

29. September 2011, Nr. 105/2011

„Ein leuchtendes Beispiel nachhaltigen Unternehmertums“

Deutscher Umweltpreis 2011: Einzelwürdigung Jürgen Schmidt, memo AG

Greußenheim. „Jürgen Schmidt ist ein Trendsetter der Nachhaltigkeit: ökologisch und ethisch überzeugt und mit ehrgeizigen wirtschaftlichen Zielen trifft er seine unternehmerischen Entscheidungen. Ob Sortimentsgestaltung, Logistik, Standort- oder Personalmanagement: Bei der memo AG stehen Umwelt, Soziales und Ökonomie gleichberechtigt nebeneinander. Schmidt hat eine vorbildliche Aufbauleistung vollbracht, die für eine deutliche Steigerung der Umweltverträglichkeit von Alltagsprodukten und einen alltagstauglichen und massenfähigen Ressourcenschutz steht.“ – Mit diesen Worten würdigte heute Dr.-Ing. E. h, Fritz Brickwedde, Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU), die Verleihung des Deutschen Umweltpreises 2011 der DBU an den Gesellschafter, Mitbegründer und Vorstandssprecher der memo AG (Greußenheim), Jürgen Schmidt (48). Bundespräsident Christian Wulff wird ihm den höchstdotierten Umweltpreis Europas am 30. Oktober in Stuttgart überreichen. Sein Preisgeld: 250.000 Euro.

Das ganzheitliche Konzept des klimaneutralen Versandhauses von ökologischen Produkten für Büro, Schule, Haushalt und Freizeit einschließlich Logistik und Vertrieb sowie eine sozialverantwortliche und transparente Unternehmensstruktur seien ein sehr besonderer Ansatz, der der Persönlichkeit von Schmidt und seinem Team zu verdanken sei, erläuterte Brickwedde. Die Transparenz ermögliche es Mitbewerbern grundsätzlich, das Unternehmenskonzept nachzuahmen: „Die memo AG hat Modellcharakter. Sie zeigt, dass nachhaltiges Wirtschaften sehr erfolgreich sein kann und nicht allein auf technologischen Innovationen beruhen muss. Das Warensortiment des klimaneutralen Versandhauses, das nach ökologischen, ökonomischen und sozialen Kriterien zusammengestellt wird, regt nachhaltige Kaufentscheidungen von Konsumenten an und sorgt damit sehr konsequent für die dringend notwendige Änderung des Blickwinkels auf wirtschaftliches Verbraucherverhalten“, stellte der DBU-Generalsekretär fest.

Zudem sei die memo AG nicht nur Vorbild für andere Unternehmen: Die Firma trage bei gutem Preis-Leistungs-Verhältnis dazu bei, mit attraktiven Produkten Nachhaltigkeit „alltagstauglich und massenfähig“ zu machen. Das Sortiment sei konsequent nach strengen

Ansprechpartner
Franz-Georg Elpers
- Pressesprecher -
Johannes Graupner
Eva Ziebarth
Anneliese Grabara

Kontakt DBU:
An der Bornau 2
49090 Osnabrück
Telefon: 0541|9633521
Telefax: 0541|9633198
presse@dbu.de
www.dbu.de

Regeln unter dem Slogan „ökologisch, günstig, fair“ zusammengestellt und nehme daher den Kunden auch die aufwändige Recherche ab. Das erleichtere die tagtägliche Entscheidung für ökologisch und sozial einwandfreie Alternativen. Die Kunden würden durch ausführliche und informative Produkttexte zu allen Artikeln im Sortiment über das komplexe Thema Nachhaltigkeit informiert. Weil besonders beim alltäglichen Einkauf von Büro- und Haushaltsartikeln relativ viele Menschen erreicht werden könnten, sei durch den memo-Katalog für einen hervorragenden Multiplikationseffekt nachhaltiger Ideen gesorgt. „Insgesamt bildet die memo AG als Handelsunternehmen eine wichtige Schnittstelle zwischen Herstellern, Lieferanten und Kunden und trägt so entscheidend zur Verbesserung der Nachhaltigkeit in der Produktion sowie zur zukunftsorientierten Konsumentenscheidung im Alltag bei“, fasste Brickwedde zusammen.

Beeindruckend sei die Konsequenz, mit der memo das Nachhaltigkeitsprinzip anwende. Geprüft werde die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit der Produkte während der gesamten Wertschöpfungskette – von der Rohstoffgewinnung über das Herstellungsverfahren, den Vertrieb und Gebrauch bis zum Recycling beziehungsweise der Entsorgung. Bestehe ein Produkt diese strenge Prüfung nicht, werde es nicht in das Sortiment aufgenommen. Gebe es für nachgefragte Ware keinen geeigneten Lieferanten, greife memo selbst in die Produktentwicklung ein: Über 750 hauseigene nachhaltige Produkte existierten bereits, zeigte sich Brickwedde beeindruckt.

Gerade erst seien zwei memo-Wasch- und -Reinigungsmittel neu ins Sortiment aufgenommen worden, bei denen konsequent auf allerhöchste Verträglichkeit für Mensch und Umwelt geachtet worden sei. Alle Inhaltsstoffe seien natürlich, Palmöl werde nicht verwendet. Sie seien tierversuchsfrei und enthielten keine tierischen Inhaltsstoffe. Und mit einem indischen Partner sei für ein T-Shirt eine Lebenszyklusanalyse erstellt worden, bei der unter anderem die Wirkung der Produktion auf den Klimawandel und der Wasserverbrauch erfasst worden sei. Verschiedene Zertifikate, darunter auch das relativ neue des „Global Organic Textile Standard“ (GOTS), belegten den hohen Ökostandard des Produkts. Sortimentsgestaltungs- und -optimierungsprozesse, die auch unter „Fairtrade“-Aspekten durchgeführt werden, sollten durch solche Analysen zukünftig insbesondere für memo-Markenprodukte regelmäßig durchgeführt werden.

Ebenso seien das Firmengebäude und die Fahrzeugflotte nach nachhaltigen Gesichtspunkten konzipiert und zusammengestellt worden. Und auch vorbildliche Personalstrukturen wie flache Hierarchien, dialogorientierte Unternehmenskultur und Mitarbeiterbeteiligung zeigten einen sehr positiven Effekt: Es gebe nur eine geringe Personalfluktuation und sehr wenige Krankheitstage.

Lead **1.000** Zeichen mit Leerzeichen

Resttext **4.038** Zeichen mit Leerzeichen

Fotos nach IPTC-Standard zur kostenfreien Veröffentlichung unter www.dbu.de