

# „Nachhaltiger Konsum“ - ein zentraler Beitrag zum gesellschaftlichen Wandel

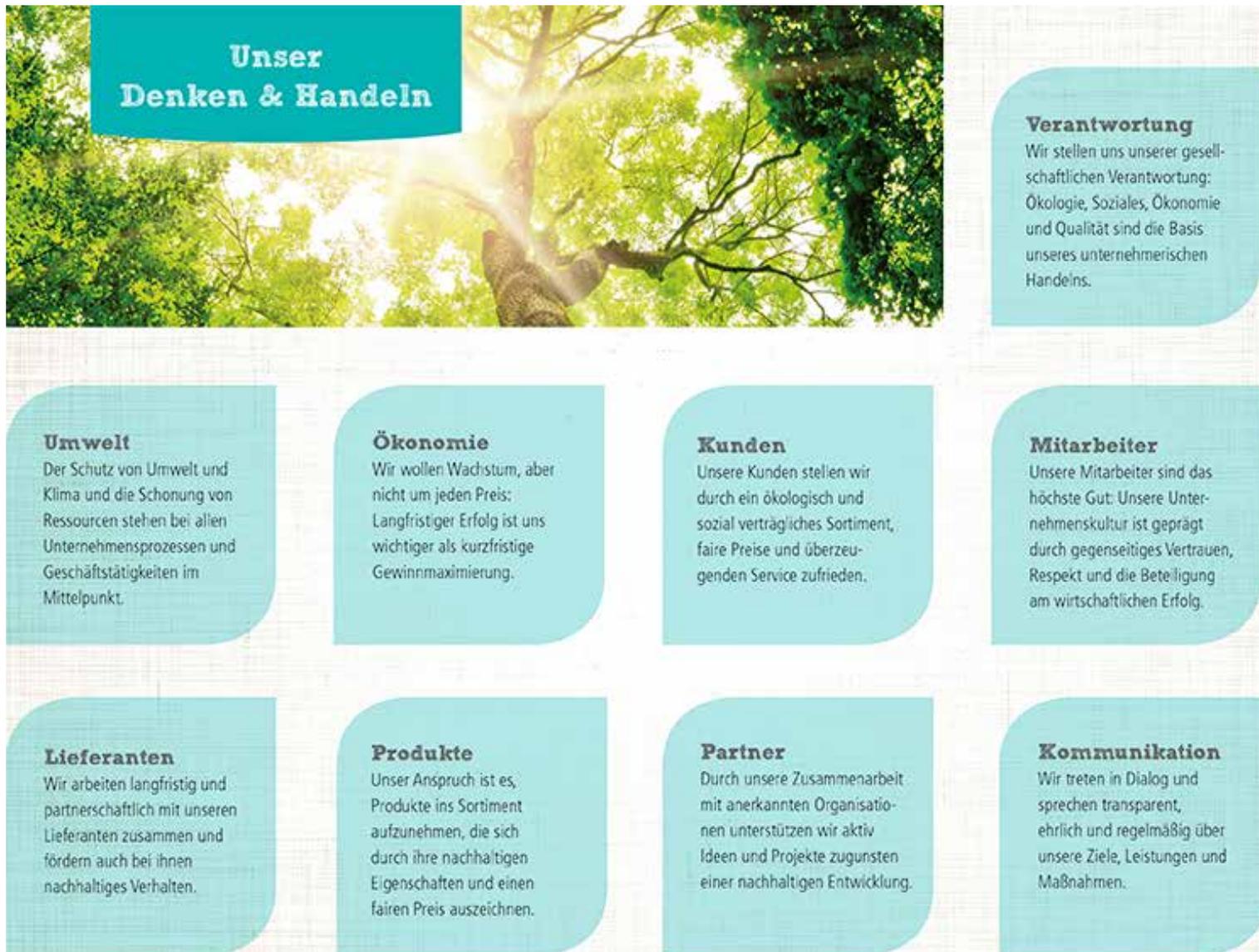


# Daten & Fakten zur memo AG

---

<b>Gründung</b>	1990
<b>Firmensitz</b>	Greußenheim bei Würzburg
<b>Beschäftigte</b>	130
<b>Kunden</b>	ca. 125.000 Kunden
<b>Sortiment</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ca. 18.000 umwelt- und sozialverträgliche Produkte</li><li>• darunter über 1.000 memo Markenprodukte</li></ul>
<b>Vertrieb</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• bundesweiter Vertrieb über Online- und Katalog-Versandhandel an gewerbliche Endverbraucher (<a href="http://www.memo.de">www.memo.de</a>, <a href="http://www.memo-werbeartikel.de">www.memo-werbeartikel.de</a>) und Privatkunden (<a href="http://www.memolife.de">www.memolife.de</a>)</li><li>• bundesweiter Vertrieb der memo Markenprodukte über Wiederverkäufer</li><li>• europaweiter Vertrieb der memo Markenprodukte und weiterer Exklusivprodukte über ein Netz von Distributoren</li></ul>

# Unternehmensphilosophie



# Nachhaltigkeitsstrategie der memo AG



## Kernwertschöpfungsprozesse

z.B. Sortimentsgestaltung, Katalogproduktion, Logistik



## Personalpolitik



## Ressourcenmanagement



## Stakeholderbeziehungen



Ökologie



Ökonomie



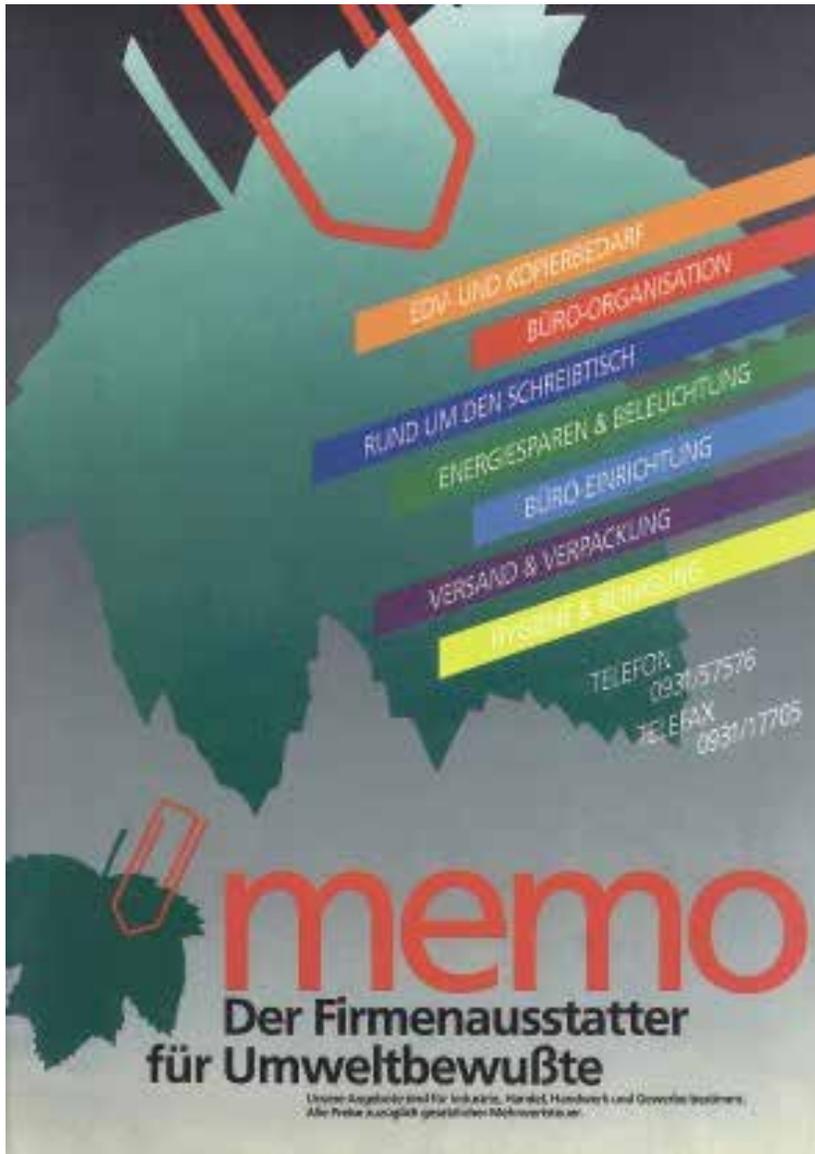
Soziales



Qualität

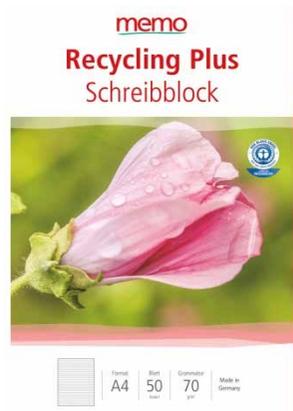
Philosophie der memo AG

# memo Historie: 1990/1998

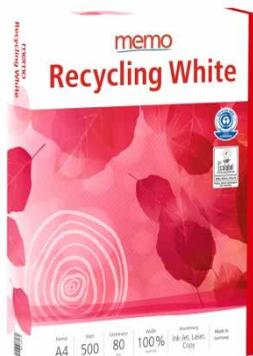


# Kernsortiment der memo AG

---



Büro- und Schulbedarf



**memo** **memo**  
*nachhaltig einkaufen* *nachhaltig werben*



Büromöbel



Werbeartikel

**memo**

# Sortiment für Privatkunden



memolife

memo

# Sortimentsgestaltung

---

## Wichtige Kriterien für die Produktauswahl bei memo:

- Umwelt- und sozialverträgliche Rohstoffe
- Ressourcenschonende und energieeffiziente Herstellung
- Sozialverträgliche Herstellung
- Möglichst kurze Transportwege
- Material und Menge der Verpackung
- Qualität und Langlebigkeit
- Praxistauglichkeit
- Möglichst geringe gesundheitliche Belastung des Benutzers
- Recyclingfähigkeit bzw. problemlose Rückführung in natürliche Kreisläufe
- Marktgerechter Preis

# Sortimentsgestaltung

## Prüfverfahren zur Produktauswahl bei memo:

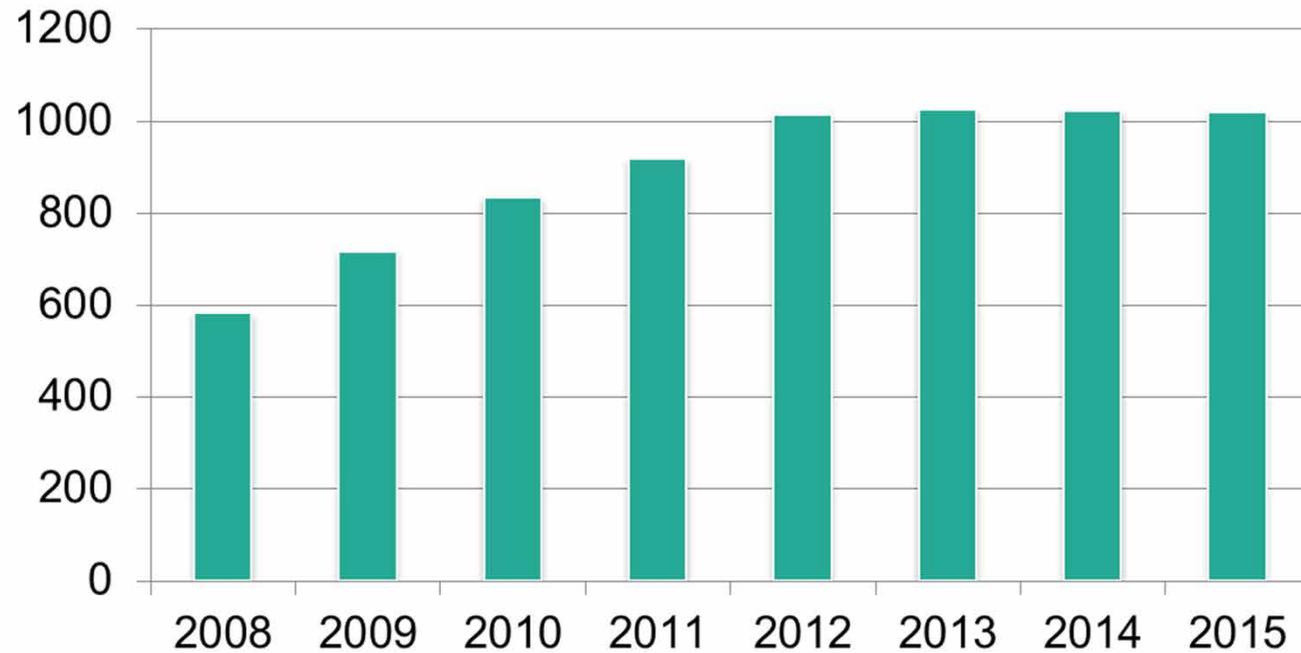
- Verhaltenskodex und Leistungskriterien
- Dokumentenprüfung
- Musterprüfung
- Laborprüfung
- Regelmäßige persönliche Besichtigung der Hersteller
- Zusammenarbeit mit Lieferanten / Händlern / Agenturen
- Zertifizierungen und Umweltzeichen / Labels

Anzahl der Artikel...	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
mit Blauem Engel 	975	996	1054	1153	1191	1160	1345
mit FSC®-Umweltzeichen 	216	720	1101	1149	1344	1476	2427
mit EG-Öko-Label 	52	77	101	107	111	165	276
mit „Fairtrade“-Siegel 	148	220	266	278	216	301	486
mit GOTS 	n.e.	n.e.	298	303	352	1182	1498
mit „Nordic Swan“ 	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	107	152	145

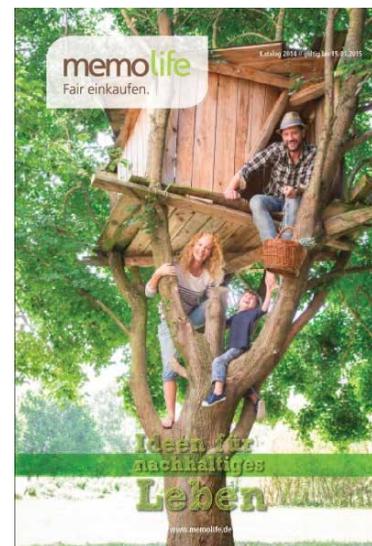
\*Umfang des Sortiments aufgrund memolife ausgebaut

# Sortimentsgestaltung

## memo Markenprodukte im Gesamtsortiment



# Produktion Printmedien



# Versandlogistik



# Nachhaltigkeitsstrategie der memo AG



Kernwertschöpfungsprozesse



Personalpolitik

z.B. Personalstruktur, Arbeitsplätze, Ausbildung



Ressourcenmanagement



Stakeholderbeziehungen



Ökologie



Ökonomie



Soziales



Qualität

Philosophie der  
memo AG

# Die Menschen bei memo

---



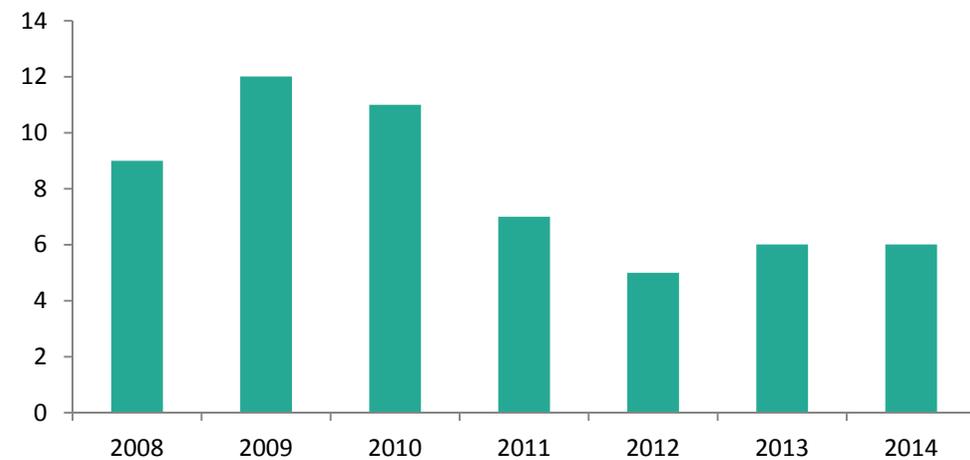
# Arbeitsplatzgestaltung



# Aus- und Weiterbildung



Ausbildungsplätze im Jahresdurchschnitt



# Gesundheitsförderung



# Ferienbetreuung



# Nachhaltigkeitsstrategie der memo AG



Kernwertschöpfungsprozesse



Personalpolitik



Ressourcenmanagement

z.B. Wasserverbrauch, Energieversorgung,  
Wärmegewinnung



Stakeholderbeziehungen



Ökologie



Ökonomie



Soziales



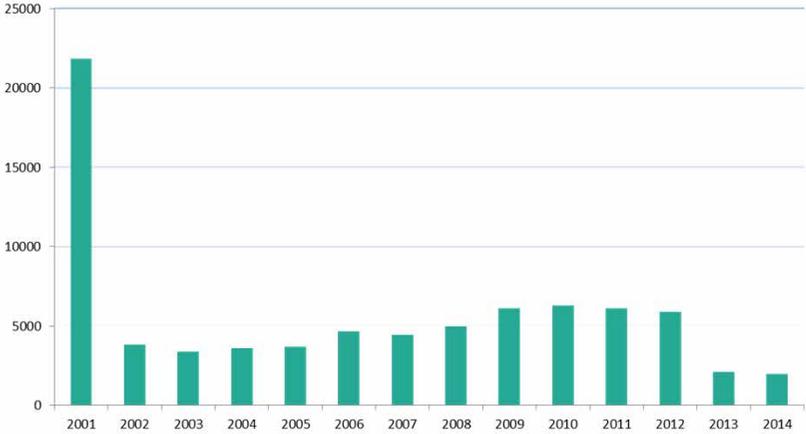
Qualität

Philosophie der  
memo AG

# Ressourcenmanagement



Entwicklung der CO<sub>2</sub>e-Emissionen: Stromverbrauch (kg)



# Nachhaltigkeitsstrategie der memo AG



Kernwertschöpfungsprozesse



Personalpolitik



Ressourcenmanagement



Stakeholderbeziehungen

z.B. Lieferanten, Kunden, Umweltverbände



Ökologie



Ökonomie



Soziales



Qualität

Philosophie der  
memo AG

# CSR - Stakeholderbeziehungen

---

- **B.A.U.M. e.V.**  
(seit 1998)



- **Umweltpakt Bayern**  
(seit 2004)



- **FUU e.V.**  
(seit 1991)



- **future e.V.**  
(seit 2007)



- **Initiative Pro Recyclingpapier**  
(seit 2000)



- **BUND**  
(seit 2007)



- **Forest Stewardship Council**  
(seit 2003)



- **Utopia**  
(seit 2008)



# CSR – Berichterstattung & Auszeichnungen

**memo**

**Nachhaltigkeitsbericht  
2015/16**

„Honesty“ Dank  
wird AT Trade mit  
dem Baum Flag  
angewiesen  
  
Klimaneutral  
erklärt und  
verifiziert

**WIRTSCHAFTSPRÜFERKAMMER**

**DIURIA**  
Deutscher Umwelt Reporting Award  
2005

Die Wirtschaftsprüferkammer zeichnet den Nachhaltigkeitsbericht 2005  
„memo ... nachhaltig gut“ der

**memo AG  
Greußenheim**

als  
**besten Nachhaltigkeitsbericht  
kleiner und mittelständischer Unternehmen**  
im Wettbewerb um die beste Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung

European Sustainability Reporting Awards

**ESRA**

**memo AG**  
ESRA 2005  
Commendation SME Report

iÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2009

Im iÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2009 belegte der Bericht der

**memo AG**  
den  
**1. Platz**

Der Bericht erfüllt in hohem Maße die vom **Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (iÖW)** und von **future e. V. – verantwortung unternehmen** entwickelten Kriterien einer transparenten und glaubwürdigen Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Berlin, 23. November 2009

Thomas Kathan  
Geschäftsführer  
Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung  
GmbH (Gesellschaft)
  
Das Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung  
ist ein gemeinnütziger  
Verein mit dem Zweck  
der Förderung der  
ökologischen  
Wirtschaft.
  
Udo Weiermann  
Geschäftsführer  
future e. V. – verantwortung  
unternehmen
  
future e. V. – verantwortung  
unternehmen  
ist ein gemeinnütziger  
Verein mit dem Zweck  
der Förderung der  
ökologischen  
Wirtschaft.

iÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2011

Im iÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2011 belegte der Bericht der

**memo AG**  
den  
**2. Platz**

Der Bericht erfüllt in hohem Maße die vom **Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (iÖW)** und **future e. V. – verantwortung unternehmen** entwickelten Kriterien einer transparenten und glaubwürdigen Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Berlin, 27. Februar 2012

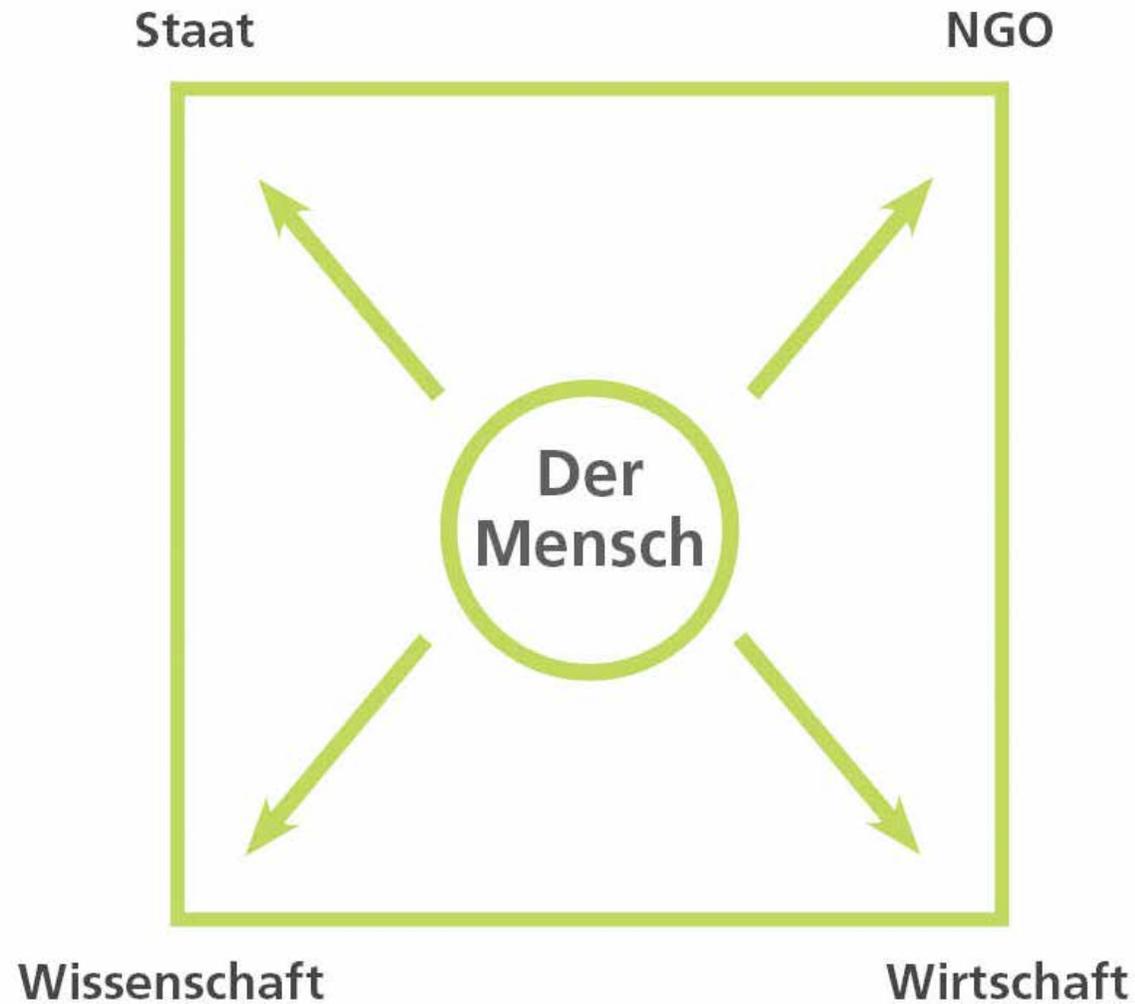
Thomas Kathan  
Geschäftsführer  
Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung  
GmbH (Gesellschaft)
  
Das Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung  
ist ein gemeinnütziger  
Verein mit dem Zweck  
der Förderung der  
ökologischen  
Wirtschaft.
  
Udo Weiermann  
Geschäftsführer  
future e. V. – verantwortung  
unternehmen
  
future e. V. – verantwortung  
unternehmen  
ist ein gemeinnütziger  
Verein mit dem Zweck  
der Förderung der  
ökologischen  
Wirtschaft.

# „Nachhaltiger Konsum“ - ein zentraler Beitrag zum gesellschaftlichen Wandel

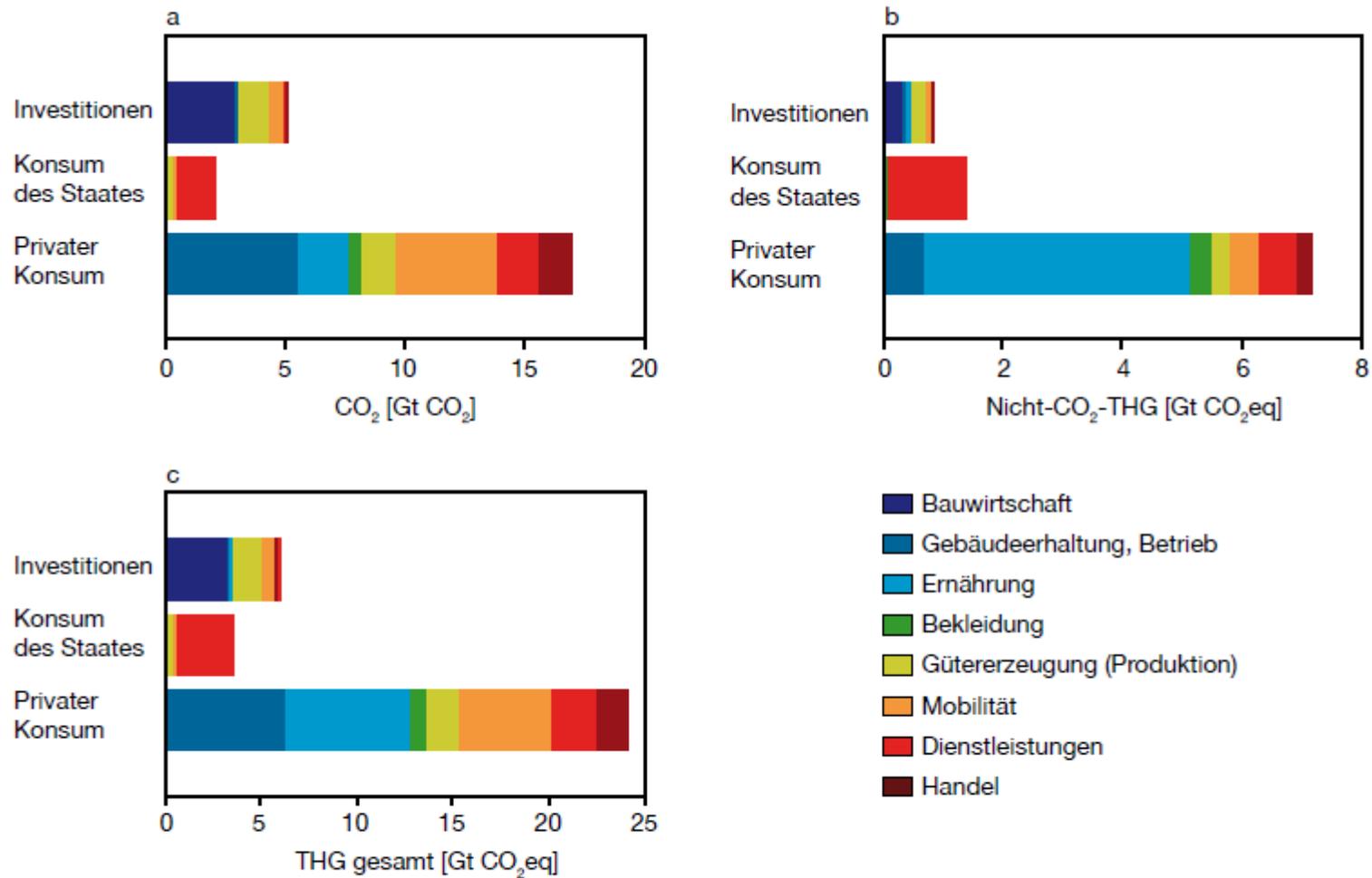


# Wesentliche Entscheidungsträger

---



# Die Bedeutung des Privaten Konsum



**Abbildung 4.3-1**

Treibhausgasfußabdruck verschiedener Konsumfelder im Jahr 2001.

Quelle: Hertwich und Peters, 2009

# Was ist Nachhaltiger Konsum?

---

Nachhaltiger Konsum (auch ökologischer oder ethischer Konsum) ist Teil einer **nachhaltigen Lebensweise und ein Verbraucherverhalten**: Umwelt- und sozialverträglich hergestellte Produkte zu kaufen, kann politischen Einfluss auf globale Problemlagen ausüben, um die ökonomischen, ökologischen und sozialen Kosten zu minimieren

Aus [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

# Zentrale Fragen eines Nachhaltigen Konsums

---

Welche Produkte benötige ich?

Welche Menge eines Produktes benötige ich?

Welchen Zweck soll das Produkt erfüllen?

Verwende ich das Produkt sinnvoll?

Was passiert mit dem Produkt nach dem Gebrauch?

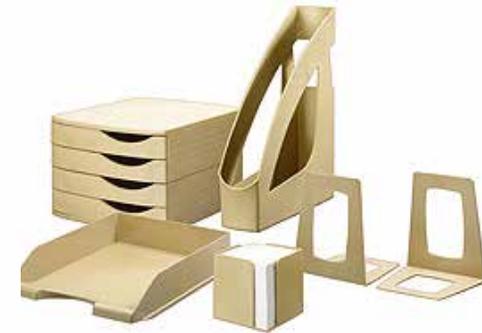
Womit kann, bzw. soll ich beginnen?

Sind nachhaltige Produkte finanziell realisierbar?

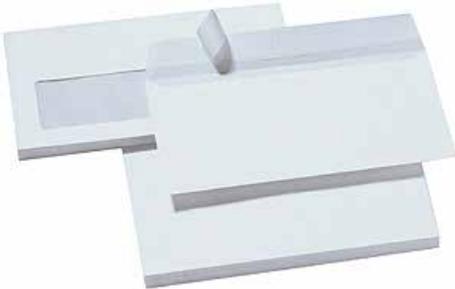
Kann ich mit nachhaltigen Produkten Geld sparen?

# Wie erkenne ich Nachhaltige Produkte?

---



# Nachhaltige Produkte aus Papier



**memo**

# Nachhaltige Textilien



'bio'  
Zertifiziert durch  
IMO CH 100297



**memo**

# Nachhaltige Reinigungsmittel



# Nachhaltige Elektrogeräte



# Nachhaltige Lebensmittel



# Nachhaltige Möbel



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft



memo

# Nachhaltiger Strombezug

---



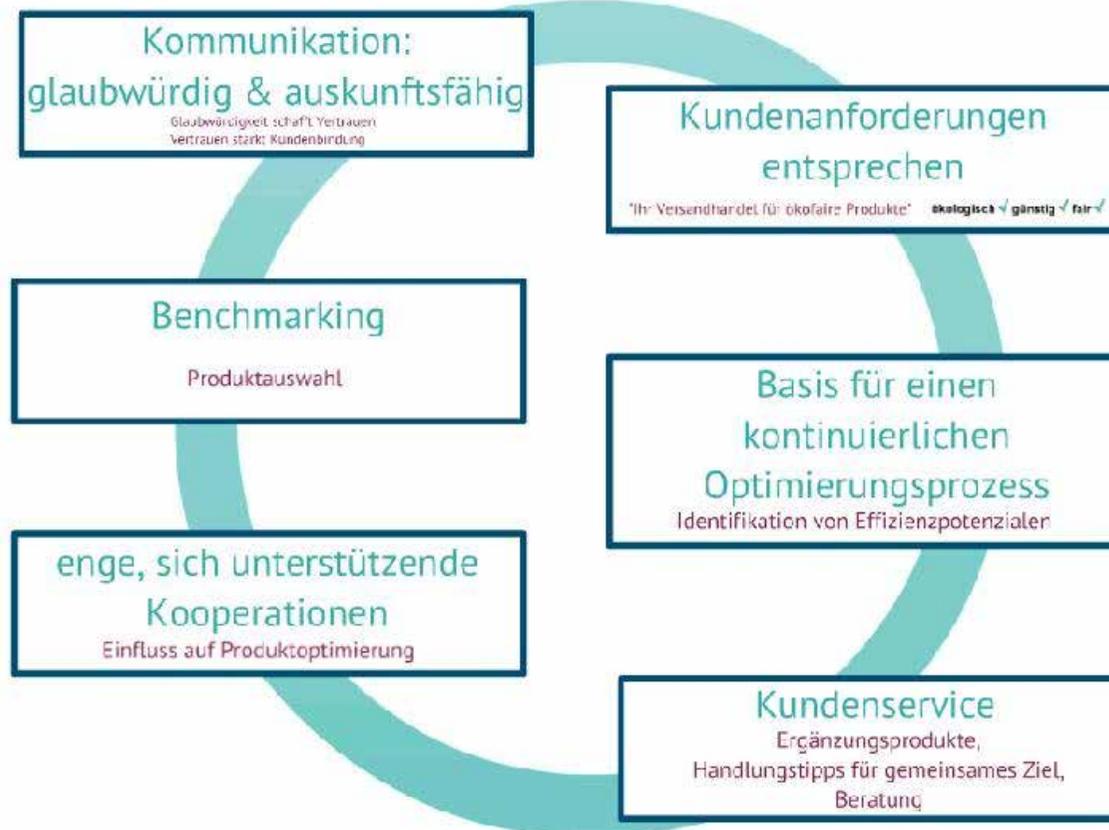
# Nachhaltige Mobilität

---



## Ökobilanz als Chance

Nutzen der Ökobilanz für **memo**  
ÖKO-PAKETE



# Produktvergleiche – sinnvoll?

---



# Gibt es genügend nachhaltige Produkte?



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**Jeden Monat gewinnen**

Feiern Sie mit uns 25 Jahre memo! Jetzt mitmachen und Preise im Gesamtwert von 50.000 € gewinnen:

**Jubel-Gewinnspiel**

**25 Jahre memo**

**Jahresgewinn: Renault ZOE**  
Elektro-Fahrzeug  
Wert 25.000 €



**2x Kaffeevollautomat im Februar**

**3x Gutscheine für Gartenmöbel im März**

**2x Stevens Pedelec im April**

Jeden Monat tolle Preise gewinnen



Direkt zum Gewinnspiel

Die Teilnahmebedingungen und alle Infos zum Gewinnspiel und zu den Jubel-Aktionen finden Sie unter

**[www.memoworld.de/25-jahre](http://www.memoworld.de/25-jahre)**

**memo**

# Kontakt

---

memo AG

Leitung Nachhaltigkeitsmanagement

Lothar Hartmann

Am Biotop 6

97259 Greußenheim

Tel. 09369 905-226

Fax 09369 905-326

E-Mail [l.hartmann@memo.de](mailto:l.hartmann@memo.de)

[www.memoworld.de](http://www.memoworld.de)

[www.memo.de](http://www.memo.de)

[www.memo-werbeartikel.de](http://www.memo-werbeartikel.de)

[www.memolife.de](http://www.memolife.de)