. Bei kleineren Objekten verzichten wir komplett auf eine Verpackung.

Klimaneutraler Katalogdruck und -versand

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



Alle Klimaschutz-Maßnahmen im Überblick finden Sie auf Seite 51.





Digitale Druckvorstufe „softproof“

Im Rahmen unseres Managementprogramms 2013 hatten wir uns das Ziel gesetzt, den Papiereinsatz bei der Katalogproduktion zu reduzieren. Für die Kontrolle der farblichen Darstellung der Produkte im Katalog werden für gewöhnlich beschichtete Spezialpapiere – sogenannte „Hardproofs“ – verwendet. Um diesen Bedarf zu minimieren haben wir nach einer umfassenden Marktrecherche zusammen mit unserer Hausdruckerei Vogel Druck und Medienservice GmbH eine Softwarelösung zur digitalen Prüfung und Bearbeitung unserer Katalogseiten in der Druckvorstufe eingeführt. Die Farbprüfung erfolgt nun bei memo an speziell kalibrierten Bildschirmen unter Normlicht. Die Software simuliert dabei das für den Katalog vorgesehene Papier. Auf diese Weise ist weiterhin ein hochwertiges Druckergebnis sichergestellt.

Mit dem neuen System sparen wir eine bedeutende Menge Spezialpapier ein. Alleine für die Produktkataloge sind das etwa 1.000 Farbausdrucke pro Jahr. Darüber hinaus können wir nahezu komplett auf Fahrten zwischen uns und dem Dienstleister bei Würzburg verzichten. Diese waren notwendig, um die „Hardproofs“ regelmäßig und zeitnah für die Farbprüfung zu memo zu transportieren. Damit erzielen wir eine bedeutende Reduzierung der Umweltauswirkungen in der Druckvorstufe, selbst wenn wir für die Fahrten unser vergleichsweise umweltverträgliches Elektroauto nutzen. Durch die Einsparung von Papier, Fahrtzeit und -kosten rechnet sich diese Maßnahme auch ökonomisch bereits nach wenigen Druckobjekten. Ein weiterer Vorteil ist eine Vereinfachung der Prüftätigkeiten für die Katalogherstellung.

Auch der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht wurde selbstverständlich mit diesem System digital produziert.



Farbprüfung mit Produktmuster am simulierten Druckprofil bei der memo AG.

Garantiert korrekte Farben

Über eine zusätzliche Software „SMARTt“ des Anbieters K-Flow GmbH, auf die wir im Rahmen der Marktanalyse des neuen „softproof“-Verfahrens für die Druckvorstufe stießen, können mit der verfügbaren Hardware in der speziellen Arbeitsumgebung auch Farbabweichungen zwischen Produktmustern und digitalen Bilddokumenten unserer Lieferanten oder Produktfotos vorgenommen werden. Auf diese Weise stellen wir bereits bei der Produktlistung eine einheitliche, hochwertige Bildqualität für den Druck unserer Werbemedien auf 100 % Recyclingpapier sicher.



Mehr als „nur“ online bestellen: Produkte, Infos und Service

Generell nutzen memo Kunden mit weiter steigender Tendenz das „papierlose“ Internet als Informationsquelle und für Bestellungen. Mit einem Auftragsanteil von mittlerweile fast 65 % ist dieses ressourcenschonende Medium nicht mehr aus unserem Dienstleistungsangebot wegzudenken und wird deshalb auch weiter ausgebaut.

www.memolife.de

Unsere bisherigen Onlineshops www.memo.de und www.memoworld.de haben im April 2015 Zuwachs bekommen. Mit www.memolife.de bieten wir unseren Privatkunden ein ganz neues und vom bisher eher nüchternen Auftritt komplett abweichendes Konzept. memolife unterscheidet sich visuell durch eine moderne Gestaltung in frischen Farben, eine großzügige Produktpräsentation und eine emotionale Bildsprache. Das Sortiment für Privatkunden wurde konzeptionell komplett überarbeitet, an einigen Stellen gestrafft – beispielsweise im Bereich Bürobedarf – und um neue Produkte und Produktbereiche speziell für den privaten Bedarf ergänzt. Hinzugekommen sind unter anderem Naturkosmetik, Wohnaccessoires und -möbel. Das Sortiment besteht aktuell aus rund 7.000 Produkten – ca. 1.500 davon sind Neuheiten. Rund 3.000 Artikel aus dem memolife Sortiment sind mit anerkannten und unabhängigen Umweltzeichen und Labels wie dem „Blauen Engel“, FSC® oder dem Fairtrade-Label ausgezeichnet.

Obwohl memo seit jeher alle nachhaltigen Produktmerkmale ausführlich an seine Kunden kommuniziert, bietet der memolife Onlineshop eine bisher nicht erreichte Dichte umweltrelevanter Produktmerkmale. Bei jedem Artikel findet der Kunde neben der normalen Produktbeschreibung auch umfassende Informationen

zu den nachhaltigen Eigenschaften des Produktes in einem eigenen Register. Vorhandene Zertifizierungen, Umweltzeichen und Labels werden bei jedem Produkt übersichtlich dargestellt und ergänzt um wichtige Hinweise wie vegan, lactose- oder tierversuchsfrei. Über Themenwelten wie „Blauer-Engel-Shop“ oder „FSC-Shop“ sowie intelligente Suchfunktionen findet der Kunde schnell sein präferiertes nachhaltiges Produkt.

Nach dem erfolgreichen Start von memolife steht nun der Relaunch des Onlineshops memo.de an. Dieser basiert auf der gleichen Technik wie memolife.de.



Entdecken Sie „Ideen für ein nachhaltiges Leben“ auf www.memolife.de.

www.memoworld.de

Unter www.memoworld.de, der Unternehmensseite der memo AG, finden Interessierte ausführliche Informationen zu allen wichtigen Themen, Aktivitäten und Maßnahmen unseres Unternehmens.



Aktive Einbeziehung von Lieferanten

Beim Bezug unserer Waren entstehen durch Transport und Verpackung negative Umweltauswirkungen. Um diese zu minimieren, optimieren wir die Prozesse innerhalb der Beschaffungs-

logistik kontinuierlich – wobei wir selbstverständlich auch unsere Lieferanten aktiv miteinbeziehen.

Transportwege

Ein fester Bestandteil unserer Kriterien bei der Sortimentsauswahl ist das „local sourcing“, d. h. wir bevorzugen Produkte, die in Deutschland und Europa hergestellt werden.

Wir analysieren systematisch die optimalen Losgrößen für Bestellungen bei unseren Lieferanten unter Berücksichtigung der konkurrierenden Zielvorgaben „Minimierung der Umweltauswirkungen bei Warenanlieferungen“ und „Minimierung der Kapitalbindungskosten“. Soweit sinnvoll werden einzelne Bestellungen gebündelt, um die Anzahl der Warenanlieferungen zu reduzieren.

Transportmittel

Zu den Auswahlkriterien bei der Sortimentsgestaltung zählen auch die eingesetzten Transportmittel bei der Anlieferung. Wir fordern unsere Lieferanten auf, für den Transport der Waren Mehrwegsysteme wie Euro- oder Gitterpaletten zu verwenden. Einwegpaletten sollen soweit möglich vermieden werden.

Im Rahmen des Managementprogramms 2015 haben wir uns das Ziel gesetzt, bei mindestens einem Partnerunternehmen mit einem regelmäßigen Warenaustausch unser Mehrweg-Versandsystem „memo Box“ zu implementieren.

Verpackungen und Füllstoffe

Die Verwendung umweltverträglicher Verpackungen und Füllstoffe durch unsere Lieferanten ist uns sehr wichtig. So akzeptieren wir beispielsweise bis auf wenige unvermeidbare Ausnahmen keinerlei Produktverpackungen aus PVC oder nicht trennbare Verpackungsverbunde.

Darüber hinaus ordern wir bevorzugt komplette Verpackungseinheiten eines Artikels. So reduziert sich nicht nur der Prüf- und Handlingsaufwand in unserem Wareneingang, sondern auch die Menge an Füllstoffen. Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses analysieren wir Warenanlieferungen und suchen – unter Berücksichtigung der Transportsicherheit – weitere Optimierungspotenziale bei der Verwendung von Verpackungen und Füllstoffen. Entdecken wir Verbesserungsmöglichkeiten, diskutieren wir sie mit dem jeweiligen Lieferanten und suchen gemeinsam geeignete Lösungsansätze.

Lieferfähigkeit und Kapitalbindung

Eine zentrale Aufgabe unserer Beschaffungslogistik ist die Sicherstellung der sofortigen Lieferfähigkeit unserer Produkte bei gleichzeitiger Minimierung der Kapitalbindungskosten durch Lagerbestände.

Über das gesamte Sortiment hinweg beträgt die Lieferfähigkeit über 96 % und liegt damit auf einem sehr hohen Niveau. Durch die hohe Lieferfähigkeit vermeiden wir Nachlieferungen an unsere Kunden und reduzieren damit die Umweltauswirkungen im Bereich Versand.

Um unsere Kapitalbindungskosten bei gleichzeitiger Maximierung der Lieferfähigkeit zu minimieren, überprüfen wir regelmäßig die Lagerreichweiten und den Lagerbestand. Umschlagshäufigkeiten von Produkten werden den physischen und finanziellen Lagerbeständen gegenübergestellt. Begleitend führen wir ständige Termin- und Rückstandsanalysen durch.



Über unser Kleinteilelager in Greußenheim versenden wir täglich zwischen 1.000 und 2.000 Pakete an unsere Kunden.



Der Warenfluss im memo Lager

Das auf unsere Bedürfnisse zugeschnittene Warenwirtschaftssystem gewährleistet einen hohen Warendurchfluss und eine hohe Qualität in allen logistischen Prozessen.

Standortgestaltung

Die Logistik der memo AG besteht aus einem Kleinteilelager, einem Lager für Großteile sowie einem vorgeschalteten Nachschublager bei einem Logistikdienstleister in Würzburg, das „just in time“ die beiden Lager in Greußenheim versorgt. Von dort aus werden auch Großmengen, komplette Paletten und Gartenmöbel direkt an die Kunden verschickt. Durch die Einsparung von Transporten werden so negative Umweltauswirkungen minimiert.

Unser vorrangiges Ziel ist jedoch, möglichst viele Produkte am Standort Greußenheim zu lagern. Durch regelmäßige Sortimentsbereinigung und Optimierung der Lagerplätze gewinnen wir Kapazitäten und es entfällt der zwischengeschaltete Transport aus dem Außenlager, was wiederum der Umwelt zugutekommt.

Lagerplatzorganisation

Wir arbeiten mit der sogenannten chaotischen Lagerhaltung. Artikel besitzen keine festen Lagerplätze, sondern werden abhängig von der Zugriffshäufigkeit nach A-, B- und C-Artikeln im Lager verteilt. Wenn ein Produkt durch veränderte Nachfrage in eine andere Kategorie wechselt, optimiert sich das System selbstständig und weist beim nächsten Wareneingang den entsprechenden Lagerplatz zu. Das ist die Basis für kurze Wege innerhalb des Kommissionierprozesses. Weitere Vorteile sind die Gewährleistung des FiFo (First in – First out)-Prinzips und eine gezielte Rückverfolgbarkeit einzelner Chargen.

Zur Umsetzung einer chaotischen Lagerhaltung sind normierte Lagerplatzgrößen notwendig. Das System berechnet über die Abmessungen der Artikel, wie viele Lagerplätze zur Einlagerung benötigt werden. Unterschiedlich große Lagerhilfsmittel aus stabilem Recyclingkarton schützen die Ware und beschleunigen und vereinfachen das Handling. Sie werden in einem internen Kreislaufsystem mehrfach wiederverwendet.

Kommissionierprozess

Beim Kommissionierprozess wird der Großteil der bei memo eingehenden Aufträge vollautomatisch – anhand der im Warenwirtschaftssystem definierten Parameter – für die Kommissionierung im Lager freigegeben. Die Aufträge werden durch eine Paketgrößenoptimierung in einzelne Pakete aufgeteilt. Ein aus mehreren Paketen bestehender Kundenauftrag wird demzufolge getrennt und auf unterschiedliche Kommissionierwagen verteilt. Durchschnittlich werden bei memo vier Kommissionierläufe pro Tag gestartet. Das Optimierungspotenzial ist umso höher, je mehr Kundenaufträge ein Kommissionierlauf enthält. Durch die Bündelung von bis zu 32 Paketen unterschiedlicher Kunden auf einem Kommissionierwagen werden zudem die Laufwege der Mitarbeiter reduziert.

Sofern die Ware lagernd ist, werden alle bis 16.00 Uhr eingehenden Bestellungen noch am gleichen Arbeitstag verschickt. Das gelingt uns in über 98 % aller Fälle. Der letzte Kommissionierlauf startet um 16.10 Uhr, um die Abholung durch DHL am Abend zu gewährleisten.

Warenendkontrolle am Packtisch

Alle Packtische sind mit kontrastreichen TFT-Touchscreens und Scannern ausgerüstet und können über hochwertige Bildschirmhalter ergonomisch optimal eingestellt werden. Das Förderband ist abgesenkt, um die Übergabe der Pakete auf das Band zu er-



In unserem Lager handeln wir etwa 8.500 Artikel – vom Schreibgerät bis zur Büroeinrichtung (li.). In einen Kommissionierwagen passen bis zu 32 Versandeinheiten (re. o.). Die Ware wird anschließend von den Mitarbeitern am Packtisch nach manueller Qualitätskontrolle auf den Weg zum Kunden gebracht (re. u.).

leichtern. Die memo Mitarbeiter am Packtisch führen grundsätzlich eine Qualitäts- und Quantitätskontrolle durch. Die Artikel werden dabei auf ihre Unversehrtheit und Vollständigkeit überprüft. Vor allem Folgeaufträge an Kunden, z. B. aufgrund von Reklamationen, werden gesondert im System angezeigt und gezielt kontrolliert.

Selbst die beste vollautomatische Paketgrößenberechnung kann die unterschiedlichsten Verschachtelungen der Artikel miteinander nicht so präzise bestimmen, wie dies durch das über Jahre hinweg erworbene Wissen und das geschulte Auge eines Menschen im Einzelfall möglich ist. Wenn erforderlich, werden Sendungen deshalb manuell von unseren Mitarbeitern auf mehrere Pakete verteilt.

Beladen des Containers

Beim Verladevorgang werden die Pakete über einen höhenverstellbaren Teleskopförderer exakt bis zum Verladeort in den LKW-Container transportiert. Bei täglich ca. 15 bis 25 Tonnen Warengewicht insgesamt stellt das eine erhebliche ergonomische Erleichterung für die Mitarbeiter im Warenausgang dar.

Kontinuierliche Verbesserung

Im Rahmen des Managementprogramms 2015 haben wir uns das Ziel gesetzt, den Papierbedarf in der internen Logistik um 40 % zu reduzieren. Zu diesem Zweck planen wir im Jahr 2017 die Einführung eines digitalen, sprachgesteuerten Kommissioniersystems (Pick-by-Voice), durch das alle Wagen- und Kommissionierlisten auf Papier entfallen. Die Kundenaufträge werden dabei vom Warenwirtschaftssystem über WLAN an das Voice Client des Kommissionierers übermittelt. Dieses wandelt die Daten in Sprachbefehle um. Die Sprachausgabe erfolgt über das Headset des Kommissionierers, dem zuerst der Lagerort mitgeteilt wird. Dort wird über eine Prüfziffer das korrekte Entnahmefach bestätigt. Anschließend wird ihm die Anzahl der zu entnehmenden Einheiten mitgeteilt. Zum Abschluss quittiert der Kommissionierer den Vorgang mündlich.

Neben der enormen Papiereinsparung erzielen wir durch ein digitales Kommissioniersystem ergonomische und qualitative Vorteile: Der Kommissionierer hat Hände und Augen frei. Kommissionierfehler durch falsches Ablesen der Papierlisten werden vermieden und die Effizienz des gesamten Prozesses wird deutlich erhöht.



Die „memo Box“: das ökologische Mehrweg-Versandssystem

Als derzeit einziges Versandhandelsunternehmen bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, bei der Transport-

verpackung zwischen einem handelsüblichen Karton und unserem Mehrweg-Versandssystem, der „memo Box“, zu wählen. Entscheidet sich der Kunde für den Versand seiner Bestellung in der „memo Box“, berechnet unser Warenwirtschaftssystem abhängig vom Bestellvolumen die optimale Anzahl und Größe an Behältern für den Kundenauftrag. Zur Verfügung stehen die drei Größen S, M und L. Die „memo Box“ der Größe L besitzt ein Fassungsvermögen von 78 Litern und wird aktuell mit einem Versandanteil von 73 % am häufigsten verwendet.

Mit der „memo Box“ setzen wir im Branchenvergleich ökologische Maßstäbe. Aufgrund der konsequenten Vermeidung von Abfällen sowie der Ressourcenschonung durch mehrfache Wiederverwendung ist die „memo Box“ mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet! Allein im Jahr 2014 haben wir durch unser Mehrweg-Versandssystem 22 Tonnen Kartonage und rund 10 % des Verbrauchs an Paketklebeband eingespart.

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

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



Die mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnete „memo Box“ vermeidet Abfälle und trägt durch mehrfache Wiederverwendung zur Schonung von Ressourcen bei.

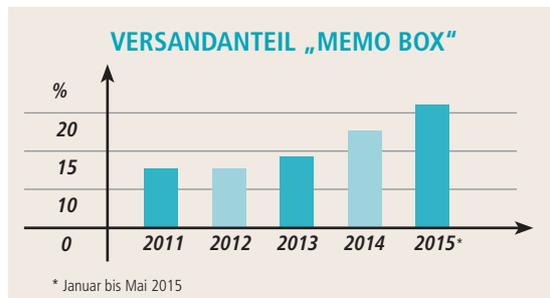
„memo Box“ bestätigt Umweltverträglichkeit auch im Praxistest

Jede „memo Box“ ist mit einem individuellen Barcode ausgestattet. Auf diese Weise minimieren wir nicht nur Verluste während des Transports durch eine eindeutige Rückverfolgbarkeit, sondern können auch exakt berechnen, wie viele Umläufe eine Box im Mehrwegsystem bereits erreicht hat. Aktuell haben die ersten „memo Boxen“ über 100 Umläufe zum Kunden und wieder zurück erreicht. Das sind fast doppelt so viele Umläufe wie eine „memo Box“ mindestens erreichen muss, um im ökologischen Vergleich neben einem herkömmlichen Versandkarton zu überzeugen. Wie viele Umläufe eine „memo Box“ mindestens zurücklegen muss, um die höheren Umweltauswirkungen bei der Produktion und den erforderlichen Rücktransport im Mehrweg-

system gegenüber der vielfachen neuen Herstellung eines Versandkartons auszugleichen, haben wir im Jahr 2013 errechnet.

➔ Weiterführende Informationen zur durchgeführten Umweltverträglichkeits-Analyse über unsere beiden Versandsysteme finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2013/2014 oder auf memoworld.de.

Um den Versandanteil der „memo Box“ kontinuierlich zu erhöhen, haben wir im vergangenen Jahr verschiedene Maßnahmen ergriffen, um die „memo Box“ bei unseren Kunden noch bekannter zu machen und verstärkt zu bewerben. Beispielsweise werden Kunden, die ihre Waren bisher im Versandkarton beziehen, durch einen Aufkleber auf dem Paket mit dem Hinweis „Warum nicht in der ‚memo Box?‘“ und einem Link zu weiterführenden Informationen auf unser alternatives Versandsystem aufmerksam gemacht. Erfolgt die Bestellung telefonisch, bietet unser Vertrieb dem Kunden aktiv die „memo Box“ an. Auf diese Weise konnten wir den Versandanteil der „memo Box“ von rund 13 % im Jahr 2012 auf aktuell über 20 % steigern.



Kontinuierliche Verbesserung:

Die „memo Box“ aus Recycling-Kunststoff

Um die Umweltauswirkungen des Mehrweg-Versandsystems weiter zu minimieren, werden wir die nächste Charge der „memo Box“ aus Recycling-Polypropylen, genauer gesagt aus sogenannten Post-Consumer-Abfällen – Haushaltsabfällen der Endverbraucher – produzieren. Durch den Wechsel zu Recyclingmaterial verringern wir die Treibhausgasemissionen bei der Herstellung der Box um etwa 65 %. Die „memo Box“ aus Recycling-Kunststoff wurde bereits als Prototyp hergestellt und hat alle Prüfungen hinsichtlich Langlebigkeit, Stabilität und Transportsicherheit durch unseren Logistikpartner Deutsche Post DHL Group bestanden.

Da der Recycling-Kunststoff aus vielen verschiedenen, miteinander verschmolzenen und gebrauchten Kunststoffprodukten entsteht, ist die Farbe des Ausgangsrohstoffs zunächst dunkelgrau und wird dann grün gefärbt. Der leuchtend grüne Farbton der aktuellen Box kann aufgrund der Verwendung von Post-Consumer-Material allerdings nicht erreicht werden. Die nächste Charge der „memo Box“ wird voraussichtlich im Herbst 2015 produziert und dann an ihrem neuen dunkelgrünen Farbton zu erkennen sein.

Klimaneutraler Warenversand

Wesentlichen Einfluss auf die CO₂-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.



Alle Klimaschutz-Maßnahmen im Überblick finden Sie auf den Seiten 50/51.

Wertstoffe sinnvoll nutzen



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

Die memo „Wertstoff-Box“

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

In Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und ausgewählten zertifizierten Recyclingunternehmen suchen wir für die zurückgesendeten Produkte sinnvolle Verwertungsalternativen. Gibt es für ein Produkt keine geeignete Lösung, demontieren wir es – sofern technisch und wirtschaftlich möglich – in reine Wertstoffe und führen diese einer stofflichen Verwertung zu. Im Rahmen unseres Rücknahmesystems berücksichtigen wir selbstverständlich die aktuellen gesetzlichen Vorschriften.

Seit der Einführung des Mehrweg-Versandsystems „memo Box“ im Jahr 2009 steigen die Wertstoffrücksendungen durch unsere Kunden kontinuierlich an. Allein in 2014 war eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um knapp 60 % zu verzeichnen. Insgesamt erreichten uns dieses Jahr 3.605 Wertstoffrücksendungen. In 92 % der Fälle nutzten unsere Kunden die Kombination mit unserem Mehrweg-Versandssystem „memo Box“.

Innovative Recyclingkonzepte

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

memo Recycling-Tonermodule

Leere Tonerkartuschen können hervorragend zu hochwertigen Recyclingkartuschen wiederverwertet werden. Unsere Serviceabteilung leitet die gebrauchten Tonerkartuschen an einen zertifizierten Fachbetrieb zur Wiederaufbereitung weiter. Dort werden sie in ihre Einzelteile zerlegt und sorgfältig gereinigt. Danach folgt der Austausch aller am Druck beteiligten Verschleißteile gegen neue Komponenten, um ein hohes Qualitätsniveau sicherzustellen. Anschließend werden die Kartuschen befüllt, montiert und einem Drucktest unterzogen. Zusätzlich erfolgen begleitende Dauerdrucktests zum Nachweis der Ergiebigkeit und Lebensdauer.

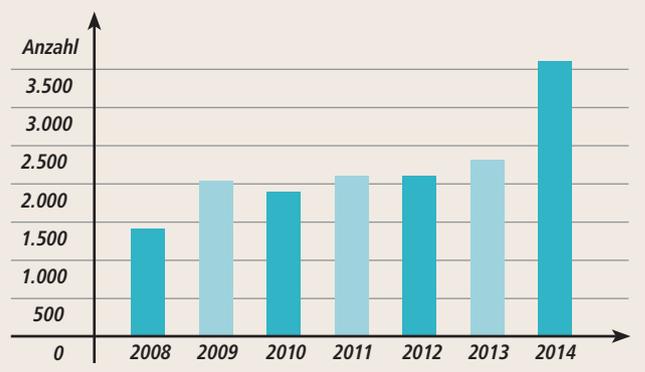
Ein großer Teil unserer Kartuschen erfüllt die Anforderungen des „Blauen Engel“ und/oder des „Nordic Swan“. Für memo Tonermodule kommen nur nach dem „Ames-Test“ auf Humanverträglichkeit geprüfte Tonerpulver zum Einsatz. Zudem werden von der LGA Nürnberg Schadstoffprüfungen durchgeführt.



Ge- und verbrauchte Produkte können wertvolle Rohstoffe enthalten, die zum Recycling oder zur Wiederverwendung geeignet sind. Das schont Ressourcen und ist ein Beitrag zum aktiven Umweltschutz.



WERTSTOFF-RÜCKSENDUNGEN PRO JAHR



Im Durchschnitt erreichten uns in den vergangenen sieben Jahren über 2.200 Wertstoff-Rücksendungen pro Jahr.



Energiesparlampen

Leuchtstoffröhren und Energiesparlampen enthalten geringe Spuren von Quecksilber und Cadmium. Das Recycling der Wertstoffe und eine fachgerechte Entsorgung der Reststoffe sind für uns selbstverständlich und zudem gesetzlich durch das Elektrogerätegesetz vorgeschrieben.

Bei memo werden die Lampen gesammelt und vorsortiert nach Stablampen, Lampen mit Schraub- bzw. Stecksockel und Lampenbruch. Die einzelnen Chargen werden zu einem ökologisch günstigen Sammeltransport gebündelt und an spezialisierte, zertifizierte Recyclingunternehmen verteilt. Dort werden die Lampen selektiv in ihre Bestandteile zerlegt. Die geringen Anteile schwermetallhaltiger Inhaltsstoffe werden separiert und als Sonderabfälle behandelt. Metallteile werden nach Aluminium und Stahl getrennt und der industriellen Wiederverwertung zugeführt. Der Hauptanteil Glas wird geschmolzen und vorrangig zu neuen Glasprodukten verarbeitet. Auf diese Weise werden nicht nur Rohstoffe, sondern auch Primärenergien eingespart.

CD-/DVD-Medien

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.



Wir kümmern uns um die Details

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



„Ich kümmere mich nicht nur um die Reparaturen, sondern auch um die Instandhaltung aller technischen Anlagen bei der memo AG. Damit leiste ich einen Beitrag zum Umweltschutz und meine Kollegen danken es mir auch.“

Harald Hampel,
Hausmeister

Gebäude und Anlagen – Ressourcen effizient genutzt



Der Firmenstandort der memo AG befindet sich im Gewerbegebiet der Gemeinde Greußenheim, ca. 15 km westlich von Würzburg. Aus den Fenstern bieten sich unseren Mitarbeitern idyllische Ausblicke auf Felder, Wiesen und den Wald.

Auf dem Gelände befindet sich das 1995 gebaute Verwaltungsgebäude mit einem direkt angebotenen Lagertrakt. Ein weiteres, im Jahr 2006 gekauftes und nach unseren Anforderungen modernisiertes Gebäude wird für die Lagerung und den Versand von Großteilen und Möbeln genutzt. Dieses Lager grenzt direkt an das Hauptgelände an, ebenso wie ein weiteres Nachbargrundstück mit einem kleinen Verwaltungsgebäude und einer Werkstatt, das wir im Jahr 2013 erworben haben. Das Gebäude bietet Platz für weitere Büroflächen und das Grundstück zusätzlichen Parkraum.

Ressourcensparende Gebäudeplanung

Auf den ersten Blick sieht das memo Firmengebäude nicht unbedingt anders aus als übliche Gewerbebauten – aber der Unterschied liegt in den Details:

... bei der Wärmedämmung

Um eine erstklassige Gebäudedämmung bei gleichzeitig optimalem Raumklima zu erreichen, entschieden wir uns für eine massive Ziegelbauweise mit Kalkzementputz. Auch die Dachbegrünung mit ihrem 10 cm starken Substrataufbau trägt zur Energieeinsparung bei. Durch die Speicherung des Regenwassers im Pflanzensubstrat wirkt sie im Winter wärmend und im Sommer

kühlend. Überschüssiges Regenwasser wird in einer Zisterne gespeichert.

Im gesamten Lagerbereich werden Deckenstrahlplatten als Heizelemente eingesetzt. Mit dieser Technik wird die Wärme trotz hoher Räume gleichmäßig verteilt und es entstehen keine gesundheitsschädlichen Staubverwirbelungen.

In den Wareneingangs- und -ausgangszonen werden Kaltluftströme durch Anfahrtpuffer und Schleusenbereiche minimiert. So ist eine optimale Wärmedämmung gewährleistet und darüber hinaus wird die Gesundheit der Mitarbeiter geschont.

... bei den verwendeten Materialien

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

... bei der Beleuchtung

Durch Oberlichter und große Fensterflächen haben wir im ganzen Haus viel natürliches Licht. In der dunklen Jahreszeit erzielen wir den gleichen Effekt mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum-Beleuchtung. Elektronische Vorschaltgeräte senken den Energieverbrauch um mindestens 25 % gegenüber konventionellen Vorschaltgeräten und die Lebensdauer der Lampen wird wesentlich verlängert.

memo FLÄCHENBEDARF	in m ²
Gesamtfläche	20.295
Grünfläche	6.481
Überbaute Fläche	4.790
Versiegelte Fläche	6.682
Nicht versiegelte Fläche	2.342
Gebäude (Nutzfläche)	6.744
Kleinteillager	4.104
Großteillager	1.000
Verwaltung	1.568
Kesselhaus für Holz-Hackschnitzel-Heizung	72

Auszug aus der Umweltbilanz 2014.

Der Außenbereich

Vom attraktiven Cafeteriabereich aus geht der Blick direkt auf die Terrasse und in den Naturgarten. Die umweltbewusst gestaltete Anlage ist mit seltenen einheimischen Wildblumen, Sträuchern und Bäumen bepflanzt und bietet vielen Tierarten wertvollen Lebensraum.



Wasserversorgung

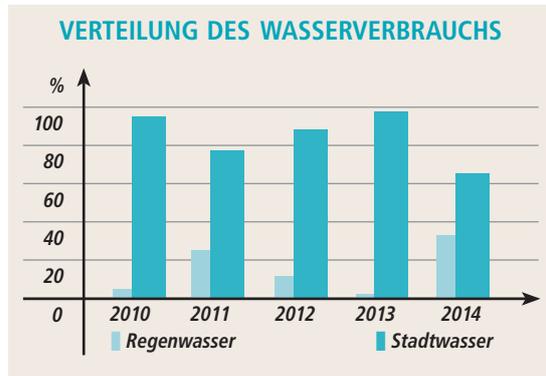


Die Brauchwasserversorgung unserer Sanitäreinrichtungen kann durch einen separaten Kreislauf aus der 15 m³ großen Regenwasserzisterne gesteuert werden. Ist nicht genügend Regenwasser vorhanden, schaltet die Anlage automatisch auf die Versorgung mit Stadtwasser um.

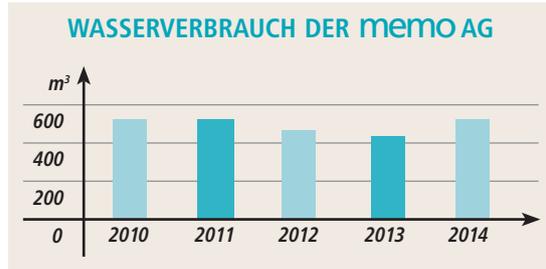


Leider war die Regenwasseranlage aufgrund technischer Probleme und einem damit einhergehenden hohen Wartungsaufwand in den vergangenen Jahren über weite Strecken nicht einsatzbereit – so auch im Jahr 2013. Dementsprechend hoch war der Anteil an Stadtwasser. In 2014 war die Anlage jedoch über einen längeren Zeitraum einsatzbereit, weshalb der Anteil an Regenwasser am Gesamtverbrauch

mit 35% deutlich gestiegen ist. Der Wasserverbrauch bei der memo AG ist generell relativ niedrig. So achten wir z.B. mit Durchflussbegrenzern in allen Armaturen darauf, den Verbrauch im täglichen Büroalltag so gering wie möglich zu halten. Der durchschnittliche Wasserverbrauch je Mitarbeiter liegt in den letzten fünf Jahren bei 5,32 m³.



Im Jahr 2014 konnte der Regenwasseranteil am Gesamtverbrauch durch einen stabilen Betrieb der Anlage deutlich erhöht werden.



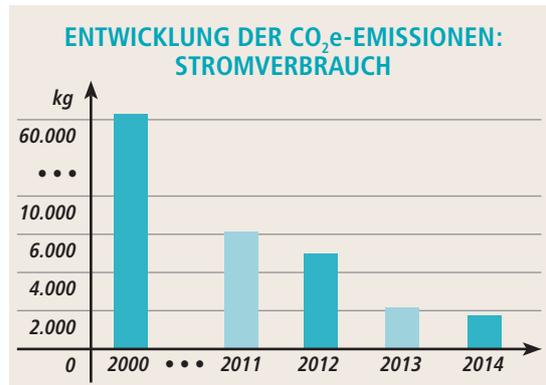
Der durchschnittliche Wasserverbrauch der memo AG in den vergangenen fünf Jahren liegt bei 5,32 m³.

Strombedarf und -versorgung

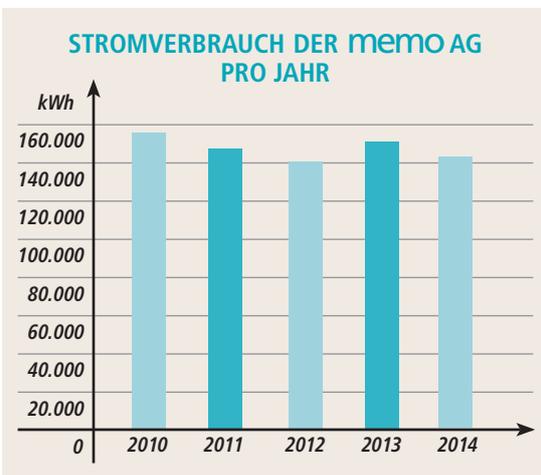


Bei memo entsteht Stromverbrauch vor allem durch den Einsatz von EDV- und Bürogeräten sowie durch die Raumbelichtung. Wo großzügige Fensterflächen und zusätzliche Oberlichter nicht ausreichen, verwenden wir Tageslichtspektrum-Leuchten mit elektronischen Vorschaltgeräten. In

den Bürogängen sorgen Bewegungsmelder und Tageslichtsensoren dafür, dass sich die Beleuchtung nur bei Bedarf anschaltet. Um wertvolle Ressourcen zu schonen, setzen wir energieeffiziente IT-Hardware, Bürogeräte und technische Anlagen – wo sinnvoll mit zusätzlichen Energiespargeräten – ein.



Die Treibhausgas-Emissionen der memo AG durch Stromverbrauch sind seit dem Jahr 2000 stetig gesunken.



Der durchschnittliche Stromverbrauch der memo AG in den vergangenen fünf Jahren liegt bei 146.873 kWh.

Regenerative Stromquellen

Seit 2001 bezieht die memo AG ihren Strom über die LichtBlick GmbH aus 100% regenerativen Energien. Das zusätzliche „ok-power“-Label garantiert, dass mindestens ein Drittel des erzeugten Stroms aus neuen Kraftwerken anfallen, die nicht älter als sechs Jahre sind, stammen. Der Strom der memo AG kommt weder aus Atom-, noch aus Kohle-, Gas- oder Ölkraftwerken.

Im Jahr 2014 konnten wir einen um 72,92 Tonnen geringeren CO₂-Ausstoß vorweisen, als gegenüber einem herkömmlichen Anlagenmix des deutschen Kraftwerksparks anfallen würde. Dennoch werden z.B. beim Betrieb der Anlagen zur Stromerzeugung und den sogenannten „Vorketten“ CO₂-Emissionen erzeugt. Verbleibende Restemissionen gleichen wir durch Investitionen in anerkannte ökologisch sinnvolle Klimaschutzprojekte aus (siehe Seite 51).



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 niedrigstmöglichem Niveau zu halten. Details dazu finden Sie auf Seite 45.

Die Heizanlage

Beim Neubau entschieden wir uns für eine herkömmliche, technisch ausgereifte Ölheizung, da es uns aufgrund der engen Zeitvorgaben nicht gelang, eine für unseren Bedarf geeignete Heizanlage mit Brennstoffen aus regenerativen Quellen zu finden. Um unnötigen Energieverbrauch zu vermeiden, ist die Steuerung der Heizanlage exakt auf unseren Bedarf abgestimmt. Im Lagerbereich können verschiedene Gebäudezonen separat beheizt werden und für das gesamte Gebäude wird die Raumtemperatur außerhalb der Betriebszeiten automatisch abgesenkt. In den Sommermonaten wird die Heizanlage komplett abgeschaltet, da wir den sehr geringen Warmwasserbedarf effizient mit dezentralen Elektrogeräten decken.

Holz-Hackschnitzel-Heizung

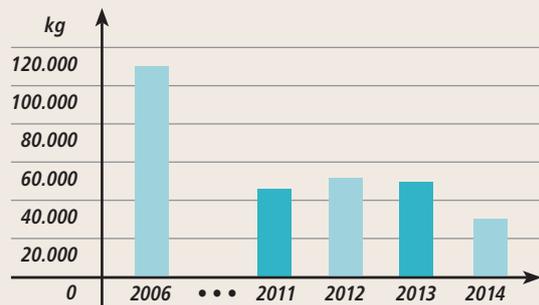
Nach mehreren Gebäudeerweiterungen und dem Kauf einer zusätzlichen Lagerhalle, die ebenfalls ans bestehende Heizsystem



Die Holz-Hackschnitzel für unsere Wärmeversorgung stammen aus regionalen Wäldern.

angeschlossen werden musste, installierten wir im Jahr 2006 eine Holz-Hackschnitzel-Heizung im bivalenten Betrieb zusammen mit der bestehenden Ölheizung: Bei andauernder Höchstbelastung, z. B. durch lange Kälteperioden oder sehr tiefe Temperaturen im Winter, schaltet sich die Ölheizung automatisch zu. Die Holz-Hackschnitzel stammen aus regionalen Quellen und werden im Rahmen von Durchforstungs- und Landschaftspflegemaßnahmen gewonnen. Details zur Recherche nach einer neuen Heizanlage finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2007.

ENTWICKLUNG DER CO₂e-EMISSIONEN: HEIZUNG



Reduzierung der Umweltauswirkungen

Seit der Installation der Holz-Hackschnitzel-Heizung konnten wir insgesamt etwa 520 Tonnen CO₂e-Emissionen für unsere Wärmeversorgung einsparen. Wesentliche Parameter für die Höhe der Einsparungen sind die klimatischen Bedingungen und der reibungslose Betrieb der Heizanlage. Strengere Winter erfordern höhere Betriebszeiten der unterstützenden Ölheizung. Weiterhin hängt der reibungslose Betrieb der Hackschnitzel-Heizung wesentlich von der Qualität der Holz-Hackschnitzel ab. Unter optimalen Bedingungen wie im Winter 2013/14 decken wir etwa 99 % des erforderlichen Energiebedarfs durch erneuerbare Ressourcen. Gegenüber dem Vorjahr konnten wir unsere Treibhausgasemissionen in diesem Bereich nochmals um etwa 42 % auf 27.190 kg CO₂e senken.

Geschäftsreisen sind unerlässlich



Geschäftsreisen eines Unternehmens erzeugen stets negative Umweltauswirkungen. Wir pflegen einen intensiven, persönlichen Kontakt zu unseren Stakeholdern und insbesondere zu unseren Kunden und Lieferanten. Zur Sicherstellung der Umwelt- und Qualitätsstandards unserer Produkte

und der laufenden Optimierung unseres Kundenservice sind Geschäftsreisen auch in Zukunft unvermeidbar und werden eher weiter zunehmen. Die damit verbundenen Emissionen hängen wesentlich von der Wahl des jeweiligen Verkehrsmittels ab.

Klimaneutral reisen mit der Bahn

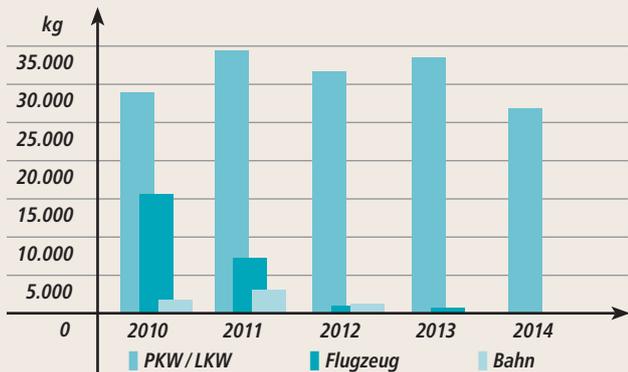
Soweit möglich und sinnvoll reisen wir auf Langstrecken mit der vergleichsweise umweltverträglichen Bahn. Im Jahr 2014 haben wir damit etwa 18.000 km zurückgelegt. Als Geschäftskunde der Deutschen Bahn nutzen wir die Möglichkeit, durch den Einsatz

von 100 % Ökostrom klimaneutral zu reisen. Flugreisen innerhalb Deutschlands tätigen wir grundsätzlich nicht, auch bei Reisen in angrenzende Länder wählen wir, wo sinnvoll und abhängig von der Zugverbindung, die Bahn.

Komplett vermeiden können wir Flugreisen nicht. Da wir jedoch Lieferanten aus Deutschland und Europa sowie Produkte, die bereits mit anerkannten Labels ausgezeichnet sind, bevorzugen (siehe hierzu Seite 29), wurde im Jahr 2013 lediglich eine Flugreise unternommen, die etwa 440 kg CO₂e-Emissionen verursachte. 2014 wurde bei der memo AG nicht geflogen.



ENTWICKLUNG DER CO₂e-EMISSIONEN BEI GESCHÄFTSREISEN DER MEMO AG



Durch eine gezielte Reiseplanung und die bewusste Auswahl von Verkehrsmitteln halten wir die Emissionen aufgrund Geschäftsreisen so gering wie möglich.

Fuhrparkmanagement

Der Fuhrpark der memo AG ist vergleichsweise klein und besteht aus einem LKW, zwei Diesel-PKWs, einem Elektrofahrzeug sowie einem Erdgasfahrzeug.

Das Elektrofahrzeug haben wir im Mai 2011 für Kurzstrecken in der Region angeschafft. Der Viersitzer wird ausschließlich mit Strom aus 100 % regenerativen Energien „betankt“. Den hohen Anschaffungskosten von 34.000 Euro stehen die aktuell rund 27.000 nahezu emissionsfrei zurückgelegten Kilometer gegen-

über. Details dazu finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2011/12. Für unseren Key-Account-Manager Patrick Wink wurde im Jahr 2012 ein Erdgasfahrzeug angeschafft, da die Emissionen gegenüber herkömmlichem Diesel geringer sind. Um die aus dem Außendienst resultierende wesentliche Steigerung der Geschäftsreisen im Rahmen zu halten, werden – soweit möglich – mehrere Kunden innerhalb einer Geschäftsreise besucht. Der Vertrieb Key-Account legte im Jahr 2014 etwa 30.000 km mit dem Erdgasfahrzeug zurück.

Mitarbeiter-Mobilität

Die memo AG sitzt am Unternehmensstandort Greußenheim relativ ländlich und ist vergleichsweise schlecht mit dem öffentlichen Personennahverkehr zu erreichen. Durch verschiedene Maßnahmen wollen wir unsere Mitarbeiter dennoch zu nachhaltiger Mobilität motivieren. Mitarbeiter, die zu Fuß, mit dem Rad, mit dem Bus oder mit einer Fahrgemeinschaft zur Arbeit kommen, können dies im Intranet der memo AG erfassen. Die Mitarbeiter mit den meisten Einträgen pro Verkehrsmittel werden mit einem Einkaufsgutschein von memo belohnt.



Alle Klimaschutz-Maßnahmen im Überblick finden Sie auf Seite 50/51.

Papierverbrauch bei memo



Trotz der fortschreitenden Entwicklung im Bereich der Kommunikationstechnologien sind wir auch heute noch weit entfernt vom sogenannten papierlosen Büro. Beleg dafür ist der weiterhin leicht steigende Papierverbrauch in Deutschland mit aktuell durchschnittlich ca. 247 kg Papier pro Bundesbürger. Um wertvolle Ressourcen soweit möglich zu schonen, verwendet memo für den internen Bedarf und für jegliche Geschäftskorrespondenz ausschließlich 100 % Recyclingpapier mit dem „Blauen Engel“.

Wir sparen Papier z. B. durch den weitestgehenden Verzicht auf Ausdrucke digitaler Dokumente, durch doppelseitiges Kopieren oder durch die Nutzung von gebrauchsfähigem, aber für den Ver-

kauf nicht mehr geeignetem Papier. Seit Anfang 2006 archivieren wir alle ausgehenden Rechnungen, Lieferscheine und Gutschriften digital. Im Jahr 2014 lag der gesamte Papierverbrauch bei knapp 570.000 Blatt.

Der größte Teil unseres Papierbedarfs entsteht bei der Kommissionierung und dem Versand unserer Waren. Im Bereich der Kommissionierung bündeln wir bis zu 32 Aufträge auf einer Kommissionierliste. Dies führt nicht nur zu kürzeren Laufwegen, sondern auch zu Papiereinsparungen. Allen Einpaketsendungen legen wir ausschließlich die Kundenrechnung bei. Nur wenn eine Sendung aus mehreren Paketen besteht, fügen wir jedem Karton zusätzlich eine Packstückliste bei, damit der Kunde den Sendungsinhalt besser prüfen kann. Seit 2014 drucken wir zudem Rechnungen und Lieferscheine an unsere Kunden nur noch doppelseitig und einfarbig.

Aufgrund unserer geringen Retourenquote von unter 5%, verzichten wir bei gewerblichen Kunden auf die Beilage eines Retourenscheins. Für eventuelle Rücksendungen bieten wir eine einfache Abwicklung über unsere Onlineretoure. Unseren Privatkunden bieten wir seit 2014 auf vielfache Nachfrage 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.

Kontinuierliche Verbesserung

Durch unseren internen Papierbedarf verursachten wir im Jahr 2014 etwa 2,5t CO₂e-Emissionen. Trotz dieser vergleichsweise niedrigen Zahl werden wir auch in Zukunft unsere Bemühungen und Maßnahmen zur Einsparung von Papier fortsetzen. Im Rahmen unseres aktuellen Managementprogramms haben wir uns das Ziel gesetzt, unser Kommissionierverfahren auf ein digitales System umzustellen. Durch diese Maßnahme erwarten wir eine weitere deutliche Reduzierung des Papierverbrauchs.

NACHHALTIGKEITSRECHNER FÜR BÜROPAPIER			
Papierverbrauch	570000	Blatt DIN A4	GO
		Recyclingpapier	Frischfaserpapier
Altpapier [in kg] / Holz [in kg]		3.185,4	8.520,8
Wasserverbrauch [in l]		58.303,5	148.460,6
Gesamt-Energieverbrauch [in kWh]		11.930,3	30.497,3
CO ₂ -Emission [in kg CO ₂]		2.519,8	3.014,7

Nachhaltigkeitsrechner der Initiative Pro Recyclingpapier (IPR). Mehr Informationen unter www.papiermetz.de.

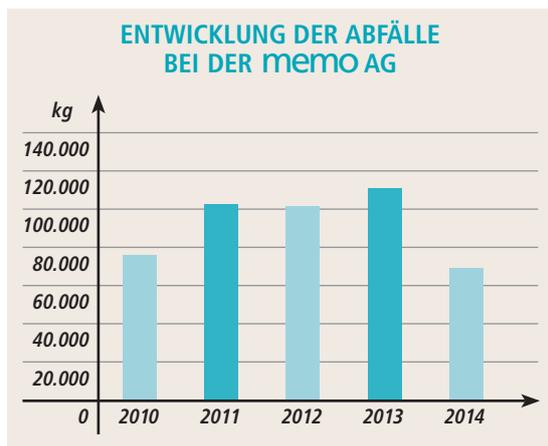


Bei memo entstehen nur geringe Abfallmengen, da wir gemäß unserer Firmenphilosophie ressourcenschonend handeln. **Unser Motto lautet: Vermeiden vor Verwerten, Verwerten vor Entsorgen.**

Als reiner Handelsbetrieb erzeugen wir so gut wie keine gefährlichen Abfälle. Als gefährliche Abfälle im Sinne des Kreislaufwirtschaftsgesetzes sind im Jahr 2014 1.958 Energiesparlampen, 500 Leuchtstoffröhren sowie acht Monitore angefallen, die wir an unseren Dienstleister zum Recycling weitergeleitet haben. Bei den Energiesparlampen handelt es sich fast ausschließlich um verbrauchte Produkte, die uns von Kunden zurückgesendet wurden.



Alle weiteren Abfälle sind nicht gefährliche Abfälle. Der größte Teil besteht aus Papier und Kartonagen sowie Kunststoffen.



Um die Entstehung dieser Abfälle dauerhaft zu vermeiden, ergreifen wir verschiedene systematische Maßnahmen:

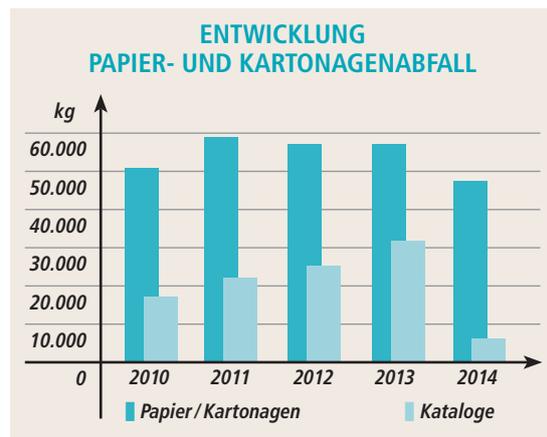
Papier- und Kartonagenabfall

... fällt bei memo vor allem in drei Bereichen an:

Überschüssige Kataloge

Durch eine systematische Kundensegmentierung und entsprechende Auflagenplanung minimieren wir negative Umweltauswirkungen durch die Produktion unserer Kataloge so weit wie möglich. Eine zentrale Herausforderung ist dabei die Planung der „Hausauflage“. Dabei handelt es sich um die Kataloge, die während der Laufzeit bei memo für Kundenanfragen lagernd sind und bis zum Erscheinen des Folgekatalogs ausreichen müssen. Ziel ist es, diese Anzahl exakt zu bestimmen. Trotz systematischer Planung ist jedoch die Anzahl überschüssiger Kataloge, die entsorgt werden mussten, bis 2013 signifikant gestiegen. Um diese Entwicklung zu stoppen, haben wir eine entsprechende Maßnahme im Managementprogramm 2013 definiert, die in 2014 gegriﬀen hat. Durch Optimierung der Auflage und des Katalogumfangs sowie einer sorgfältigen Planung der Restauflage konnte die Menge entsorgter Kataloge um 81 % reduziert werden.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 38.



Papier und Kartonagen haben den größten Anteil am Abfall der memo AG.

Allgemeiner Papierabfall

Durch regelmäßige Schulungen und Informationsveranstaltungen sowie im täglichen Büroalltag motivieren wir unsere Mitarbeiter zu einem sparsamen Umgang mit dem wertvollen Rohstoff Papier. Zusätzlich werden organisatorische und technische Maßnahmen ergriffen, um den internen Papierverbrauch zu reduzieren. So werden Rechnungen und Lieferscheine an unsere Kunden seit 2014 nur noch doppelseitig ausgedruckt.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 48.

Verpackungsabfall

Kartonagenabfälle entstehen bei memo fast ausschließlich durch die Anlieferung verpackter Waren. Um die Menge dieser Abfälle zu reduzieren, arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen und optimieren Verpackungen und Bestellmengen. Dadurch konnten wir den Kartonagenabfall von 2013 auf 2014 deutlich um 18 % reduzieren.

Lesen Sie dazu mehr auf Seite 40.

Kunststoffabfall

Auch Kunststoffabfälle entstehen in erster Linie bei Warenanlieferungen. Paletten sind zur Transportsicherung in der Regel mit Kunststofffolie umhüllt. Zum Teil werden Kunststoffbänder als zusätzliche Sicherung eingesetzt. Auch hier erarbeiten wir mit unseren Lieferanten Methoden zum sparsameren Einsatz von Verpackungsmaterial.

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

Seit dem Jahr 2012 können wir unseren Kunststoffabfall pro Jahr konsequent unter 5.000 kg halten – mit sinkender Tendenz.



Nach dem Lagerumbau und der Umstellung des Warenwirtschaftssystems ist die Menge an Kunststoffabfall in 2011 signifikant angestiegen. Durch konsequente Zusammenarbeit mit allen Lieferanten konnten wir diesen Abfall jedoch in 2012 um 38 % reduzieren. Seitdem sinkt die Menge an Kunststoffabfall stetig.

Vermeiden – reduzieren – kompensieren



Bei der memo AG stehen Klimaschutzmaßnahmen seit dem Beginn der Geschäftstätigkeit im Fokus der Aktivitäten: So werden seit jeher alle relevanten Unternehmensprozesse konsequent auf ihre Klimaverträglichkeit hin analysiert und ständig optimiert.

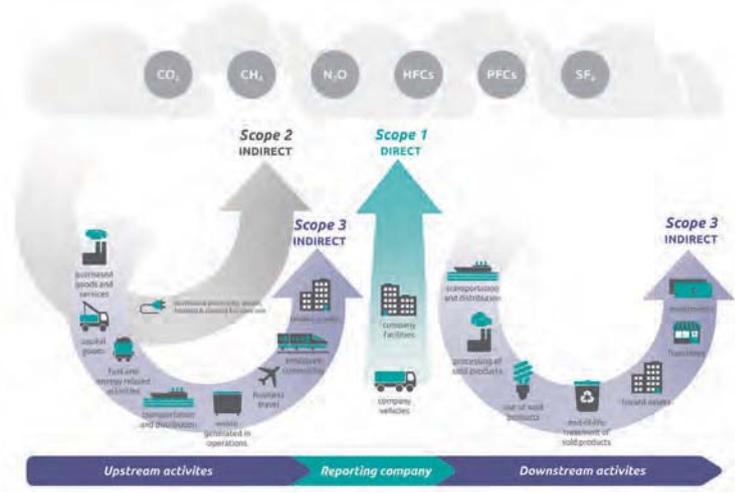
Dabei steht für uns stets die Vermeidung von schädlichen Treibhausgasen an erster Stelle. Ihr folgt, wo möglich, die weitestgehende Reduzierung und – erst als letzter Schritt – die Kompensation unvermeidbarer Schadstoffemissionen durch den Ankauf von Emissionsminderungs-Zertifikaten aus validierten Klimaschutzprojekten.

Unsere Klimabilanz und ihre Systemgrenzen

Die Erstellung unserer eigenen Klimabilanz ist eine Grundvoraussetzung für die Identifikation von Optimierungspotenzialen und die Umsetzung geeigneter Maßnahmen zur Vermeidung von Treibhausgas-Emissionen. Bei der Erstellung unserer Klimabilanz orientieren wir uns an den Richtlinien des Greenhouse Gas Protocol sowie der ISO 14064 und führen zwei Kategorien: eine für Scope 1- und Scope 2-Emissionen sowie eine für Scope 3-Emissionen.

Scope 1+2-Emissionen umfassen den Energieverbrauch durch Wärme- und Strombedarf für unser Unternehmen, den Kraftstoffverbrauch unseres eigenen Fuhrparks durch Geschäftsreisen und unseren eigenen Papierverbrauch. Diese Prozesse steuern wir selbst. Wir ermitteln die Verbrauchsdaten und lassen sie durch renommierte Partnerunternehmen in Emissionswerte umrechnen. Der Anteil der Scope 1+2-Emissionen an den gesamten Emissionen unserer Klimabilanz beträgt im Jahr 2014 12,3 %.

Scope 3-Emissionen unserer Klimabilanz umfassen die Herstellung und den Versand unserer Produktkataloge und Mailings, den Versand unserer Waren sowie Geschäftsreisen mit Bahn und Flugzeug. Die Verbrauchsdaten beruhen auf Angaben unserer Geschäftspartner, die wir zusammen mit renommierten Partnerunternehmen verifizieren und in Emissionswerte umrechnen lassen. Der Anteil der Scope 3-Emissionen unserer Klimabilanz im Jahr 2014 beträgt 87,7 %.



Quelle: GHG Protocol, Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard. World Resources Institute and World Business Council for Sustainable Development, September 2011

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

Scope 3-Emissionen, die wir nicht direkt beeinflussen können, bzw. deren Ermittlung für uns wirtschaftlich und organisatorisch nicht realisierbar ist, sind nicht Bestandteil unserer Klimabilanz. Dazu gehören beispielsweise die Beschaffung unserer Waren von Lieferanten bzw. Herstellern oder die Fahrten unserer Mitarbeiter zu ihrem Arbeitsplatz bei memo. Auch wenn diese Aspekte nicht Bestandteil unserer Klimabilanz sind, versuchen wir durch geeignete Maßnahmen unseren Beitrag zur Reduzierung ihrer Umweltauswirkungen zu leisten.

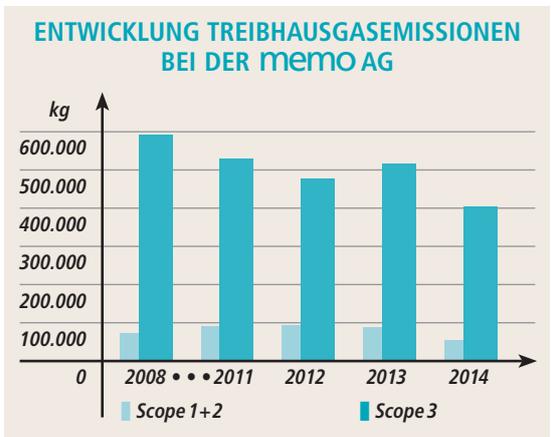
Beispiele sind die Auswahl des Verkehrsträgers oder die Bündelung von Bestellungen in der Beschaffungslogistik. Im Rahmen des Projektes „Umweltverträglich zur Arbeit“ werden Mitarbeiter, die ökologische Verkehrsmittel bzw. Fahrgemeinschaften für ihren Arbeitsweg nutzen, mit Einkaufsgutscheinen von memo belohnt.

Entwicklung der Treibhausgasemissionen

Im Jahr 2014 hat die memo AG etwa 470 Tonnen CO₂e erzeugt. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Reduzierung um 23 %. Seit dem Jahr 2008 konnten wir unsere Emissionen um 29 % senken und haben damit bereits jetzt unser Ziel erreicht, unsere Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2020 um 20 % zu reduzieren.

Allerdings hängt die Entwicklung der absoluten Emissionen auch von der geschäftlichen Entwicklung ab. Wirtschaftlicher Erfolg führt beispielsweise zu einem höheren Versandvolumen und damit implizit zu steigenden absoluten Emissionen beim Warenversand. Aus diesem Grund ist die Entwicklung der Emissionen je nach Bereich in relativer Abhängigkeit zu passenden Vergleichsindikatoren wesentlich für die Beurteilung des Erfolgs unserer Klimaschutzaktivitäten.

Ein Vergleich mit anderen Klimabilanzen bzw. einzelnen Kenngrößen ist aus unserer Sicht derzeit nicht sinnvoll, da es noch keinen allgemein gültigen Standard zur Erstellung von Klimabilanzen gibt. Je nach definierter Systemgrenze und Berechnungsmethodik können Kenngrößen deshalb deutlich variieren.



Seit dem Jahr 2008 konnten wir die Treibhausgasemissionen unserer wesentlichen Geschäftsprozesse um 29 % reduzieren und haben damit bereits jetzt unsere Zielvorgabe für das Jahr 2020 erreicht.

Wichtige Klimaschutz-Maßnahmen der memo AG im Überblick:

SCOPE 1+2

Papierverbrauch (Details auf Seite 48)

- Einsatz von 100 % Recyclingpapier
- Doppelseitiges Kopieren und Drucken
- Doppelseitiger Druck von Rechnungen und Lieferscheinen
- Digitale Archivierung

Der interne Papierverbrauch verursacht lediglich 0,5 % der gesamten Emissionen unserer Klimabilanz. Seit dem Jahr 2008 konnten wir die Emissionen durch den Papierverbrauch pro Kundenauftrag um 23 % reduzieren. Im Jahr 2014 betragen diese 0,019 kg CO₂e/Kundenauftrag (Gesamt 2.519 kg CO₂e).

Raumwärme-Erzeugung (Details auf Seite 45 und 47)

- Optimierte Gebäudedämmung
- Raumwärme in verschiedenen Gebäudezonen separat regelbar
- Abschaltung der Heizanlage im Sommer
- Wärmeerzeugung weitgehend auf Basis nachwachsender Rohstoffe (seit 2007)
- Bezug der Energieträger aus der Region

Seit der Installation der Holz-Hackschnitzel-Heizung im Jahr 2006 konnten wir insgesamt etwa 520 Tonnen CO₂e-Emissionen für unsere Wärmeversorgung einsparen und decken etwa 99 % des Energiebedarfs durch erneuerbare Ressourcen. Die Emissionen im Jahr 2014 betragen 27.190 kg (4,12 kg CO₂e/m² Gebäudefläche). Der Anteil an den gesamten Emissionen beträgt 5,8 %.

Stromverbrauch (Details auf Seite 46)

- Energiesparende Beleuchtungssysteme im ganzen Gebäude
- 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 95 % reduzieren. Der Anteil an den gesamten Emissionen beträgt deshalb lediglich 0,4 %. Im Jahr 2014 wurden durch den Strombedarf 1.970 kg CO₂e erzeugt (15,5 kg CO₂e/Mitarbeiter).

Fuhrpark (Details auf Seite 48)

- Nutzung eines Elektrofahrzeugs für Kurzstrecken (seit 2011)
- Nutzung eines Erdgasfahrzeugs für Außendienst (seit 2012)
- Konzentration auf einen Logistik-Standort (seit 2007)

Im Jahr 2014 haben wir mit unseren Firmenfahrzeugen knapp 92.000 km zurückgelegt. Etwa 1/3 der zurückgelegten Strecke entfällt auf unser Erdgasfahrzeug für den Außendienst im Vertrieb. Seit 2010 konnten wir die Emissionen je gefahrenem Kilometer durch die Optimierung des Fuhrparks um 18 % reduzieren. Im Jahr 2014 entstanden 25.730 kg CO₂e.

SCOPE 3

Herstellung der Werbemedien (Details auf Seite 38)

- Einsatz von 100 % Recyclingpapier für alle Werbematerialien
- Einsatz von mineralölfreien Biofarben für alle Jahreskataloge
- Auswahl von regionalen Dienstleistern
- Ständige Optimierung der Auflagenhöhe
- Bevorzugung von Dienstleistern mit qualifiziertem Umweltmanagement

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 58 % senken. Durch die Herstellung unserer Kataloge und Mailings entstanden im Jahr 2014 etwa 142.000 kg CO₂e (0,210 kg/Werbemittel). Dies entspricht einem bedeutenden Anteil von über 30 % unserer gesamten Klimabilanz.

Versand Werbemedien (Details auf Seite 38)

- Einsatz von Recyclingpapier oder Recyclingfolie als Verpackungsmaterial
- Bevorzugung von Dienstleistern mit qualifiziertem Flotten- und Umweltmanagement

Durch eine systematische Planung konnten wir die Anzahl und den Umfang der versendeten Werbemedien seit dem Jahr 2008 kontinuierlich optimieren und die absoluten Emissionen um 51 % senken. 2014 wurden 45.450 kg CO₂e erzeugt. Dies entspricht knapp 10 % unserer gesamten Emissionen.

Warenversand (Details auf Seite 41–42)

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

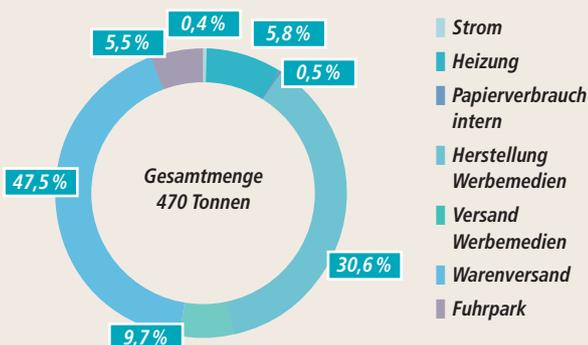
In den letzten beiden Jahren ist es uns durch verschiedene Optimierungsmaßnahmen gelungen, die Anzahl der Paketsendungen bei stabilen Umsatzzahlen um knapp 12 % zu reduzieren. Trotz sinkender Anzahl der Warensendungen sind die absoluten Treibhausgas-Emissionen in diesem Bereich um 29 % auf 158.080 kg CO₂e gestiegen. Auch die CO₂e-Emissionen je versendetem Paket sind um 23 % gestiegen. Je Paket entstehen aktuell etwa 0,6 kg CO₂e. Begründet ist diese Steigerung durch ein weiterentwickeltes Berechnungsverfahren unseres Dienstleisters DHL.

Geschäftsreisen (Details auf Seite 47)

- Bevorzugung der Bahn für Geschäftsreisen
- Minimierung von Flugreisen

Im Jahr 2014 sind durch Geschäftsreisen mit Bahn und Flugzeug keine Emissionen in unserer Klimabilanz entstanden. Mit der Deutschen Bahn reisen wir durch den Einsatz von 100 % Ökostrom klimaneutral. Flugreisen wurden 2014 nicht getätigt.

VERTEILUNG DER TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN DER MEMO AG IM JAHR 2014



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. 2014 unterstützten wir zum Beispiel ein Solarprojekt im ländlichen Bolivien oder ein Aufforstungsprojekt in Costa Rica. Dieses Projekt ist seit November 2013 als eines der ersten Waldklimaprojekte weltweit nach dem Gold Standard „Land Use and Forests“ zertifiziert.

Wir suchen den Dialog!

Die memo AG ist seit vielen Jahren in verschiedenen Umweltverbänden und -organisationen engagiert. Durch gemeinsame Aktionen und Projekte soll das Bewusstsein für Umwelt- und Klimaschutz in der Gesellschaft gefördert werden.



„Kooperation und Kommunikation bedeutet für uns in erster Linie Partnerschaft.

Die Zusammenarbeit mit unseren Partnern und die gemeinsamen Projekte sind eine große Herausforderung, aber auch eine große Bereicherung.“

Claudia Silber,
Leitung
Unternehmenskommunikation



Seit unserer Gründung beschäftigen wir uns intensiv und praxisnah mit den verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit: Für viele unserer Kunden und Lieferanten ist memo inzwischen erste Anlaufstelle, wenn es um ökologische Fragen geht – nicht nur in Bezug auf unser Produktangebot.

Auch zahlreiche Umweltorganisationen und Unternehmensverbände schätzen unser Fachwissen in diesem Bereich und ziehen uns zu ihren Projekten beratend hinzu oder gehen langfristige Partnerschaften mit uns ein. memo beteiligt sich regelmäßig an der Entwicklung innovativer Lösungskonzepte zur Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens und unterstützt öffentliche Forschungsprojekte, Veranstaltungen und Aktionen zu diesem Thema. Bei vielen namhaften Organisationen, Vereinen und Verbänden sind wir – teils von Gründung an – Mitglied.

Trotz des vielfältigen Engagements: Wir sind stets darauf bedacht, nicht nur dem Namen nach Partner einer Initiative zu sein, sondern tatkräftig zur Realisierung der gemeinsamen Ziele beizutragen.

Hier eine Übersicht unserer aktuellen Partnerschaften:



1991 Förderkreis Umweltschutz in Unterfranken e.V. (FUU e.V.)

Der Förderkreis wurde 1988 gegründet. Er entwickelt und unterstützt ganzheitliche und nachhaltige Umweltschutzkonzepte in der Region Unterfranken. Die AG Nachhaltiges Wirtschaften des FUU e.V. bietet seinen Mitgliedern und weiteren interessierten Personen Informationsveranstaltungen und eine offene Diskussion zum gesamten Thema des nachhaltigen Wirtschaftens an. memo ist seit 1991 Mitglied und beteiligt sich aktiv an der Arbeit der AG.



1994 UnternehmensGrün

UnternehmensGrün ist ein bundesweit arbeitender Zusammenschluss von Unternehmen, Selbstständigen und leitend in der Wirtschaft Tätigen. Mit der Zielsetzung der Förderung des Umweltschutzes versteht sich UnternehmensGrün als „Lobbyverband“ zur Verwirklichung eines weitestgehenden Einklangs zwischen Wirtschaft und Umwelt. Die Mitglieder setzen sich im Schwerpunkt aus kleinen und mittelständischen Unternehmen zusammen. memo ist seit 1994 Mitglied.



1998 B.A.U.M. e.V.

Seit 17 Jahren arbeiten wir mit dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. zusammen. Ein gemeinsames Projekt ist beispielsweise der Wettbewerb „Büro & Umwelt“, der jährlich die umweltfreundlichsten Büros auszeichnet. Im Mittelpunkt steht der schonende Umgang mit Ressourcen im Büroalltag sowie die Beachtung von Umweltaspekten bei der Büroorganisation und bei der Beschaffung von Büroprodukten, -geräten und -möbeln. Auch die Themen Wertstoffe und Entsorgung werden berücksichtigt.



2000 Initiative Pro Recyclingpapier (IPR)

Als Gründungspartner der branchenübergreifenden Initiative Pro Recyclingpapier (IPR) unterstützen wir zusammen mit anderen

Mitgliedsunternehmen zahlreiche Informationskampagnen und öffentliche Aktionen zur Akzeptanz und zur Förderung des Einsatzes von Recyclingpapier.

2003 Forest Stewardship Council® (FSC®)

Seit Anfang 2003 sind wir Mitglied der 1997 gegründeten deutschen Arbeitsgruppe des FSC® (Forest Stewardship Council®), einer gemeinnützigen und unabhängigen Organisation zur Förderung verantwortungsvoller Waldwirtschaft. 2005 wurde die memo AG als erster deutscher Groß- und Einzelhändler nach den Richtlinien des FSC® zertifiziert (GFA-COC-001238). Daneben sind wir aktiv an der Weiterentwicklung der Vergabekriterien für Holz- und Papierprodukte beteiligt.



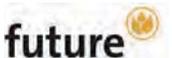
2004 Umweltpakt Bayern

Der Umweltpakt Bayern ist eine Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft für mehr Umweltschutz. Alle Teilnehmer erbringen freiwillige Umweltschutzleistungen, die über gesetzliche Vorgaben hinausgehen. Seit 2004 sind auch wir Mitglied des Paktes.



2007 future e.V.

Die 1986 von verantwortungsbewussten Mittelständlern gegründete Umweltinitiative vorwiegend kleiner und mittelständischer Unternehmen setzt sich für die Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten in Betrieben ein. Gerade KMU finden dort den richtigen Partner, um nachhaltige und zukunftsfähige Strukturen auszubauen und im internationalen Wettbewerb zu bestehen. memo ist seit 2007 aktives Vereinsmitglied.



2008 Verband Deutscher Naturparke (VDN)

Die Zusammenarbeit mit dem VDN begann 2008 mit Tierbildern, die im Rahmen eines Fotowettbewerbs des Verbands entstanden sind und als Titelblätter der memo Zeichenblocks verwendet wurden. 2010 und 2015 folgten Aufnahmen aus dem Fotoportal des VDN für alle memo Schulhefte. Außerdem führten wir mit dem Verband einen Naturentdecker-Malwettbewerb (2009) und – zusammen mit der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald – einen Malwettbewerb zum Internationalen Jahr der Wälder (2011) durch.



2008 Utopia

Das Internetportal Utopia will dazu beitragen, dass Millionen Menschen ihr Konsumverhalten und ihren Lebensstil nachhaltig verändern. memo ist seit 2008 Partner und mit einem eigenen Unternehmensprofil auf dem Portal vertreten: mit Informationen zum Unternehmen, zu unserer Philosophie, zu unseren nachhaltigen Leistungen und mit dem „memo Blog“, in dem registrierte User mit uns in direkten Dialog treten können.



Im November 2009 hat die memo AG das Changemaker-Manifest unterzeichnet und sich damit zu transparenten und festen ökologischen, sozialen und ökonomischen Zielen verpflichtet. Damit zeigen wir unseren Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit, dass wir bereit sind, mit Eigeninitiative unseren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Weitere Informationen dazu auf Seite 54.

Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit



Wir sind davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit alle Bereiche des Lebens und Wirtschaftens betrifft und folglich eine Aufgabe der gesamten Gesellschaft ist. Nur durch die Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik, NGOs, und Verbänden sowie durch die Hilfe jedes Einzelnen kann eine nachhaltige Entwicklung vorangebracht werden. An diesem Punkt leisten wir unseren Beitrag, indem wir auch als kleines Unternehmen im Rahmen unserer Möglichkeiten Projekte, Aktionen und Initiativen zum Thema Nachhaltigkeit unterstützen. 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 insbesondere darauf, dass sie zu 100 % mit unserer Philosophie und mit unserem Kerngeschäft übereinstimmen. Ziel ist es natürlich einerseits, mehr Kunden für memo und unser Sortiment und letztlich für nachhaltigen und bewussten Konsum von Alltagsprodukten zu gewinnen. Andererseits fördern wir damit aber auch das Bewusstsein und Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz in der Gesellschaft allgemein.

Ein Auszug aus unseren umfangreichen Aktivitäten in den letzten zwei Jahren:



Die NaSch-Community

Die memo AG unterstützt seit 2014 als Projektpartner der NaSch-Community Nachhaltige Schülerfirmen mit Rat und Tat.

Die NaSch-Community ist eine Online-Plattform für Nachhaltige Schülerfirmen, die von der Freien Universität Berlin/Institut Futur in Zusammenarbeit mit der LO Lehrer-Online GmbH ins Leben gerufen wurde. Finanziell unterstützt wird das Netzwerk von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU). Ziel des Projekts ist es, die Kommunikation aller Akteure in Nachhaltigen Schülerfirmen zu fördern und den Kreis der an Nachhaltigen Schülerfirmen Interessierten zu erweitern.

Nachhaltige Schülerfirmen können ein Schülerfirmenprofil und eine eigene Homepage erstellen und beides anderen Usern über den Schaukasten der NaSch-Community zugänglich machen. Mithilfe von Foren, einem Wiki, Chats und einer Materialbörse treten sie unkompliziert in Austausch mit anderen Schülerfirmen, nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen, Experten und Multiplikatoren. Ergänzend bietet die Plattform weiterhin vielfältige Infos, Hilfestellungen und Materialien rund um Nachhaltige Schülerfirmen oder auch einen Arbeitsbereich für die eigene Schülerfirma.

Mehr Informationen finden Sie unter www.nasch-community.de.



Der memo Stundenplan 2014/15 stand ganz im Zeichen der NaSch-Community und lud Nachhaltige Schülerfirmen zum Mitmachen ein.

Utopia Changemaker-Manifest für KMU

2009 waren wir einer der Erstunterzeichner des Utopia Changemaker-Manifests. Das Manifest ist eine freiwillige Selbstverpflichtung verantwortungsbewusster Unternehmen für eine nachhaltige Unternehmensführung. Es enthält zehn Versprechen, sogenannte „Commitments“, die alle Schlüsselthemen nachhaltigen Wirtschaftens umfassen: von der Energieeffizienz über Klimaschutz bis hin zu Sozialstandards in der Wertschöpfungskette. Zu allen Commitments werden konkrete, messbare Ziele und Maßnahmen hinterlegt. Das Anspruchsniveau der Selbstverpflichtungen wird durch ein unabhängiges Experten-Netzwerk der Utopia Stiftung überprüft. Denn nur wer Maßstäbe in seiner Branche setzt, kann Changemaker werden: Die Unternehmen durchlaufen einen ergebnisoffenen Aufnahmeprozess, in dem sie ihre Nachhaltigkeitsleistungen und -ziele gegenüber der Utopia Stiftung offenlegen.



Das Changemaker-Netzwerktreffen der KMU am 14. Januar 2015 bei Utopia in München (v.l.n.re.): Bert Odenthal (bert odenthal grafik + design), Claudia Silber (memo AG), Anke Brünger (Utopia GmbH), Dr. Meike Gebhard (Utopia GmbH), Silvia Ohms (Neumarkter Lammsbräu), Ralph J. Schiel (naturblau), Prof. Dr. Rainer Griebhammer (Öko-Institut e.V.)

Changemaker-Unternehmen verpflichten sich öffentlich zu Transparenz und zum Dialog auf Deutschlands größter Website für nachhaltigen Konsum. Deshalb werden alle Changemaker Manifeste auf Utopia veröffentlicht. Die Changemaker berichten auf ihren Profilen regelmäßig über Fortschritte und Rückschläge bei der Zielerreichung.

Dank einer Förderung der Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) von 2012 bis 2014 können neben Großkonzernen nun auch kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) Utopia Changemaker werden. Sie unterschreiben ein Manifest, das an die Merkmale und Bedürfnisse ihrer Unternehmensgröße angepasst ist.

Mehr Informationen finden Sie unter www.utopia.de.

memo AG unterzeichnet Deutschen Nachhaltigkeitskodex

2014 haben wir zum ersten Mal eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex eingereicht. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) ist ein Transparenzinstrument, das von Organisationen und Unternehmen verschiedener Größe genutzt werden kann: große und kleine, öffentliche und private Unternehmen, mit und ohne existierende Nachhaltigkeitsberichterstattung, kapitalmarktorientierte Unternehmen und solche, die Anspruchsgruppen (Stakeholder) über ihre unternehmerischen Nachhaltigkeitsleistungen informieren wollen. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung hatte den Deutschen Nachhaltigkeitskodex im Jahr 2011 beschlossen. Er soll Verbindlichkeit in





„Ein wesentliches Ziel des Nachhaltigkeitskodex ist die Schaffung eines Vergleichsrahmens für alle Unternehmen. Deshalb ist es wichtig, dass Pioniere und Neueinsteiger gleichermaßen ihre Erfahrungen teilen, wie Nachhaltigkeit im Kerngeschäft verankert werden kann und welche Erfolge und Widerstände es gibt. Beispiele wie das der memo AG zeigen, wie unendlich schwierig und einfach es zugleich ist, erfolgreich zu sein. Wir brauchen mehr solcher lebender Beispiele, um die Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Erfolgs neu zu setzen.“

Yvonne Zwick, Wissenschaftliche Referentin beim Rat für Nachhaltige Entwicklung

der transparenten Darstellung der unternehmerischen Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung schaffen. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung misst dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex hohe politische Bedeutung zu. Er ist ein wesentlicher Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften und ist geeignet, glaubwürdiges Handeln für eine nachhaltige Entwicklung in der Wirtschaft zu fördern.

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

Als Orientierungshilfe für mittelständische Unternehmen hat der Rat für Nachhaltige Entwicklung zusammen mit der Bertelsmann-Stiftung einen Leitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex veröffentlicht. Die memo AG hat die Entwicklung des Leitfadens als mittelständischer Praxispartner unterstützt und ist in dem Leitfaden als Best-Practice-Beispiel genannt. Für uns war die Möglichkeit an dem Leitfaden aktiv mitwirken zu können eine große Auszeichnung.

Die Entsprechenserklärung der memo AG zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex und den Leitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex finden Sie unter

www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de oder www.memoworld.de/nachhaltigkeitsbericht.

Energiesparcup



Die memo AG unterstützt den Wettbewerb Energiesparcup, bei dem seit März 2015 rund 30 kleine und mittelständische Unternehmen aus Deutschland gegeneinander antreten, ihren eigenen Energieverbrauch senken und damit wettbewerbsfähiger werden sollen.

Der Wettbewerb ist von der gemeinnützigen co2online GmbH initiiert und wird von der Europäischen Union gefördert. Ziel des Energiesparcups ist es, dass die teilnehmenden Unternehmen innerhalb von 15 Monaten mindestens sieben Prozent Strom und Heizenergie einsparen. Das deutsche Unternehmen, das am Ende die höchsten Energieeinsparungen erzielt, gewinnt ein Preisgeld in Höhe von 2.000 Euro. Die Teilnehmer des Energiesparcups in Deutschland treten zudem gegen circa 300 kleine und mittlere Unternehmen aus Bulgarien, Dänemark, Frankreich, Irland, Italien, Lettland, Malta, Österreich und Spanien an. Die drei erfolgreichsten Energiesparer Europas werden 2016 bei einer Preisverleihung in Brüssel ausgezeichnet.

Weitere Informationen unter www.energiesparcup.biz.

memo AG ist Gastgeber des Sustainability Leadership Forum

Bereits seit 2004 organisieren B.A.U.M. e.V. und das Centre for Sustainability Management (CSM) der Leuphana Universität Lüneburg gemeinsam das Sustainability Leadership Forum (SLF). Diesem bewusst klein gehaltenen, exklusiven Kreis gehören Unternehmen an, die sich bereits durch ein herausragendes Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement auszeichnen und sich auch künftig aktiv für die Weiterentwicklung der unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategie engagieren wollen.

Die memo AG ist seit 2009 Mitglied des SLF. Die regelmäßigen Arbeitskreise bieten uns die Möglichkeit, uns intensiv mit erfahrenen Gleichgesinnten zum gesamten Spektrum nachhaltigkeitsrelevanter Themen auszutauschen und voneinander zu lernen. Optimal unterstützt werden die „Praktiker“ aus den Unternehmen durch die professionelle, wissenschaftliche und organisatorische Begleitung durch das Team des CSM Lüneburg und B.A.U.M. e.V.

Das Sustainability Leadership Forum wurde im September 2010 von der Deutschen UNESCO-Kommission als innovatives Projekt der UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung ausgezeichnet.

Am 14. April 2015 war die memo AG Gastgeber des Arbeitskreises zum Thema „Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit unter Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“. Nach dem Motto „Mit System, Leidenschaft und Freude“ wurden unter anderem Erfolgsbeispiele aus der Praxis präsentiert, wie Mitarbeiter für das Thema Nachhaltigkeit begeistert werden können.



„Mit System, Leidenschaft und Freude“ waren die Teilnehmer des SLF zu Gast bei der memo AG.

„memo Box“ und Little Big Cargo

Jacob Rohrer, Inhaber des Lastenradgeschäfts „Little Big Cargo“ in Berlin, nutzt für seine ladeninterne Transportlogistik die „memo Boxen“ in Größe L. „Wir sind oft unterwegs und benötigen daher ein festes System für Fotoausrüstung, Messekleinteile, Reinigungsmittel, unseren mobilen Werkzeugsatz sowie stationär für unser Lager. Die Boxen von memo haben sich dabei bewährt.“ Im Geschäft selbst stellt er eine der Boxen auf einem



Lastenrad aus und liefert seinen Kunden damit eine ideale Lösung für eine nahezu klimaneutrale Logistik verschiedener Waren.

Immer öfter sind Lastenräder im Stadtverkehr zu sehen und können zum Beispiel für Kurierdienste in der KEP-Branche eine interessante Alternative zum Auto sein.

Weitere Informationen unter www.littlebigcargo.de.

Kontinuierliche Verbesserung

Nachhaltige Entwicklung ist für memo keine statische
Angelegenheit. Vielmehr gilt: Der Weg ist das Ziel!

A portrait of Stefan Rodrigues, a man with short brown hair and a slight beard, wearing a white button-down shirt and blue jeans. He is smiling and has his hands in his pockets. The background is a solid teal color.

„Für die nächsten beiden Jahre haben wir uns
viel vorgenommen. Mit der Umstellung auf ein
digitales Kommissioniersystem wollen
wir 40 % unseres Papierverbrauchs in der
internen Logistik einsparen.“

Stefan Rodrigues,
Teamleiter Lagerlogistik

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 2013 vorgestellt haben.

Detaillierte Informationen zu den einzelnen Maßnahmen finden Sie im Innenteil dieses Berichtes.



ZIEL	Maßnahme	Termin	Stand
Mitarbeiterorientierung			Erreicht
Weitere Förderung der Ausbildungsqualität	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung eines „Auszubildenden-Netzwerkes“ zusammen mit nachhaltig orientierten Partnerunternehmen 	2013	Die Azubis der Neumarkter Lammsbräu, der Weleda AG und der memo AG haben das Projekt „Erlebniswelt 4 Elemente“ durchgeführt. Details auf Seite 24.
Nachhaltigkeitsmanagement			Erreicht
Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitskodex des Rates für Nachhaltige Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Abgabe einer Entsprechenserklärung für den Deutschen Nachhaltigkeitskodex 	2013	Die memo AG hat eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex eingereicht. Sie finden diese unter www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de . Details auf Seite 54/55.
Sortimentsgestaltung			in Arbeit
Weitere Optimierung des Verfahrens zur Listung unserer Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung eines Online-Werkzeugs zur Lieferantenbefragung 	2014	Um auch den Dialog mit unseren Kunden noch weiter zu intensivieren, planen wir systematische Befragungen mit dem gleichen Online-Werkzeug durchzuführen. Aus Gründen der Effizienz wurden die Projekte kombiniert. Details auf Seite 37.
Katalogproduktion			Erreicht
Reduzierung der Umweltauswirkungen bei der Herstellung der Produktkataloge	<ul style="list-style-type: none"> • Auflagenoptimierung • Optimierung des Katalogumfangs • Druck der Jahreskataloge mit Ökostrom 	2014	Emissionen durch Herstellung und Versand der Kataloge wurden um 45 %, bzw. 30 % gesenkt. Die Menge entsorgter Kataloge wurde um 81 % reduziert. Details auf Seite 38, 49 – 51.
Katalogproduktion			Erreicht
Reduzierung des Papiereinsatzes bei der Katalogproduktion	<ul style="list-style-type: none"> • Umstellung auf ein digitales Prüfverfahren in der Druckvorstufe („softproof“) 	2014	Das Verfahren ist implementiert. Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde in der Druckvorstufe komplett digital produziert. Details auf Seite 39.
Logistik			Erreicht
Steigerung des Anteils der „memo Box“ am Versandvolumen auf 15%	<ul style="list-style-type: none"> • Gezielte Vermarktung der „memo Box“ in den Produktkatalogen und den Onlineshops • Beantragung des Umweltzeichens „Blauer Engel“ für das Mehrweg-Versandssystem 	2014	Die „memo Box“ wurde mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet. Der Versandanteil im Jahr 2014 liegt bei 17,50 % mit weiter steigender Tendenz. Details auf Seite 42.
Logistik			in Arbeit
Reduzierung des Ressourcenverbrauchs bei der Herstellung der „memo Box“	<ul style="list-style-type: none"> • Fertigung der „memo Box“ aus Recyclingkunststoff 	2015	Die nächste Produktionscharge der „memo Box“ wird aus Recyclingkunststoff hergestellt. Details auf Seite 42.



Die wichtigsten Ziele auf einen Blick ...

Nach dem Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung haben wir uns auch für die Zukunft viel vorgenommen.

Zum Abschluss dieses Berichts möchten wir Ihnen die wichtigsten Ziele, die wir uns im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagement-Systems gesetzt haben, im Überblick vorstellen.

ZIEL	Maßnahme	Termin	Verantwortlich
Kundenorientierung			
Steigerung der Servicequalität bei der Abwicklung des Zahlungsverkehrs mit unseren Kunden	• Versand von Rechnungen und Gutschriften per E-Mail	2015	Leitung Logistik
Ressourcenverbrauch und Klimaschutz			
Reduzierung Kartonagenverbrauch beim Warenaustausch mit strategischen Partnerunternehmen	• Implementierung der „memo Box“ bei Partnerunternehmen mit regelmäßigem Warenaustausch	2016	Leitung Logistik
Prozesssteuerung			
Weitere Optimierung der Ablauforganisation bei memo	• Implementierung eines Dokumenten- und Wissensmanagementsystems	2016	Qualitätsmanagement
Mitarbeiterorientierung			
Gesundheitsförderung der Mitarbeiter im Versand	• Weitere Optimierung der Arbeitsplatzergonomie im Versand	2016	Leitung Logistik
Ressourcenverbrauch und Klimaschutz			
Reduzierung des Papierbedarfs in der internen Logistik um 40 %	• Einführung eines digitalen Kommissioniersystems	2017	Leitung Logistik

WIR PRODUZIEREN SO UMWELTGERECHT WIE MÖGLICH!

Ökologische Druckmaterialien:

Dieser Bericht ist mit mineralölfreien Biofarben auf 100 % Recyclingpapier gedruckt.



Die Treibhausgasemissionen, die durch Herstellung und Verteilung dieser Publikation verursacht werden, kompensieren wir durch die Investition in anerkannte, ökologisch sinnvolle Klimaschutzprojekte.

Klimaneutrale Herstellung:

DBM Druckhaus
Berlin-Mitte GmbH



Klimaneutralisierung des Versands:

Deutsche Post DHL



Das Klimaschutzprogramm von Deutsche Post World Net

Liebe Leserinnen und Leser,

Ihre Meinung ist uns sehr wichtig!

Vielleicht haben Sie ja bei der Lektüre unseres mittlerweile siebten Nachhaltigkeitsberichts die eine oder andere Information vermisst oder haben **Ideen und Anregungen**, wie wir den Bericht in Zukunft verbessern können.

Für **Kritik, Wünsche oder Fragen und gerne auch für Lob** sind wir immer offen und freuen uns auf Ihre Nachricht.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Für das memo Team
Lothar Hartmann (Nachhaltigkeitsmanagement)

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns.

Telefon (+49) 09369 905-226

Telefax (+49) 09369 905-326

E-Mail l.hartmann@memo.de



Diesen **Nachhaltigkeitsbericht** sowie frühere Ausgaben finden Sie auch im Internet zum kostenlosen **Download** unter www.memoworld.de/nachhaltigkeitsbericht.



www.memoworld.de: Die Unternehmensseite der memo AG.

Seit Mitte 2013 hat die memo AG mit memoworld eine eigene Onlineseite, auf der alle Informationen zum Unternehmen verfügbar sind – angefangen bei unserer Geschichte, unserer gesellschaftlichen Verantwortung über das Sortiment bis hin zu Servicebereichen wie Presse, Jobangebote und Informationen für Händler. Auch unsere Partnerschaften und aktuellen Projekte mit Kooperationspartnern werden dort ausführlich beschrieben. Die Seite will jedoch nicht nur informieren, sondern auch eine Hilfestellung für alle Besucher sein, beispielsweise mit einer Übersicht anerkannter Umweltzeichen und Labels. Zusätzlich finden sich auf memoworld alle unsere Zertifizierungen sowie die memo Beschaffungskriterien und unser Verhaltenskodex für Lieferanten und Dienstleister zum Download.

Auch hier freuen wir uns über Ihre Meinung, über Kritik und Lob. Schreiben Sie an: info@memoworld.de.

IMPRESSUM

memo

Herausgeber:
memo AG
Am Biotop 6
97259 Greußenheim

© 2015 memo AG
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.

Redaktion:
Lothar Hartmann
Claudia Silber

Grafik:
Isabell Neumeyer
Steffi Weiß

Litho:
Vogel Druck
Höchberg

Druck:
DBM Druckhaus
Berlin-Mitte GmbH

Fotografie:
Carina Koch
Kitzingen
www.carina-koch.de

Bildnachweis:
© www.fotolia.de

Großer Wandel im Denken und im Tun

„Nachhaltige Entwicklung ist ohne Alternative. Eine nicht nachhaltige Entwicklung ist nicht zukunftsfähig. Darüber herrscht allgemeiner Konsens. Die Bundesregierung, die Landesregierungen und auch das Gros der Bevölkerung werden dem nicht widersprechen. Im alltäglichen Handeln aber schlägt sich diese Einsicht bisher nicht in hinreichendem Maße nieder. Was wir benötigen, ist ein großer Wandel nicht nur im Denken, sondern auch im Tun. So ist etwa nachhaltiger Konsum, sind nachhaltige Mobilität und Fairness im Umgang miteinander in einer globalisierten Welt dringender denn je. Eine Kultur der Nachhaltigkeit wäre eine der Achtsamkeit im Umgang mit der Natur, eine Kultur der Teilhabe in Bezug auf die Frage ‚Wie wollen wir leben?‘ und eine Kultur des gerechten Umgangs mit den heute lebenden Menschen wie mit künftigen Generationen. Das alles setzt ein hohes Maß an Bewusstseinsbildung und (vor)gelebter Verantwortungsübernahme voraus. Ohne Bildung für nachhaltige Entwicklung ist das nicht zu haben. Denn damit gewinnt man jene Kompetenzen, die einem erlauben, eine nachhaltige Welt zu gestalten. Weit mehr als bisher muss die Beschäftigung mit zukünftigen Entwicklungen und müssen die Perspektiven anderer Menschen in anderen Teilen der Welt gekannt werden. Auch müssen der Umgang mit Unsicherheit, Formen der Kooperation miteinander – wie Solidarität in Lernprozessen – zum Thema gemacht werden. Nicht zuletzt ist es wichtig zu wissen, wie ein nachhaltiger Lebensstil praktiziert werden kann.“



Prof. Dr. Gerhard de Haan,
Professor für Zukunfts- und
Bildungsforschung,
Freie Universität Berlin

memo

memo AG
Am Biotop 6
97259 Greußenheim

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

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

