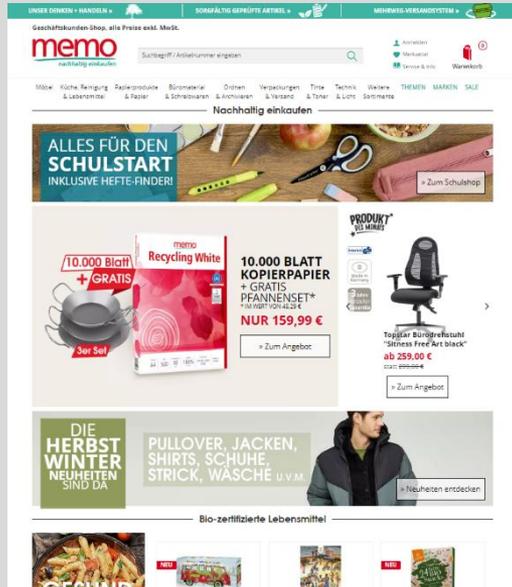


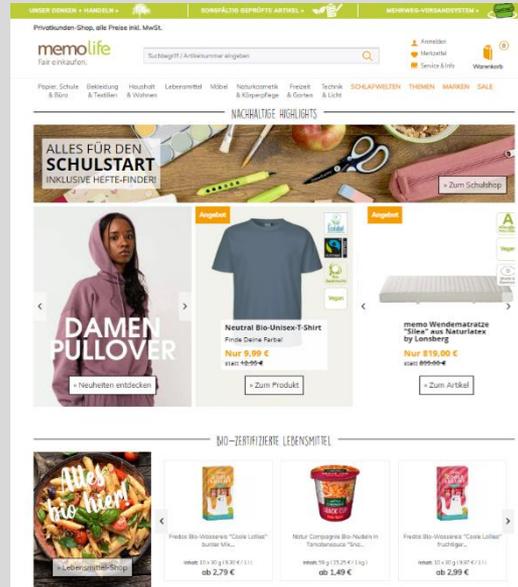
# Nachhaltigkeitsbericht der memo AG



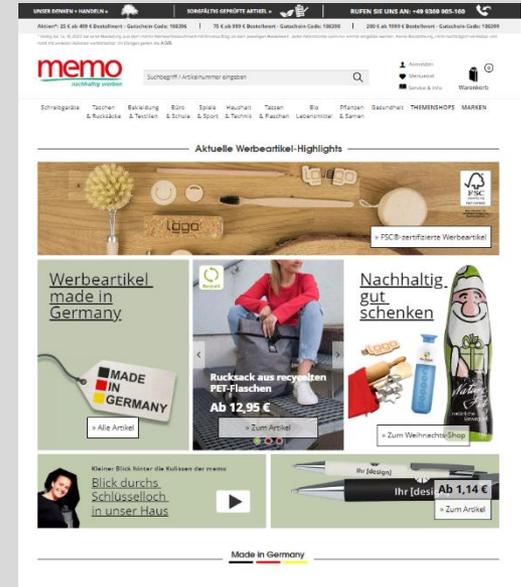
# Versandhandel für nachhaltige Produkte



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



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



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

## Sortiment:

- ca. 20.000 umwelt- und sozialverträgliche Produkte
- darunter etwa 1.000 memo Markenprodukte

## Vertrieb:

- bundesweiter Vertrieb über Online- und Katalog Versandhandel an gewerbliche Endverbraucher und Privatkunden



## Gründung

1990

## Firmensitz

Greußenheim bei Würzburg

## Mitarbeitende

147



## Unternehmenszweck

Wir wollen **verantwortungsvollen Konsum** ermöglichen,  
für alle – immer und überall.

## Unsere Vision

Mit **unserem Handeln** sorgen wir für eine **gesunde**  
und **intakte Zukunft** der Erde.

## Unsere Mission

Im Jahr **2030** kennen alle Menschen in Deutschland, die  
**nachhaltig leben** möchten, die **memo AG**.

# Nachhaltigkeit als Geschäftsmodell

Produkte



Ressourcen



Prozesse



Menschen





- memo AG ist ein Unternehmen mit einem nachhaltigen Geschäftsmodell



- Transparenz



- Glaubwürdigkeit



- (CSR-Berichtspflicht)



- Kund\*innen



- Mitarbeitende



- Verbände, Institutionen, Wissenschaft



- Alle weiteren Interessensgruppen



- Umfang: 76 Seiten
- Druckauflage: 5.000 Exemplare
- Gedruckt bei Umweltdruckerei Lokay mit 100 % Ökostrom
- 100 % Recyclingpapier mit Blauem Engel
- Mineralölfreie Farbe auf Pflanzenölbasis, Cradle2Cradle-zertifiziert
- Klimaneutrale Herstellung
- Ausgezeichnet mit dem Blauen Engel
- Download: [www.memoworld.de/nachhaltigkeitsbericht](http://www.memoworld.de/nachhaltigkeitsbericht)



# Die elementaren Aspekte



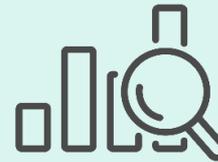
- Entscheidung



- Durchführung



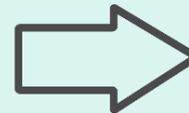
- Managementsystem



- Marketing



- Planung



- Kontinuität



- Nutzen der Nachhaltigkeitsberichterstattung



- Definition der relevanten Interessensgruppen



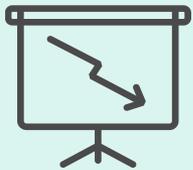
- Grünes Licht der Geschäftsführung



- Definition eines finanziellen Etats



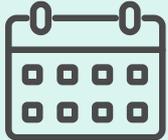
- Basis für die Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts



- Generiert die **wesentlichen** Nachhaltigkeitsleistungen



- Liefert Kennzahlen



- Geplanter Erscheinungstermin



- Definition und Information der beteiligten Stellen



- Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung  
(z.B. IÖW/Future, DNK, GRI)



- Inhaltliche Gliederung



- Wesentliche Themen



- Gesamtumfang und Umfang der einzelnen Themen

C



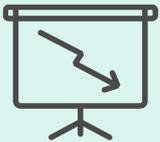
- Gestaltung und Layout



- Erstellung der Berichtsinhalte



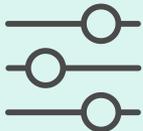
- Text



- Kennzahlen c



- Bildmaterial



- Ausgewogenheit zwischen Text, Bild und Grafik



- Stellungnahme der Geschäftsführung



- Titel und Rückseite

C



- Review



- Druck



- Bewerbung des Berichts in allen verfügbaren On- und Offline-Medien



- Pressemitteilung



- Für alle Mitarbeitenden mindestens ein Exemplar



- Verteilung an Lieferanten, Stakeholder und Kooperationspartner

# Gemeinsam feiern!





- Fehlende Unterstützung der Geschäftsführung



- Fehlende Unterstützung der Bereichsverantwortlichen



- Fehlendes Interesse der Mitarbeitenden



- Personelle und zeitliche Kapazitäten in KMUs



ALLES  
AUF  
ANFANG



- Standardisierte Berichterstattungspflicht versus Nachhaltigkeitsberichterstattung für Kunden und Mitarbeitende ?



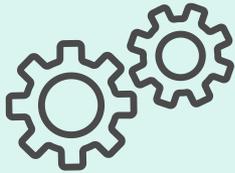
- Umfang und Intervall ?



- Online und/oder Print ?



- Integration in den Geschäftsbericht ?



- Standardisierung und Maschinenlesbarkeit ?

C



- Externe Prüfung ?

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**memo**  
nachhaltig einkaufen

