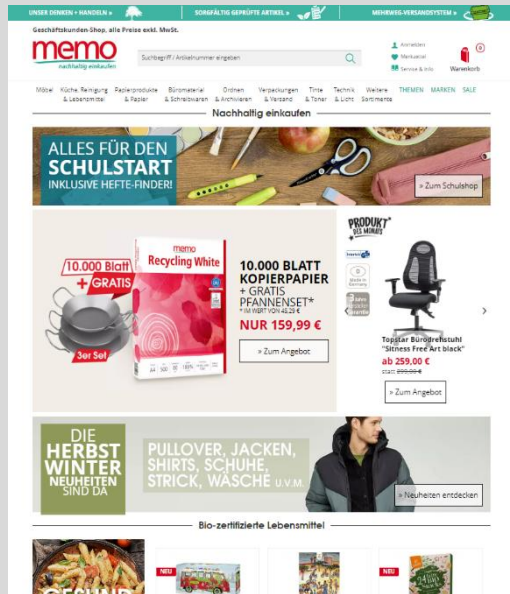


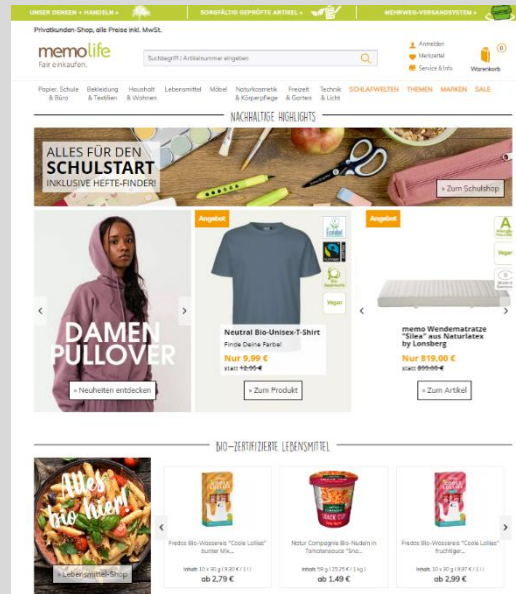
Nachhaltigkeitsbericht der memo AG



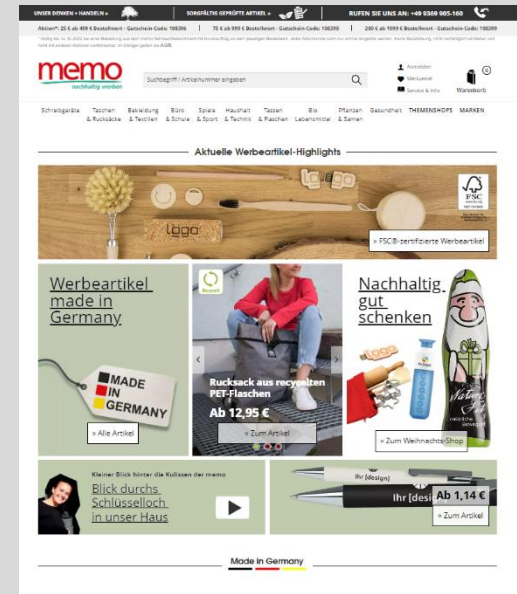
Versandhandel für nachhaltige Produkte



www.memo.de



www.memolife.de



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



Die elementaren Aspekte



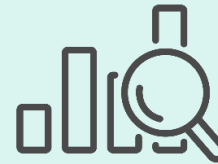
- Entscheidung



- Durchführung



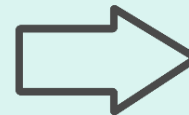
- Managementsystem



- Marketing



- Planung



- Kontinuität



- Nutzen der Nachhaltigkeitsberichterstattung



- Definition der relevanten Interessensgruppen



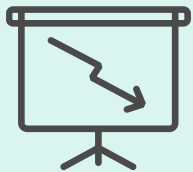
- Grünes Licht der Geschäftsführung



- Definition eines finanziellen Etats



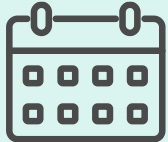
- Basis für die Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts



- 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



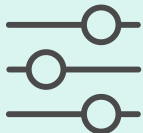
- Text



- 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 ?



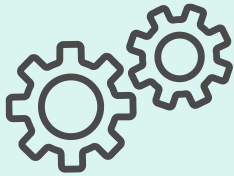
- Umfang und Intervall ?



- Online und/oder Print ?



- Integration in den Geschäftsbericht ?



- Standardisierung und Maschinenlesbarkeit ?

C



- Externe Prüfung ?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

memo
nachhaltig einkaufen

