

Promarca

Zehn Fragen an ...

Tina Kläntschi ist Country Manager bei MAM Baby AG. Das Unternehmen wurde 1976 vom österreichischen Kunststoff-techniker Peter Röhrig gegründet und entwickelt seitdem innovative und einzigartige Babyprodukte. MAM Produkte werden weltweit verkauft und sind in vielen Ländern im Bereich Schnuller und Babyflaschen Marktführer.

Interview: **persönlich** Bild: **zVg**

Frau Kläntschi, Ihre Firma stellt Babyprodukte wie Schnuller und Trinkflaschen her. Was zeichnet diese aus?

Es ist eine Mischung aus vielen Faktoren. Wir entwickeln seit über 45 Jahren Produkte, die hinsichtlich Funktion und Design einzigartig sind. MAM steht für Babyprodukte höchster Qualität, ansprechendes Design und grosse Vielfalt, aber auch für schöne Farben und abwechslungsreiche Motive. Unsere Produkte werden gemeinsam mit Gesundheitsfachpersonen wie Kinderärztinnen, Zahnärzten, Stillberaterinnen und Hebammen sowie erfahrenen Eltern erforscht, entwickelt und hergestellt. Durch die Entwicklung mit Fachexperten sind Produkte entstanden, die bei den Babys eine hohe Akzeptanz erzielen – und sie sind es schliesslich, die im Vordergrund stehen. Ausserdem arbeiten wir mit sorgfältig ausgesuchten Materialien, die alleamt frei von BPA, BPS und Phtalaten sind. 2022 kamen 97 Prozent der Teile für unsere nachhaltigen Babyprodukte aus Österreich, 95 Prozent aller MAM-Babyprodukte werden in Europa hergestellt. Wir sind in diesem Bereich Pioniere und Sicherheitsexperten.

Wofür steht MAM ganz generell?

Eltern sind anspruchsvoll – wir von MAM auch. So unterstützen MAM-Produkte die individuelle Entwicklung jedes Kindes und erleichtern den Babyalltag. Wir möchten den Eltern Sicherheit vermitteln und dafür sorgen, dass sich besonders die Kleinen wohlfühlen. Ziel ist es, die Bedürfnisse von Eltern und Babys zu verstehen und zu erfüllen, da-

mit die wertvolle Familienzeit maximal genossen werden kann. Wir sind ein international agierendes Familienunternehmen, und MAM ist eine starke globale Marke. MAM-Babyprodukte sind in vielen Ländern der Welt Marktführer. Wir pflegen eine offene und familiäre Arbeitsatmosphäre und kommunizieren transparent und auf Augenhöhe. MAM setzt auf Diversität und Chancengleichheit und fördert ein angenehmes Betriebsklima. Mut und Eigenverantwortung sind wesentliche Bestandteile unserer Unternehmenskultur, in der sich jeder einbringen

«Es gibt keinen Masterplan für Mütter.»

kann und in der auch Fehler bewusst als Chancen zur Weiterentwicklung und zur Verbesserung gesehen werden. Auch gesellschaftlich engagieren wir uns. So fördern wir zum Beispiel Forschungen zum Thema Babygesundheit und unterstützen sozial benachteiligte Kinder und Familien durch weltweite Corporate-Giving-Programme.

Qualität, Gesundheit und Sicherheit stehen bei Kleinkindern an erster Stelle. Wie viele Kontrollen durchlaufen Ihre Produkte?

Da unsere Produkte in den Mund genommen

werden und mit Speichel in Berührung kommen, müssen sie den Anforderungen der Lebensmittelsicherheit entsprechen und eine ganze Reihe von Tests und Kontrollen durchlaufen. So werden unsere Nuggis beispielsweise 40 verschiedenen Verfahren unterzogen, und unsere Babyflaschen durchlaufen 28 Tests. Unser unternehmenseigenes MAM-Labor führt jährlich 400 000 Produkttests durch, um Sicherheit und Zuverlässigkeit von MAM-Babyprodukten sicherzustellen. Im Jahr 2019 wurde MAM mit dem EU-Preis für Produktsicherheit ausgezeichnet, und wir erhielten eine «besondere Anerkennung» dafür, dass wir die Sicherheitsstandards für Nuggis und Babyernährungsprodukte neu definieren und voranbringen. Dies ist eine aussergewöhnliche Anerkennung, denn in der Regel wird dieser Preis nur einzelnen Produkten und nicht einer kompletten Produktserie verliehen. Konkret gelobt wurde die führende Rolle des Unternehmens bei der Entwicklung einschlägiger Sicherheitsstandards, die aktiv dazu beitragen, dass das Sicherheitsniveau auf dem Markt insgesamt angehoben wird.

Wo stellen Sie Ihre Produkte her?

Der Grossteil unserer Produkte wird an unserem Produktionsstandort in Vaskeresztes, Ungarn, zusammengebaut, nahe der österreichischen Grenze. Thailand ist das Zentrum unserer Babyprodukte aus Naturkautschuk. All unsere Kautschukprodukte tragen das Fair-Rubber-Logo. Dieses steht für einen fairen Handel mit Kautschuk und eine umwelt-



schonende Herstellung. Die ersten Verarbeitungsschritte für unsere Babyprodukte aus Naturkautschuk erfolgen in Hat Yai, bevor sie im Anschluss in Kabinburi, an unserem zweiten Standort in Thailand, weiterverarbeitet werden.

Gibt es einen Bestseller unter Ihren Artikeln, und wenn ja, weshalb ist er so beliebt?

Der beliebteste MAM-Nuggi ist klar der Original-Nuggi. Vor allem der Sauger kommt bei den Kleinsten besonders gut an. Die symmetrische Form mit der einzigartigen Skin-Soft-Silikon-Oberfläche passt sich perfekt dem Mund an und wird flacher, sobald das Baby daran saugt. Dies führt zu einer hohen Akzeptanz von 94 Prozent. Die beliebteste Babyflasche ist unser Modell Easy Start Anti-Colic. 95 Prozent der Schweizer Mütter bestätigen weniger Koliken nach dem Füttern mit der Easy Start, und Babys lieben sie. MAM ist in der Schweiz sowohl bei den Nuggis als auch bei den Babyflaschen Marktführer.

Welchen Stellenwert nimmt das Marketing bei Ihnen ein?

Auch bei uns spielt das Marketing natürlich eine grosse Rolle. Im Vordergrund steht aber nicht die Vermarktung der Produkte selbst, sondern die Unterstützung der Mütter durch die Vorteile der Produkte. Vor allem Frauen, die zum ersten Mal ein Kind auf die Welt bringen, sind oft noch unsicher und möchten nur das Beste für ihr Baby. Hier ist es wichtig, dass sie unseren Produkten komplett vertrauen können. Das steht im Vordergrund. Aus diesem Grund arbeiten wir auch mit Fachkräften zusammen, da diese häufig die erste Anlaufstelle für Mütter sind. Natürlich hat sich unsere Marketingstrategie in den letzten Jahren verändert. Digital-Marketing gewinnt immer mehr an Bedeutung, und auch wir ziehen hier mit. Auf unserem eigenen länderspezifischen Facebook- und Instagram-Kanal haben wir die Möglichkeit, unsere Zielgruppe direkt anzusprechen. Ausserdem sind wir auf den gängigen Elternplattformen präsent. Wir bilden uns intern in diesem Bereich stetig weiter, um Trends nicht zu verpassen und unsere Zielgruppe am richtigen Ort abzuholen.

Inwiefern hat sich die Corona-Zeit auf Ihren Umsatz ausgewirkt? Manche Quellen berichten von einem möglichen Babyboom.

Der Lockdown hat dazu geführt, dass viele

Paare mehr Zeit miteinander verbringen, und der Alltagsstress rückt etwas in den Hintergrund. Im Jahr 2021 kamen in der Schweiz so viele Kinder auf die Welt wie seit fünfzig Jahren nicht mehr. Das haben wir auch bei unseren Umsätzen gespürt. 2022 gab es dafür eine Gegenbewegung, und die Geburtenquote war wieder rückläufig. Im Moment leben wir in einer etwas unsicheren Zeit, und so sind wir gespannt, zu sehen, wie sich die Geburtenzahl in den nächsten Jahren entwickeln wird. Wir wünschen uns natürlich wieder eine Steigerung, aber nicht nur für unsere Umsätze. Denn was gibt es Schöneres, als ein Kinderlachen zu hören und sich von der Unbeschwertheit der Kleinen inspirieren zu lassen!

Wie nachhaltig sind Ihre Produkte?

Als Familienunternehmen arbeiten wir für Babys und für ihre sichere Zukunft. Deshalb spielen Nachhaltigkeit und Verantwortungsbewusstsein natürlich eine zentrale Rolle für uns. Wir nehmen unsere Verantwortung für eine Verringerung der Treibhausgase ernst und arbeiten stets an der Optimierung von Anlagen und Produktionsprozessen. Seit einigen Jahren führen wir Umweltmanagementsysteme und Energie-Audits ein. Zudem implementieren wir Massnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz und für den Umstieg auf erneuerbare Energien – und damit zur Senkung der CO₂-Emissionen. Unsere beiden Produktionsstandorte in Ungarn und Thailand sind nach den ISO-Normen für Umwelt- und Qualitätsmanagementsysteme

zertifiziert. Wir arbeiten mit nachhaltigen und emissionsarmen Produktionsabläufen und erfüllen strenge Anforderungen an den Umweltschutz.

Auch bei der Verpackung?

Auch im Bereich Verpackung konzentrieren wir uns darauf, die Recyclingquote voranzutreiben. Mit unserem neusten klimaneutralen Nuggi, dem Original Pure aus bioerneuerbarem Material, haben wir einen weiteren Meilenstein in unseren Nachhaltigkeitsbestrebungen erreicht. Auch die Reduzierung von Abfall in der Produktion ist eine riesige Herausforderung. Wir achten darauf, dass unsere Produkte so wenig Abfall wie möglich produzieren und dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft folgen. Als Beispiel: Einen Grossteil unserer Nuggis stellen wir bereits zu 100 Prozent abfallfrei her. Aber nicht nur in der Herstellung sollte auf Nachhaltigkeit geachtet werden, sondern auch bei der Verwendung. Der Grossteil der CO₂-Emissionen von Flaschen und Schnullern entsteht in der Nutzungsphase. Indem Flaschen und Schnuller nicht in einem Topf mit Wasser ausgekocht, sondern in der Mikrowelle sterilisiert werden, spart man bis zu 85 Prozent an CO₂ und Energie.

Und zu guter Letzt: Was raten Sie werdenden Müttern?

Es gibt keinen Masterplan für Mütter – jede Mutter ist einzigartig und hat andere Bedürfnisse. Was ich den Müttern aber immer mit auf den Weg gebe, ist, auf ihr Herz zu hören

und dem eigenen Instinkt zu vertrauen. Bei Unsicherheiten hilft auch ein Austausch mit guten Freundinnen, einer Hebamme und auch mit den eigenen Eltern. Im Internet findet man sehr viele Hilfestellungen, aber vieles verunsichert auch. Vor der Geburt sollte man erst einmal nur eine Grundausstattung besorgen und dann schauen, was man wirklich benötigt. Gekauft sind die Dinge dann schnell. Am wichtigsten ist es, die kostbare Zeit mit den Kleinen zu geniessen und sich in Ruhe in die neue Rolle einzufinden. 