



Firmenportrait memo AG (Stand: April 2015)

Nachhaltigen Produkten gehört die Zukunft!

Die memo AG beweist erfolgreich Vereinbarkeit von Ökologie, sozialer Verträglichkeit, Ökonomie und Qualität

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

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

Vom lokalen Großhandel zum europaweit tätigen Markenunternehmen

Anfangs richtete sich der Großhandel und das 1989 darauf begründete Versandhaus nur an Gewerbetreibende – und machte Recyclingprodukte bald auch in den Chefetagen salonfähig. Seit 2004 werden auch Privatkunden beliefert, für die im Jahr 2015 mit memolife ein eigener Vertriebskanal mit einer eigenen Online-Plattform eingerichtet wurde und ein speziell für den privaten Konsum konzipierter Katalog erschienen ist. Ein Onlineshop und Katalog speziell für Werbeartikel für gewerbliche Endverbraucher ergänzen die mittlerweile drei Vertriebskanäle der memo AG.

Der Versender hat sich mit seinem umfassenden Know-how in allen Aspekten der Nachhaltigkeit zu einem europaweit tätigen Marken-Unternehmen entwickelt. Das in Eigenregie entwickelte memo Markensortiment wurde erstmals 2006 auf der „BioFach“, der Weltleitmesse für ökologische Konsumgüter, in Nürnberg präsentiert. Heute sind memo Markenprodukte direkt, ausgewählt im deutschen (Bio-)Fachhandel und europaweit über ein Netz von Distributoren erhältlich. Inzwischen tragen über 1.000 verschiedene Artikel den Namen memo – vom Recycling-Taschentuch über Buntstifte aus nachhaltiger Forstwirtschaft, Wasch- und Reinigungsmittel auf Basis von Seifenkraut bis zum T-Shirt aus Bio-Baumwolle, das nach GOTS und Fairtrade zertifiziert ist.

Langfristiger Erfolg durch moderates Wachstum

Seit ihrer Gründung schreibt die memo AG kontinuierlich schwarze Zahlen: der beste Beweis, dass eine konsequent nachhaltige Wirtschaftsweise hohe Stabilität, ökonomische Vorteile und damit langfristigen Erfolg mit sich bringt. 2014 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 19,1 Mio. Euro. Der Versandhandel an gewerbliche Kunden bleibt das Kerngeschäft der memo AG und hat sich auf einem hohen Niveau konsolidiert. Zunehmend erfolversprechend ist das Geschäft mit privaten Endverbrauchern, die bewussten und nachhaltigen Konsum mehr und mehr für sich entdecken.

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 fairen Preise nicht zu Lasten Schwächerer in der Produktionskette gehen und dass sie stets ein sorgfältig ausgewähltes, gesundheitlich einwandfreies Produkt erhalten. Die Glaubwürdigkeit, die sich das Unternehmen durch langjährige, konsequente Arbeit erworben hat, ist die beste Basis, um memo in den kommenden Jahren zu einer europaweit führenden, nachhaltigen Marke im Non-Food-Bereich zu machen.

Ausgezeichnetes Engagement

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

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

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

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

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

2009 erhält die memo AG den Deutschen Nachhaltigkeitspreis als „Deutschlands recyclingpapierfreundlichstes Unternehmen“ 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.

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

Im Jahr des 20-jährigen 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.“

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

Platz aus.

Nur einen Monat später erhält die memo AG vom WWF die Auszeichnung als „Best Practice“-Unternehmen aufgrund ihres verantwortungsvollen Umgangs mit den Ressourcen Holz und Papier. Im November 2012 wird die memo AG innerhalb von nur wenigen Tagen mit gleich zwei Nachhaltigkeitspreisen ausgezeichnet:

Als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit erhält das Unternehmen den Utopia Award als "Changemaker des Jahres 2012".

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

2013 belegt das Unternehmen den 1. Platz des „Alternativen Gesundheitspreises“ 2012 der BKK advita. Mit 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.

Pressekontakt:

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