

Die memo AG - Nachhaltigen Produkten gehört die Zukunft!

Die Symbiose von ökologischem und sozialem Engagement mit ehrgeizigen betriebswirtschaftlichen Zielen und qualitativ hochwertigen Produkten: So ließe sich der Leitgedanke von Ulrike Wolf, Helmut Kraiß, Jürgen Schmidt und Thomas Wolf beschreiben, als sie 1990 in Würzburg den Grundstein für die heutige memo AG legten: ein Versandhaus für gewerbliche Kunden mit einem Komplettsortiment an umweltverträglichen Büroartikeln zu marktgerechten Preisen. Inzwischen beliefert memo rund 124.000 Kunden mit mehr als 10.000 nachhaltigen Produkten für Büro, Schule, Haushalt und Freizeit.

Wäre es nicht schön, sich beim Kauf der täglich benötigten Produkte keine Gedanken mehr machen zu müssen, ob diese in ökologischer und sozialer Hinsicht „sauber“ sind, eine langlebige Qualität und zudem ein faires Preis-Leistungsverhältnis bieten? Jedem Verbraucher einen derart sorgenfreien Konsum zu ermöglichen – dieses Ziel verfolgt die memo AG, denn - so lautet die Überzeugung – nachhaltigen Produkten gehört die Zukunft!

Jeder Artikel im memo Sortiment wird vor der Listung nach strengen Umwelt- und Sozialkriterien sorgfältig geprüft – aber auch Gebrauchstauglichkeit und Preis sind ausschlaggebend. Nur so kann erreicht werden, dass Kunden bei memo die jeweils beste Alternative eines Produktbereiches finden. Diesem hohen Anspruch wird das Unternehmen auch in allen anderen Bereichen gerecht: Ob Logistik, Standort- und Personalmanagement, Partnerschaften oder Kooperationen – jede strategische, aber auch jede Einzelmaßnahme im Unternehmen basiert auf den Prinzipien der Nachhaltigkeit.

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

Vom lokalen Großhandel zum europaweit tätigen Markenunternehmen

Anfangs richtete sich der Großhandel und das 1990 darauf begründete Versandhaus nur an Gewerbetreibende – und machte Recyclingprodukte bald auch in den Chefetagen salonfähig. Seit 2004 können auch Privatkunden direkt im Online-Shop oder aus den Katalogen bestellen. Im Jahr 2006 wurde das in Eigenregie entwickelte memo Markensortiment erstmals auf der „BioFach“ in Nürnberg, der Weltleitmesse für ökologische Konsumgüter, präsentiert. Heute sind memo Markenprodukte europaweit direkt oder ausgewählt im deutschen (Bio-)Fachhandel erhältlich.

So hat sich der Versender mit seinem umfassenden Know-how in allen Aspekten der Nachhaltigkeit zu einem europaweit tätigen Marken-Unternehmen gewandelt. Das eigene memo Markensortiment umfasst inzwischen über 1.000 verschiedene Artikel – vom Recycling-Taschentuch über Buntstifte aus zertifizierter Forstwirtschaft, Wasch- und Reinigungsmittel auf Basis von Seifenkraut bis zum T-Shirt aus Bio-Baumwolle mit „Fairtrade“-Siegel.

Konstante Erträge und dynamisches Wachstum

Seit ihrer Gründung schreibt die memo AG kontinuierlich schwarze Zahlen: der beste Beweis, dass eine konsequent nachhaltige Wirtschaftsweise hohe Stabilität und ökonomische Vorteile mit sich bringt. 2012 konnte das Unternehmen

einen Umsatz von 19,3 Mio. Euro erzielen. Der Versandhandel an gewerbliche Kunden hat sich auf einem hohen Niveau konsolidiert, die Dynamik der Umsatzentwicklung wird jedoch zunehmend durch das europaweite Geschäft mit privaten Endverbrauchern geprägt, das sich weiterhin erfreulich entwickelt. Auch beim Absatz über den deutschen (Bio-)Fachhandel kann die memo AG partizipieren und die Präsenz weiter ausbauen.

Das Unternehmen bietet mit seinem Sortiment eine breite Palette an Lösungen, um den drängenden ökologischen Herausforderungen zu begegnen. Umweltverträglichen Produkten soll endgültig der Weg aus der Nische in den Massenmarkt geebnet werden. memo Kunden können zudem darauf vertrauen, dass die guten Preise nicht zu Lasten Schwächerer in der Produktionskette gehen, und dass sie stets ein sorgfältig ausgewähltes, gesundheitlich einwandfreies Produkt erhalten. Die Glaubwürdigkeit, die sich das Unternehmen durch langjährige, konsequente Arbeit erworben hat, ist die beste Basis, um „memo“ in den kommenden Jahren zu einer europaweit führenden Öko-Marke im Non-Food-Bereich zu machen.

Ausgezeichnetes Engagement

Die Leistungen und der Einsatz zugunsten Mensch, Umwelt und Klima der memo AG und ihres Mitbegründers Jürgen Schmidt wurden bereits vielfach ausgezeichnet. Auch die memo Nachhaltigkeitsberichte erhielten bereits viele Preise:

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

Im Jahr 2005 erhält die memo AG den „Deutschen Umwelt Reporting Award“ (DURA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in der Kategorie der kleinen und mittelständischen Betriebe.

Kurz darauf folgt die Auszeichnung mit dem „European Sustainability Reporting Award“ (ESRA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in Europa.

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

Der Nachhaltigkeitsbericht 2009/10 des Unternehmens belegt kurz darauf im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittelständische Unternehmen den 1. Platz - durchgeführt von future e.V. und IÖW.

Im Jahr des 20-jährigen Geburtstags des Unternehmens erhält Jürgen Schmidt am 30. Oktober 2011 den Deutschen Umweltpreis von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU): „Er ist ein Trendsetter der Nachhaltigkeit: ökologisch und ethisch überzeugt und mit ehrgeizigen wirtschaftlichen Zielen trifft er seine unternehmerischen Entscheidungen.“

Im Februar 2012 zeichnen future e.V. und IÖW den memo Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittlere Unternehmen mit dem 2. Platz aus.

Der erstmalig ausgelobte Nachhaltigkeitspreis Mainfranken in der Kategorie „51-250 Mitarbeiter“ geht 2012 an die memo AG als Arbeitgeber, der nachhaltiges Wirtschaften in der Region vorbildlich vorlebt.

Zuletzt belegte die memo AG 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. Die Gesundheit der rund 120 Mitarbeiter wird systematisch durch ein betriebliches Gesundheitsmanagement gefördert, bei dem durch Mitarbeiterbefragungen, die Zusammenarbeit mit Krankenkassen, dem Betriebsarzt und Experten laufend Möglichkeiten zur Förderung der Gesundheit und der Zufriedenheit der Mitarbeiter ermittelt werden.

Quelle: <http://www.memoworld.de>

Chronologie

- 1989 Jürgen Schmidt, Initiator und Mitbegründer der memo AG, beliefert Bio- und Schreibwarenläden in Nordbayern mit Recycling-, Schul- und Papeterieartikeln aus "Umweltschutzpapier". Zusammen mit drei Freunden – Ulrike Wolf, Helmut Kraiß und Thomas Wolf, die noch heute im Vorstand der memo AG tätig sind – wird die Recover GmbH gegründet. Die Idee: Ein Versandhandel für gewerbliche Kunden mit einem Komplettsortiment an umweltverträglichen Büroartikeln und Schreibwaren, die nicht teurer sind als konventionelle Produkte. Ein Jahr später wird aus der Recover GmbH das Versandunternehmen an gewerbliche Kunden "memo – der Firmenausstatter für Umweltbewusste".
- 1990/91 Mit einer Auflage von 10.000 Stück geht der erste 40-seitige memo-Katalog in Druck.
- 1992 memo entwickelt die "Wertstoff-Box", ein spezielles Rücknahmesystem, das dem Kunden die bequeme Sammlung und kostengünstige Rücksendung von Pfandprodukten, verwertbaren Tonermodulen, Inkjet-Druckköpfen und verbrauchten Produkten ermöglicht.
- 1995 memo bezieht das eigene Firmengebäude ca. 15 km westlich von Würzburg, geplant und gebaut nach gesundheits- und umweltverträglichen Kriterien.
- 1999 memo wird von einer GmbH in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Jeder fest angestellte Mitarbeiter kann über ein innovatives Beteiligungsmodell Anteile am Unternehmen halten.
- 2000 Die memo AG wird als eines der ersten deutschen Unternehmen nach DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert.
- 2004 Aufgrund der immer größer werdenden Zahl von privaten Interessenten erscheint im Herbst 2004 erstmals ein 50-seitiger Katalog mit ausgesuchten Angeboten für Endverbraucher.
- 2005 Als erster deutscher Groß- und Einzelhändler wird die memo AG nach den Kriterien des FSC zertifiziert (GFA-COC-001238).
- 2006 Als einer der ersten Versender verschickt memo mit dem „Grünen Paket“ des Logistikpartners DHL alle Pakete klimaneutral: Die beim Transport der Ware entstehenden Treibhausgas-Emissionen werden berechnet und durch die Förderung internationaler Umweltschutzprojekte ausgeglichen.

- 2009 Anfang 2009 wird die „memo Box“, das eigene Mehrweg-Versandsystem, eingeführt.
- 2012 Da sich der Bestand der beliebten gelben Behälter im Laufe der Jahre immer weiter reduziert hat, werden neue "memo Boxen" angeschafft, die ab sofort – passend zur Ausrichtung der memo AG – in frischem Grün erstrahlen.
- 2013 Das Unternehmen launcht einen neuen Onlineauftritt: Aus der Internetseite für memo Markenprodukte und Händler memoworld.com wird die Unternehmensseite memoworld.de.

Kontakt:

memo AG
Leitung Unternehmenskommunikation
Claudia Silber
Am Biotop 6
97259 Greußenheim

Tel. +49 9369 905-197
Fax +49 9369 905-397
E-Mail: c.silber@memo.de
www.memo.de
www.memo-werbeartikel.de
www.memoworld.de