



40 Jahre, 600 Mitarbeiter, 60 Länder und 60 Millionen Produkte jährlich Die führende Babyartikel-Marke MAM feiert Jubiläum

Was vor 40 Jahren als Idee des Kunststofftechnikern und damaligen Jungpapas Peter Röhrig begann, ist heute ein internationales Unternehmen. Röhrig versuchte anno 1976 einen optisch ansprechenden und funktionalen Schnuller zu kreieren. Das ist ihm nicht nur für sein eigenes Baby gelungen: Die Babyartikel-Marke MAM steht seit vier Jahrzehnten für Qualität, Innovation und besonders auch für Design. Steigende Wachstumsraten sowie Marktführerschaft in mehreren Ländern weltweit bestätigen den Erfolgskurs des Babyartikelherstellers.

Bereits 1976 verkaufte MAM seinen ersten Schnuller. Heute, 40 Jahre später, zählt das Unternehmen zu den weltweit führenden Marken für hochwertige Babyartikel mit Design-Anspruch. Das Portfolio entwickelte sich über die Jahrzehnte. Neben Schnullern und Fläschchen sind mittlerweile auch Trinkbecher, Zahn- und Mundpflege-Produkte sowie Esslern- und Stillbedarf fester Bestandteil des MAM-Sortiments.

Von Wien Ottakring zum internationalen Marktführer

Die Initialzündung des Familienunternehmens erfolgte durch den Kunststofftechniker und Jungvater Peter Röhrig. Denn 1976 entsprachen Schnuller entweder optischen oder gesundheitlichen Ansprüchen. Daher entwickelte Peter Röhrig gemeinsam mit Medizinern sowie Designern der Wiener Universität für Angewandte Kunst einen Schnuller, der beide Aspekte verband und kam damit dem Bedürfnis vieler Eltern entgegen. Mittlerweile zählt MAM Babyartikel zu einem der erfolgreichsten Unternehmen in Sachen Babyartikel und verfügt über Produktionsstätten in Ungarn und Thailand. Denn nicht nur in Österreich, sondern auch in vielen anderen Ländern, wie USA, Großbritannien, Schweden, Israel, Brasilien und Chile, ist MAM Marktführer bei Schnullern. Dabei verbucht der 600 Mitarbeiter-starke Babyartikel-Hersteller anhaltend steigenden Erfolg: Über 60 Millionen Produkte in 60 Ländern auf allen Kontinenten werden jährlich verkauft. Genauer: Jede Sekunde gehen zwei MAM Produkte über den Ladentisch. Zudem verzeichnete MAM allein in den letzten beiden Jahren Wachstumsraten von jeweils 20 Prozent.

Erfolgsrezept: Forschung und Produkt-Entwicklung mit Experten aus Medizin und Design

Weil jeder nur das Beste für sein Kind möchte, stehen Innovationen im Mittelpunkt der MAM-Philosophie. Die österreichische Babyartikel-Marke setzt daher klare Schwerpunkte auf geprüfte Qualität und medizinische Funktionalität der Produkte. „Alle MAM Artikel basieren auf intensiver Forschung und wurden in Kooperation mit Wissenschaftlern, Ärzten, Hebammen und Designern entwickelt“, bemerkt Peter Röhrig, MAM-Geschäftsführer, „Außerdem ist uns die Meinung der Eltern besonders wichtig, daher führen wir regelmäßig weltweite Umfragen durch.“ MAM arbeitet aktuell mit mehr als 20 Medizinern zusammen und befragte in den letzten fünf Jahren über 36.000 Eltern in 15 Ländern. Das Ergebnis der kontinuierlichen Entwicklung: mehr als 60 Technologiepatente. Peter Röhrig erklärt: „Uns geht es dabei nicht um die Anzahl der Innovationen, sondern um die Entwicklung von Produkten mit Mehrwert basierend auf den Bedürfnissen von Babys und Eltern.“ Dieser Ansatz ist ein zentrales Element der MAM DNA.

PRESSEINFORMATION

40 Jahre MAM Babyartikel

Wien, 24. März 2016



40 Jahre Babyartikel mit Design-Anspruch

Das Konzept, medizinische Funktionalität und Design, startete bereits beim ersten MAM Schnuller, der in Zusammenarbeit mit der Universität für Angewandte Kunst entwickelt wurde. Nach 40 Jahren voller Innovationen verfügt der Babyartikel-Hersteller mittlerweile über 200 Designpatente. Jährlich erneuert der Hersteller sein Repertoire und adaptiert die Designs auf aktuelle Trends. Dabei werden u.a. saisonale Themen, wie beispielsweise die kommende Fußball-EM in Frankreich, aufgegriffen. Auch Individualität kommt beim führenden Babyartikel-Hersteller nicht zu kurz: MAM Mini-Fans können ihre Schnuller mit ihrem Namen personalisieren und somit ein Unikat schaffen.

Breites Produkt-Portfolio für den optimalen Start ins Leben

Neben Schnullern und Fläschchen erweiterte die heimische Marke kontinuierlich sein Sortiment. Heute bietet MAM medizinisch geprüfte Design-Artikel für die Zahn- und Mundpflege, fürs Essenlernen sowie Produkte fürs Stillen. Darunter befinden sich auch revolutionäre Babyartikel: Vor zehn Jahren entwickelte MAM die Antic Colic Flasche, das erste Fläschchen, das Koliken reduziert und eine selbststerilisierende Funktion hat. 2011 lässt das Unternehmen dann mit dem ersten Schnuller aufhorchen, der das Risiko von Zahnfehlstellungen nachweislich minimiert. Aktuell sind es handgemachte Beißringe aus Naturlatex, die erstmals ohne lästige Quietschgeräusche den Markt erobern sowie die ersten sensorischen Erfahrungen von Babys intensivieren. Die farbenfrohe sowie die weiche, haptische Gestaltung von „Lucy“, „Max“ und „Bob“ dient der Entwicklung der Hand-Augen-Koordination.

MAM Wertewelt: Entwicklung, Nachhaltigkeit, akribisch geprüfte Qualität

Neben Innovation wird auch Nachhaltigkeit und fairer Handel bei dem Babyartikel-Produzenten groß geschrieben. In diesem Sinne hat MAM u.a. eine eigene Naturlatex-Produktionsstätte im Süden Thailands, die mit einem CSR-Award für hervorragende Arbeitsbedingungen prämiert wurde. Gleichzeitig verpflichtet sich MAM zu 100 prozentiger Sicherheit und bester Qualität der Babyartikel. Daher wurde ein umfassendes Kontroll- und Testsystem entwickelt. Beispielsweise wird jeder Schnuller 40 verschiedenen Tests unterzogen. 2014 wurden so beinahe 10.000 Arbeitsstunden allein in die Qualitätssicherung und Produkt-Prüfung investiert.

Was vor 40 Jahren als Idee eines Vaters begann, hat sich durch die Kombination von Qualitäts- und Design-Anspruch, zu einer der weltweit führenden Marken für Babyprodukte etabliert. MAM freut sich auf die kommenden 40 Jahre!

Bilder honorarfrei abdruckbar © MAM Babyartikel GmbH

Bild01: Imagesujet – Baby mit MAM Produkt

Bild02: Der Schnuller mit Geschichte – Der erste MAM Schnuller

Bild03: Peter Röhrig, Geschäftsführer MAM

Weitere Bilder gerne auf Anfrage

PRESSEINFORMATION

40 Jahre MAM Babyartikel

Wien, 24. März 2016



Über MAM Babyartikel

1976 hatte der Wiener Peter Röhrig die Idee, bei Babyprodukten erstmals herausragendes Design mit optimaler Funktionalität und medizinischer Sicherheit zu verbinden. So entwickelte der ausgebildete Kunststofftechniker mit einem Team von Wissenschaftlern, Ärzten und Designern der Wiener Universität für Angewandte Kunst den ersten MAM Schnuller, der sowohl optisch als auch funktional neue Maßstäbe setzte. Heute werden jährlich ca. 60 Millionen MAM Produkte weltweit in 61 Ländern auf fünf Kontinenten verkauft. Im Schnuller Segment ist MAM in Österreich wie auch in vielen anderen Ländern (USA, Großbritannien, Schweden etc.), Marktführer. Mehr als 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in aller Welt tragen täglich zu diesem Erfolg bei. www.mambaby.com

Rückfragehinweis:

MAM Babyartikel GmbH
Sandra Teja
Lorenz-Mandl-Gasse 50, 1160 Wien
Phone: +43 1 49 141 0
E-Mail: sandra.teja@mambaby.com

Himmelhoch PR, Text und Event
Lisa Rothen
Alserstraße 45/6, 1080 Wien
Phone: +43 680 680 236 0742
E-Mail: lisa.rothen@himmelhoch.at