



Für ein nachhaltiges Leben: memolife

Neuer Onlineshop und Katalog der memo AG für Privatkunden

www.memolife.de

Die memo AG, der Pionier unter den Versandhändlern mit nachhaltigem Sortiment, präsentiert mit memolife einen komplett neuen Auftritt und ein neues Konzept für Privatkunden. Unter www.memolife.de finden private Endverbraucher ab sofort ein umfangreiches Sortiment, das ihnen viele Ideen, Aktionen und Angebote für ein nachhaltiges und bewusstes Leben liefert. Zur Auswahl stehen insgesamt neun Rubriken mit nachhaltigen Produkten für den Alltag, für zu Hause und für die Freizeit. memolife unterscheidet sich visuell bewusst vom bisher eher nüchternen Auftritt durch ein neues Logo, neue Farben, eine moderne Gestaltung und durch eine sympathische Ansprache.

Ergänzt wird der neue Shop durch einen grundlegend überarbeiteten Katalog, der auf 250 Seiten die ganze Welt von memolife präsentiert.

Neues Sortiment für Privatkunden

Private Endverbraucher werden seit dem Jahr 2004 von memo beliefert. Seitdem kaufen Privat- und Gewerbekunden über eine Adresse - www.memo.de - online ein. Auch der Katalog für Privatkunden unterschied sich bisher nur marginal von dem für Gewerbekunden und das Sortiment war für beide Kundengruppen annähernd gleich. Das hat die memo AG nun geändert: Das Sortiment für Privatkunden wurde konzeptionell komplett überarbeitet, an einigen Stellen gestrafft - beispielsweise im Bereich Bürobedarf - und um neue Produkte und Produktbereiche speziell für den privaten Bedarf ergänzt. Hinzugekommen sind beispielsweise Naturkosmetik, Wohnaccessoires und -möbel sowie Tiernahrung.

Das memolife Sortiment besteht zum Start aus rund 7.000 Produkten - ca. 1.500 davon sind Neuheiten. Rund 3.000 Artikel aus dem memolife Sortiment sind mit anerkannten und unabhängigen Umweltzeichen und Labels ausgezeichnet, beispielsweise dem "Blauen Engel", FSC, Bio oder dem Fairtrade-Label.

Veränderte Ansprüche von Privatkunden

Uwe Johännngen, Gesamtleiter Marketing der memo AG, ist sehr zufrieden mit dem Ergebnis. "Gerade der private Konsument hat ganz andere Wünsche und Bedürfnisse hinsichtlich des Produktsortiments und der persönlichen Kundenansprache als der Gewerbekunde," erklärt er. "Deshalb haben wir in house ein ganz neues und vom bisherigen eher nüchternen Auftritt komplett abweichendes, emotionales Konzept entwickelt. Unsere Privatkunden können sich natürlich sicher sein, sorgfältig geprüfte, nachhaltige Produkte zu erhalten." Das Angebot von memolife richtet sich an Menschen, denen ein gesunder, nachhaltiger und bewusster Lebensstil wichtig ist.

Alleinstellungsmerkmal Nachhaltigkeit

Obwohl memo seit jeher alle nachhaltigen Produktmerkmale ausführlich an seine Kunden kommuniziert, bietet der memolife Onlineshop im deutschsprachigen Raum ein Alleinstellungsmerkmal: Die Dichte umweltrelevanter Produktmerkmale wird von keinem anderen Shop in diesem Umfang angeboten. Mit nur wenigen Klicks finden Kunden in Zukunft alle verfügbaren und relevanten Informationen zu einem Produkt: Produktbeschreibung, Produktdaten, ökologische und/oder soziale Vorteile sowie Kundenbewertungen. Ein wichtiger Wegweiser sind dabei die oben genannten Umweltzeichen und Labels.

Selbstverständlich können Kunden, die ab sofort bei memolife einkaufen, auch in Zukunft von den nachhaltigen Leistungen und Maßnahmen der memo AG profitieren, beispielsweise von der "memo Box". Die bestellte Ware wird dabei ohne Aufpreis im Mehrweg-Versandsystem anstatt in einem Versandkarton verschickt. Das vermeidet Abfall und schont wertvolle Ressourcen, weshalb das System 2014 auch mit dem "Blauen Engel" ausgezeichnet wurde.

Noch mehr Service

Um die Orientierung und Suche für den Kunden zu erleichtern, hat memo zusätzlich eigene Symbole entwickelt, die selbsterklärend die Vorteile und Eigenschaften eines Produkts zeigen. Auf einen Blick ist zu erkennen, ob ein Artikel zum Beispiel aus Recyclingmaterial hergestellt oder für Veganer geeignet ist.

Da mittlerweile über 70 % aller Onlinekäufer Kundenbewertungen lesen und diesen vertrauen, werden auch bei memolife Bewertungen von Kunden bei den einzelnen Artikeln angezeigt. Die memo AG hat sich dabei für eKomi als Dienstleister entschieden.

Weiterhin stehen bei dem neuen memolife Shop vor allem eine einfache und verständliche Bedienbarkeit, hoher Service und große Zuverlässigkeit im Mittelpunkt. Neben dem Kauf auf Rechnung, Bankeinzug, Vorkasse und Nachnahme kommen mit Master und Visa Card, PayPal sowie Sofortüberweisung neue und bequeme Zahlungsfunktionen hinzu. Neukunden müssen sich nicht mehr registrieren, wenn sie auf memolife einkaufen möchten: Ein Gastzugang macht das möglich.

Eine Besonderheit, die es bisher nur für Gewerbekunden gab, wird nun auch Privatkunden angeboten: Eine Bestellung kann in Zukunft auch aufgeteilt und an mehrere Lieferadressen gesendet werden.

Pressekontakt

memo AG

Frau Claudia Silber
Am Biotop 6
97259 Greußenheim

memoworld.de
c.silber@memo.de

Firmenkontakt

memo AG

Frau Claudia Silber
Am Biotop 6

97259 Greußenheim

memoworld.de
c.silber@memo.de

Als Versandhandel präsentiert die memo AG ihr Sortiment über drei Onlineshops und verschiedene Printmedien. Mit Bürobedarf und -möbeln, Werbeartikeln sowie Produkten für Schule, Haushalt, Freizeit und Wohnen werden Unternehmen und Organisationen sowie Privatkunden gleichermaßen angesprochen. Alle über 15.000 Artikel sind gezielt nach ökologischen und sozialen sowie nach ökonomischen und qualitativen Kriterien ausgewählt. Viele davon - vor allem die über 1.000 memo Markenprodukte - tragen anerkannte Umweltzeichen und Labels, wie beispielsweise den "Blauen Engel". Doch nicht nur beim Sortiment, sondern auch in allen anderen Geschäftsbereichen verfolgt und berücksichtigt die memo AG seit ihrer Gründung konsequent die Kriterien der Nachhaltigkeit. Für ihr Engagement zugunsten Mensch, Umwelt und Klima wurde die memo AG bereits mehrfach ausgezeichnet.

Anlage: Bild

