

Werte für mein neues Leben



Werte früh entdecken

MAM* Baby Produkte begleiten die erste Zeit eines Kindes so unmittelbar wie nur wenige andere Erzeugnisse. Dieser Verantwortung werden wir gerecht, indem wir besonders auf Babys Gesundheit und Sicherheit achten, sowie all unser Handeln an den Werten ausrichten, die einmal seine Zukunft prägen.



* Aus Gründen der Lesefreundlichkeit wird die Bamed MAM Group Ltd und die zur Gruppe gehörenden Unternehmen auf MAM gekürzt.

2 **Sorgfalt**

6 **Umsicht**

10 **Respekt**

14 **Offenheit**

18 **Verantwortung**

22 **Interview**

25 **MAM & Nachhaltigkeit**

- 26 MAM auf einen Blick
- 28 Herausforderungen und nachhaltige Ausrichtung
- 29 Nachhaltigkeitsstrategie
- 32 Wertschöpfungskette
- 34 Nachhaltigkeitsmanagement
- 35 Nachhaltigkeitsteams international

37 **Fortschritte & Themen**

- 38 **Produkte**
- 48 **Umwelt**
- 60 **Mitarbeiter*innen**
- 68 **Gesellschaft**
- 76 **Wertschaffung**

85 **Weitere Informationen**

- 86 Alles zum Bericht
- 87 Stakeholder-Engagement
- 89 Nachhaltigkeitsprogramm und Zielerreichung
- 91 Kennzahlen
- 101 GRI Content Index
- 103 Impressum



© Shutterstock



© Gettyimages



© AdobeStock

Legende zur Navigation durch den Nachhaltigkeitsbericht:

-  Verweis innerhalb des Nachhaltigkeitsberichts
-  Verweis auf die Website
-  Verweis auf GRI-Themen
-  Verweis auf SDGs

Sorgfalt

bei allem, was
mich berührt



* Marktforschungsstudie 2010-2019, mit 1.463 Babys getestet



“
Die erste Bindung, die ein Kind erlebt, prägt sein ganzes weiteres (Beziehungs-)Leben. Wird dieses Ur-Vertrauen durch Liebe und Fürsorge gestärkt, ist das die beste Basis, um zu einem starken, selbstsicheren, liebevollen Menschen zu werden.“

Beatrice Glatz, Hebamme, Schweiz



Unsere MAM Expertin weiß durch jahrzehntelange Erfahrung, worauf es Baby in den ersten Lebenswochen ankommt. Sanfte Berührungen sind besonders wichtig für das „Bonding“, die einzigartige Verbindung zwischen Eltern und Kind. Neugeborene haben ein feines Gespür für Berührungen und nehmen tastend ihre Umwelt wahr. Halten, Kuscheln und Streicheln stärken den kleinen Körper, wecken die Sinne und fördern auch die psychologische Entwicklung positiv. Für ein entspanntes und geborgenes Gefühl ist für Babys auch das Nuckeln wichtig. Dieses Saugbedürfnis dient nicht nur der Nahrungsaufnahme, sondern auch der Beruhigung und hilft zum Beispiel beim Einschlafen.

94 %

der Babys akzeptieren die MAM SkinSoft™ Silikonsauger aufgrund des vertrauten Gefühls*.

Gesund und sicher ins Leben starten

MAM Baby Produkte sind aus Vertrauen gemacht

Ein gutes Gefühl ab der ersten Berührung: Jedes MAM Produkt steht für höchste Qualität und Sicherheit, bei denen wir nichts dem Zufall überlassen. Allein 40 verschiedene Testverfahren durchlaufen unsere Schnuller, 28 unsere Babyflaschen. Dafür wurde MAM auch schon mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem European Product Safety Award (2019) von der Europäischen Kommission – als erstes und einziges Unternehmen seiner Kategorie.

Wir entwickeln gezielt Produkte und Services, die die Gesundheit von Babys fördern und auch über Risiken aufklären und Wissen stärken. Hier arbeiten wir eng mit über 30 Fachspezialist*innen, wie zum Beispiel Zahnärzt*innen, Kieferorthopäd*innen, Pädiater*innen, Entwicklungspädagog*innen und Hebammen zusammen. Ein ausgezeichnetes Ergebnis aus dieser Zusammenarbeit ist der MAM Perfect.

> Seiten 40–41 Der innovative Schnuller reduziert im Vergleich zu konventionellen Schnullern aufgrund seines besonders dünnen Saugerhalses das Risiko für Zahn- und Kieferfehlstellungen. Das bestätigen auch mehrere Langzeitstudien, unter anderem eine der Universität Jena in Deutschland*.

* Y. Wagner, R. Heinrich-Weltzien: „Effect of a thin-neck pacifier on primary dentition: a randomized controlled trial“, Orthodontics & Craniofacial Research, Band 19, Ausgabe 3, Seiten 127–136, August 2016



Bevor unsere Produkte von Baby in den Mund genommen werden, müssen sie im eigenen und im externen Labor eine Reihe von Qualitätskontrollen durchlaufen. Im Bild wird gerade ein Zugtest des Schnullersaugers durchgeführt.

68

verschiedene Testverfahren durchlaufen unsere Schnuller und Babyflaschen insgesamt, um sie besonders sicher zu machen.

MATERIALIEN BEWUSST EINSETZEN

MAM Baby Produkte sind ausschließlich aus Materialien gemacht, die sich über Jahre bewährt haben und unseren hohen Ansprüchen gerecht werden. 98 % aller von uns verwendeten Kunststoffe können in zwei Materialtypen zugeordnet werden: Polypropylen und Silikon. Mit unseren Glasflaschen und Schnullern mit Naturkautschuk-Saugern bieten wir Alternativen zu Kunststoffflaschen sowie Schnullern aus Silikon. Wir überprüfen ständig neue Materialien und verbessern die von uns eingesetzten Komponenten immer weiter, um die für MAM Baby Produkte geltenden höchsten Standards zu erfüllen und zu übertreffen.

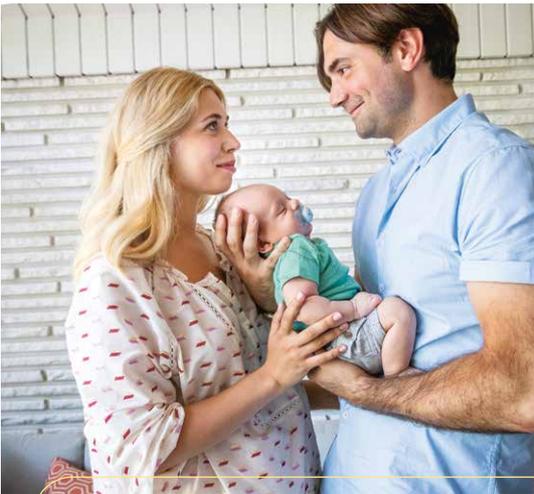
> Seiten 42–43



Mehr zum Thema MAM Qualität und Sicherheit online auf www.mambaby.com/de/warum-mam/mam-qualitaet-sicherheit

NACHHALTIGE VERPACKUNGEN

Natürlich geht es auch bei unseren Verpackungslösungen zuerst darum, die Produktsicherheit zu garantieren. Gleichzeitig wollen wir unseren ökologischen Fußabdruck weiter minimieren, die Recyclingfähigkeit der Verpackungen erhöhen, nachhaltige Materialien verwenden und auf faire Bedingungen in der Lieferkette setzen. Dazu hat MAM mit Sustainable Packaging (SUPA) ein internes Großprojekt gestartet und engagiert sich in mehreren Netzwerken wie „Verpackung mit Zukunft“.  Seiten 44–47



INNOVATIVE PRODUKTE

Der MAM Perfect reduziert nachweislich die Gefahr zur Entwicklung eines offenen Bisses oder Überbisses.  Seiten 40–41



Die MAM Easy Start Anti-Colic Flasche mit patentiertem Bodenventil verringert das Risiko von Koliken.



Der MAM Comfort wurde speziell für Neugeborene entwickelt und besteht zu 100 % aus Silikon.



EXPERTEN-TIPP: DAS STÄRKT DIE BEZIEHUNG ZUM BABY

1. Kuscheleinheiten mit direktem Hautkontakt

Wichtig: Neugeborene kühlen sehr schnell aus, darum unbedingt eine Decke verwenden und beim Baby je nach Jahreszeit bzw. Raumtemperatur eventuell Haube sowie Söckchen anlassen. Plus für ein kühles Schlafzimmer sorgen (18-20 °C), damit das Baby nicht erhitzt.

2. Tragen auf dem Arm, im Tragetuch oder in einer guten Tragehilfe

3. Einfühlsam auf Bedürfnisse des Babys eingehen

4. Streicheln und Augenkontakt beim Stillen bzw. Füttern mit Flasche

Umsicht mit meiner Abenteuer- welt





Den Wind auf der Haut spüren, Vögel zwitschern hören, bunte Blumen sehen und riechen, Burgen im Sand bauen: Erfahrungen, die Kleinkinder in der Natur machen, helfen bei der Entwicklung ihrer Sinne und sind ein wichtiger Impuls für ihre ganzheitliche und gesunde Entwicklung.“



Dr. Duan Tao,

Professor für Geburtshilfe und Gynäkologie, China

Bei einem gesunden Neugeborenen sind alle Sinnessysteme grundsätzlich funktionsfähig: Es kann sehen und hören, schmecken und riechen. Es spürt, wenn es berührt, gehalten oder bewegt wird. Allerdings ist der Sehsinn der nach der Geburt am wenigsten ausgeprägte Sinn beim Menschen. Die Ursache liegt vermutlich daran, dass er diesen im dunklen Mutterleib nicht ausprägen kann. Deshalb sagt unser MAM Experte auch, dass Sehen nicht angeboren ist, sondern gelernt werden muss. Die Geschwindigkeit des Sehen-Lernens hängt nun auch von der Förderung der Eltern ab. Je umfangreicher und gezielter das visuelle Angebot und die Anreize für das Kind sind, umso geschärfter auch der Sehsinn. Und die freie Natur bietet ein wahres Paradies für Babyaugen.

100%

abfallfrei wird bereits ein Großteil unserer Schnullereinteile produziert.



Klimaschutz von A bis Zukunft

MAM übernimmt Verantwortung

Ganz klar: Unsere Welt im Gleichgewicht zu halten, ist eine Herausforderung, die alle betrifft. Wir bei MAM fühlen uns aber besonders gefordert, weil wir die Zukunft unserer Kinder in den Mittelpunkt unseres Handels stellen. Als international tätiges Unternehmen können wir viel Positives bewirken. Zum Beispiel die Reduktion von CO₂-Emissionen und einen schonenden Umgang mit Ressourcen. Unser Ansatz beim Umwelt- und Klimaschutz ist dabei immer ein ganzheitlicher und gemeinschaftlicher, der unsere Lieferant*innen und Mitarbeiter*innen aktiv miteinbezieht. [→](#) Seiten 49–54

Zusammen konnten wir schon viele Projekte anstoßen, die unseren ökologischen Fußabdruck messbar reduzieren. Und auch die Eltern nehmen wir in diesen Dialog mit auf. Denn bei der Verwendung von MAM Baby Produkten kann ganz viel CO₂ eingespart werden, beim Sterilisieren von Fläschchen in der Mikrowelle sogar bis zu 85 %.

www

Neugierig? Unseren CO₂-Rechner für Eltern finden Sie auf www.mambaby.com/at/warum-mam/mam-nachhaltigkeit/co2-rechner

ENERGIE UND EMISSIONEN NATÜRLICH IM BLICK

Schon immer achten wir bei MAM darauf, dass unsere Produktion möglichst nachhaltig und emissionsarm abläuft. Unsere Werke in Ungarn und Thailand sowie unser neues Forschungs- und Entwicklungszentrum in Österreich erfüllen strengste Anforderungen an den Umweltschutz. Seit einigen Jahren arbeiten wir zudem mit Umweltmanagement-Systemen und führen Energie-Checks durch. Wir entwickeln fortlaufend neue Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz, nutzen erneuerbare Energien und senken damit unsere CO₂-Emissionen. Ein konkretes Beispiel ist das Wärmemanagement in unserem thailändischen Werk in Kabinburi: Um die Mauern des Gebäudes dauerhaft kühl zu halten, wurden zehn Zentimeter breite Luftpolster zwischen Mauer und Außenverschalung angebracht. Für weitere Abkühlung im tropischen Klima Asiens sorgen die vielen Grünpflanzen, die rund ums Werk eingesetzt wurden und mit ihrer Verdunstung und Transpiration eine Temperatursenkung von 0,75 bis 1,5 Grad bewirken. Verglichen mit europäischen Standards ist Kabinburi ist ein Vorzeigewerk in Sachen Energieeffizienz: Dank all der getrof-



© Shutterstock

Sonnenstrom

Die Photovoltaik-Anlage in Kabinburi versorgt die Produktion mit Energie.

1.000 t CO₂

sparen wir in unserem Werk in Thailand **jährlich** etwa durch die Nutzung von Solarenergie und weiteren Energieeffizienzmaßnahmen.





UMWELT-TIPP: MAM UPCYCLING



1. **Magische Lichterkette:** Einfach kleine Löcher in die Spitze der Schnullersauger bohren und die Lämpchen einer Lichterkette hineinstecken
2. **Süße Magneten:** Den Sauger zur Gänze abschneiden, den Schnullerschild mit einer Heißklebepistole an einem Magneten befestigen und anschließend gut trocknen lassen.
3. **Blumige Tischdeko:** Sauger und Verschluss unserer MAM Feel Good Glasflasche abschrauben, Wasser hineinfüllen und die Lieblingsblumen hineinstellen.



Mehr Upcycling-Ideen finden Sie hier:
www.mambaby.com/at/warum-mam/mam-nachhaltigkeit/mam-upcycling/

fenen Maßnahmen werden jährlich über 1.000 Tonnen CO₂ eingespart. Ein weiteres Beispiel ist der Einsatz von Solarenergie. MAM hat sowohl im Werk in Kabinburi als auch im ungarischen Vaskeresztes Photovoltaik-Anlagen auf den Dächern installiert. Ein Großteil der benötigten Energie kann über diese Solarpaneele erzeugt werden. In Thailand speisen wir die überschüssige Energie kostenlos in das öffentliche Netz ein. Alles zusammen sorgt dafür, dass MAM in manchen Wochen hier sogar „Plus“ macht, also mehr Energie erzeugt als verbraucht. ➔ Seiten 49–54 Und auch unsere Mobilität ist auf grünem Kurs: In Deutschland fördern wir die E-Mobilität. So sind bereits mehrere E-Fahrzeuge im Gebrauch und es ist geplant, deutlich auszuweiten. Dazu kommt die Installation der nötigen Ladestationen für Elektrofahrzeuge auf dem Firmengelände.

ABFALL NEU DENKEN

Bei der Herstellung von MAM Produkten lässt sich leider nicht völlig vermeiden, dass Reststoffe und Abfall entstehen. Aber MAM achtet verstärkt darauf, dass in der Produktion nur so wenig Abfall wie möglich anfällt und dieser wieder seinen Weg in den Kreislauf findet. Unsere Schnullerproduktion wird beispielsweise immer nachhaltiger, einen Großteil unserer Schnuller-einzelteile stellen wir bereits zu 100 % abfallfrei her. ➔ Seiten 55–59 Durch intelligente, nachfrageorientierte Planung vermeiden wir zudem, dass mehr produziert wird, als am Markt nachgefragt wird. Das Prinzip der Kreislaufwirtschaft liegt uns besonders am Herzen. Es bedeutet unter anderem, dass ein Teil unserer Produkte und viele unserer Verpackungen technisch wiederverwertbar sind. Wir arbeiten fortlaufend daran, dass der Anteil recyclingfähiger Materialien immer größer wird. Auch über das Thema „Upcycling“ bekommen unsere Produkte ein zweites Leben. Statt den ehemals heißgeliebten Schnuller oder das Milchfläschchen einfach wegzuworfen, bekommen sie durch kreative Bastelideen eine praktische neue Funktion im Alltag – und bleiben so noch ein paar Jahre länger an der Seite des Kindes oder der Eltern.



Respekt für eure Arbeitsteilung

“Gleichberechtigung bei der Arbeit und bei der Kindererziehung? Sogar die Kleinsten merken schon sehr früh, wenn ihnen beide Elternteile gleich nah sind und sich die Aufgaben zu Hause teilen. Spielen, kuscheln, Windeln wechseln, füttern oder trösten: Mama und Papa spielen eine gleich wichtige Rolle.”

Zoe Watson, Krankenschwester und Hebamme, UK



Ein anspruchsvoller Job konkurriert häufig mit den Aufgaben, die zu Hause auf einen warten: Davon kann auch unsere MAM Expertin als Krankenschwester, Hebamme und Mutter ein Lied singen. Für frischgebackene Eltern kann Arbeitsteilung eine sehr gute Lösung sein. Moderne Unternehmen wie MAM unterstützen flexible Arbeitszeitmodelle und machen es so beiden Elternteilen möglich, gleichermaßen für ihre Kinder da zu sein. Schon direkt nach der Geburt ist es wichtig, dass Mutter als auch Vater viel Kontakt mit dem Baby haben – das stärkt von Anfang an die Beziehung. Empfehlenswert sind auch gemeinsame Arzttermine und Kontrolluntersuchungen. Wenn Eltern auf dem gleichen Wissensstand sind, trauen sich auch beide gleich viel zu. Das gibt Sicherheit im Umgang mit dem Baby.



Die Gleichberechtigung zwischen Frau und Mann hat bei MAM einen hohen Stellenwert und ist gelebte Praxis.

93%

der Frauen kehrten 2019 und 2020 nach der Karenz zu MAM zurück.

Familie ist Herzenssache

MAM unterstützt Eltern, auch als Arbeitgeber

Als unser Gründer Peter Röhrig vor 45 Jahren den allerersten Babyschnuller entwickelt und verkauft hat, war MAM noch ein kleiner Familienbetrieb mit nur einem Standort in Wien. Heute ist MAM ein Unternehmen mit Niederlassungen weltweit. Doch das familiäre Klima, die Förderung der Chancengleichheit, der offene, ehrliche und verständnisvolle Umgang sind geblieben. Dies, weil wir vom ersten Tag darauf geachtet haben. Über die Jahre haben wir viele Initiativen und Benefits umgesetzt, die über die gesetzlichen Standards hinausgehen. Unsere gute Mitarbeiter*innenkultur zeigt: Das hat sich sehr gelohnt. Wer bei MAM ist, arbeitet gerne hier.

BERUF & FAMILIE? KEIN PROBLEM!

Familienfreundliche Arbeitsbedingungen sind für uns die normalste Sache der Welt. Das bedeutet konkret, dass wir Elternkarenz für Mütter und Väter gleichermaßen fördern und flexible Arbeitszeitmodelle anbieten, wie beispielsweise Homeoffice und Gleitzeit. Und auch die Rückkehr in eine Führungsposition nach der Elternkarenz machen wir möglich. Dafür werden wir seit 2014 sogar im Rahmen eines unabhängigen „Beruf und Familie“-Audits zertifiziert. Bei uns haben alle Beschäftigten die gleichen Chancen. Dass Mann und Frau in vergleichbaren Positionen grundsätzlich gleich bezahlt werden, versteht sich daher von selbst.

➔ Seiten 64–65

Gemeinsame Abenteuer erleben die Kinder des MAM Kids Camps.



DAS MAM KIDS CAMP

Jedes Jahr organisiert MAM in Österreich für die Sommerferien eine Kinderbetreuung für Kinder der Beschäftigten zwischen 6 und 11 Jahren. Das ist ein weiterer Beitrag, um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu unterstützen. Die Hälfte der Kosten für das Kids Camp wird von MAM übernommen. Beim Kids Camp werden die Kinder der Mitarbeiter*innen eine ganze Woche tagsüber betreut und machen gemeinsam spannende Ausflüge z. B. in den Hochseilklettergarten, in die UNO-City oder ins Schwimmbad.

50:50

Frauenanteil im MAM Top-Level-Management (Board und General Managers). Zudem sind 74 % aller Beschäftigten Frauen, weltweit und konstant über die letzten drei Jahre.

FAIRE BEDINGUNGEN FÜR ALLE

Von Arztbesuchen bis hin zu Inhouse-Yoga – wir wollen, dass es unseren Beschäftigten weltweit gut geht. Unsere Mitarbeiter*innen profitieren von den verschiedensten Angeboten und Aktivitäten. Zu den Leistungen, die wir in unseren Niederlassungen anbieten, gehören zum Beispiel Bildungsdarlehen, Unterstützung für Beschäftigte in einer privaten Krisensituation, verschiedene Versicherungen, arbeitsmedizinische Beratung, Angebote von Fitnessprogrammen und Massage und vieles mehr. Die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen rückte 2020 noch stärker in den Fokus. In den schwierigen Zeiten der COVID-19-Pandemie kümmert MAM sich nicht nur um zuverlässige Hygienekonzepte, sondern auch um die mentale Gesundheit der Beschäftigten. [➔](#) Seiten 61–63

Als internationales und verantwortungsbewusstes Familienunternehmen bekennen wir uns übrigens zu den Grundsätzen des United Nations Global Compact (UNGP). Unser Verhaltenskodex gilt an all unseren Standorten auf der ganzen Welt.

www

Mehr über unser Produkt auf www.mambaby.com/products-shop



Dr. Johanna Helm von „Helmcare“ steht den österreichischen Beschäftigten als arbeitsmedizinische Betreuung zur Verfügung und führt Untersuchungen zu verschiedenen Gesundheitsthemen durch.

FLEXIBILITÄTS-TIPP: MAM 2IN1 DOPPEL- MILCHPUMPE

Unsere innovative Milchpumpe erleichtert den Wiedereinstieg in die Berufswelt für stillende Mütter:

- vereint alle Vorteile der elektrischen und manuellen Nutzung
- kombiniert das Prinzip des Stillens mit der eigenen Muttermilch und des „Fläschchengehens“
- kann auch unterwegs verwendet werden
- bietet ein hohes Maß an Flexibilität, da abgepumpte Milch auch von anderen Bezugspersonen mit der Flasche gegeben werden kann
- ist in Zusammenarbeit mit Hebammen entstanden



Offenheit

für gemeinsame
Ideen



“
Beziehungen zu anderen Menschen aufzubauen, sich in Gruppen zurechtzufinden, sich zu behaupten und Rücksicht zu nehmen – all dies muss ein Kind erst noch lernen. Dennoch sind sogar schon die ganz Kleinen mit feinen Antennen für ihr soziales Umfeld ausgestattet.”



PhDr. Karin Pfaller-Frank, MSc

Logopädin und Präsidentin des Berufsverbandes der österreichischen Logopädinnen und Logopäden

Bereits in den ersten Lebensmonaten versuchen Babys, durch verbale Äußerungen, Blickkontakt oder Zeigen mit vertrauten Bezugspersonen Kommunikation aufzunehmen, weiß MAM Expertin Karin Pfaller-Frank, die sich intensiv mit der Sprachenentwicklung von Kindern beschäftigt. Immer öfter zeigt das Kind mit dem Zeigefinger beispielsweise auf ein Spielzeug, um Mama oder Papa zu signalisieren: „Sieh mal, das finden wir beide interessant“. Säuglinge ahmen das Verhalten ihrer Eltern gerne nach – daher ist es nicht nur für den Spracherwerb wichtig, dass Eltern sich aktiv mit ihrem Baby beschäftigen und mit ihm von klein auf plaudern und Blickkontakt halten.

Danach wird das gemeinsame Spiel mit Geschwistern oder Altersgenossen immer wichtiger, um die soziale Kompetenz zu fördern und Teilen zu lernen.

9.312

medizinische Expert*innen sind derzeit weltweit mit MAM vernetzt.



Gesellschaft ab Seite 68

Austausch für eine aufgeklärte Zukunft

MAM übernimmt Verantwortung

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT VON MAM

Wir bei MAM schauen über den Teller- rand unserer Produkte hinaus und haben einen offenen Blick für die Bedürfnisse unserer Gesellschaft, auf der ganzen Welt. Ein zentraler Aspekt ist der lebendige, kontinuierliche Wissensaustausch. MAM gibt sein Wissen und das der medizinischen Expert*innen, mit denen wir seit vielen Jahren eng zusammenarbeiten, an andere medizinische Expert*innen und Eltern weiter. Dabei haben wir an unterschiedlichen Standorten verschiedene Projekte ins Leben gerufen, um Fachleute miteinander zu vernetzen sowie Eltern über Themen rund um Schwangerschaft und Babys zu informieren und aufzuklären.

➔ Seiten 69–71 Seit 2020, als die COVID-19 Pandemie ausbrach, stellen wir über unsere Website wichtige Informationen rund um das Virus und Schwangerschaft, Babys, Stillen etc. zur Verfügung.

Bestes Beispiel ist unser multimediales Engagement in Brasilien: Hier sind medizinische Live-Sitzungen auf sozialen Netzwerken und Videokurse, die sich sowohl an Eltern als auch an Expert*innen richten, stark im Kommen. MAM Brasilien nutzte dieses Szenario und veranstaltete in Zusammenarbeit mit einem renommierten Professor für Kinderzahnheilkunde einen Videokurs mit dem Thema Zahnpflege während der Schwangerschaft und Zahnheilkunde für Babys. Der Kurs wurde von 40 Fachleuten aus dem ganzen Land besucht, die Rückmeldungen waren sehr positiv. Im Nachgang erhielten alle Expert*innen Proben, Lehrmaterialien und ein Zertifikat, das die Teilnahme belegt. Die sozialen Netzwerke werden vor allem für

den Austausch mit Eltern genutzt. MAM Brasilien produzierte deshalb eine Reihe von Instagram-Lives mit medizinischen Expert*innen, um Wissen zu teilen und Eltern die Möglichkeit zu geben, Fragen zu stellen. Themen waren zum Beispiel „Mutterwohlbefinden“ mit einem Psychologen und die „Reise zum Stillen“ mit einer Stillberaterin.

HILFE, DIE ANKOMMT

An allen MAM Standorten weltweit engagiert sich MAM für gemeinnützige Projekte und spendet da, wo unsere Hilfe am meisten gebraucht wird. In Frankreich setzt sich MAM

10.329

wissenschaftliche Studien zum Thema Babygesundheit befinden sich in unserer Studiendatenbank, die eine wichtige Basis für unsere Kommunikation mit Eltern und medizinischen Expert*innen darstellt.

MAM gibt Rat und Hilfe bei allen Fragen rund um das Thema Stillen



WISSENS-TIPP: LITTLEBIGHEART PODCAST MIT JOHANNA KLUM

Zweifachmama und Moderatorin Johanna Klum spricht in spannenden Gesprächen offen über alle Fragen und Sorgen, mit denen sich Schwangere, Mamas, Papas und alle, die Eltern werden wollen, konfrontiert sehen. littleBIGheart macht Mut, beantwortet Fragen und tut vor allem eins: die wunderschöne Reise von der Schwangerschaft, über die Geburt, bis zum neuen Familienalltag mit Baby feiern.

Besonders empfehlenswerte Episoden:

- Die Geburt – Die richtige Vorbereitung
- Beziehung ganz neu – Wenn ein Paar zu Eltern wird
- Die erste Zeit mit Baby zu Hause:
Worauf man im Wochenbett achten sollte



Podcast-Gastgeberin
Johanna Klum im Gespräch
mit Gynäkologe Dr. med.
Konstantin Wagner



Gleich Reinhören auf www.mambaby.com/podcast
oder bei Spotify, Deezer, Apple, Google und YouTube

beispielsweise vor allem für junge und sozial schwache Mütter ein, deren Not besonders durch die COVID-19-Pandemie sichtbar wurde. In Griechenland unterstützen wir „Micros Dounias“, eine Organisation auf der Insel Lesbos, die einheimische Kinder und Kinder mit Fluchtgeschichte miteinander vernetzt und gemeinsame Aktivitäten in der Natur veranstaltet. Nach dem Brand im Flüchtlingslager Moria im September 2020 hatte die Organisation einen schweren Stand, MAM griff mit Kostenzuschüssen für Fundraisingprojekte und Informationsmaterialien, aber auch mit Sachspenden unter die Arme. Und im rund 8.000 Kilometer entfernten Peking engagiert sich MAM

leidenschaftlich für Kinder mit Lippen-Kiefer-Gaumenspalten (LKG) im Beijing Smile Angel Children's Hospital. Zudem spenden wir hier wie auf der ganzen Welt MAM Baby Produkte an gemeinnützige Projekte vor Ort. [→](#) Seite 75

**Micros Dounias
Griechenland
bringt Kinder auf
Lesbos spielerisch
zusammen.**



Verantwortung, die für mein ganzes Universum gilt



© AdobeStock



Wir putzen uns alle die Zähne, bevor wir ins Bett gehen: Eltern sind wichtige Vorbilder für ihre Kinder, nicht nur bei der Mundgesundheit. Eltern zeigen ihren Kindern auch, wie sie ihr Leben verantwortungsvoll gestalten können. So entwickelt ein Kind allmählich ein Bewusstsein für das große Ganze und ein Gefühl dafür, wie es sich in unserer Welt zurechtfinden kann.“



Dr. Rebecca Slayton, Zahnärztin, USA

Für unsere MAM Expertin, die auch Mit-herausgeberin des Lehrbuchs „Early Childhood Oral Health“ ist, ist die Mundhygiene ein passendes Beispiel dafür, wie kleine Kinder lernen können, sich an allgemein geltende Regeln zu gewöhnen und für sich selbst Verantwortung zu übernehmen. Kinder kommen nicht von allein auf die Idee, sich die Zähne zu putzen oder zum Zahnarzt zu gehen. Es sind die Eltern, die ihnen vom ersten Zahn an die Wichtigkeit dieser Rituale für ihr Leben beibringen. Klare Prinzipien geben unseren Kleinsten Sicherheit, und helfen ihnen im Laufe ihrer Entwicklung nicht nur einen verantwortungsvollen Umgang mit sich selbst, sondern auch mit anderen zu lernen.

in **60** Ländern

vertreibt MAM Babyprodukte und beschäftigt
955 Mitarbeiter*innen.



Wertschaffung ab Seite 76

Die richtigen Maßstäbe

für gesundes Wachstum

WARUM MAM LANGFRISTIG DENKT

Das MAM Universum ist so viel größer als eine Babyflasche oder ein Schnuller. Bei jeder Entscheidung beziehen wir immer auch die Gesellschaft, die Umwelt und die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter*innen mit ein. Wir fragen uns beispielsweise, welche Auswirkungen unsere Geschäftstätigkeit auf umliegende Gemeinden – oder auch auf Vorlieferanten wie die Kautschukbäuer*innen in Thailand – hat. Dabei bleiben wir den Werten treu, die aus unserem Selbstverständnis als Familienunternehmen stammen und heute aktueller denn je sind. Dazu gehört, dass wir „organisch“ wachsen möchten: Investitionen tätigen wir möglichst aus Eigenkapital, also ohne Schulden oder Kredite aufzunehmen. Zudem soll unser unternehmerisches Handeln mit einem niedrigen Risiko verbunden und langfristig ausgelegt sein. Beispiele dafür sind unsere Produktionsstätten in Thailand und Ungarn, aber auch unser neues Forschungs- und Entwicklungszentrum in Großhöflein nahe Wien. Denn andauerndes Lernen und Forschen ist essenziell für die Zukunft unserer Babys.  Seiten 77–80

REGELN, DIE FÜR ALLE(S) GELTEN

Ethisch und rechtlich korrektes Handeln im Arbeitsalltag ist für MAM unabdingbar. Deswegen gilt für alle MAM Standorte weltweit ein klarer Verhaltenskodex. Dabei geht es unter anderem um die Wahrung von Menschenrechten und die Vermeidung von Kinder- und Zwangsarbeit, aber auch um den Arbeitsschutz oder den Umgang mit



Im Krabbelschritt die Welt entdecken

97%

der **Produktkomponenten** bei MAM kommen aus Österreich.

den Beschäftigten. Die Initiative Sedex und der dazugehörige Auditstandard SMETA hilft uns, die Einhaltung dieser Richtlinien in unseren Werken zu bestätigen. SMETA funktioniert dabei wie eine Art Checkliste, die vor Ort von Expert*innen durchgegangen wird. Bei Werksbegehungen und vertraulichen Interviews mit der Belegschaft finden sie heraus, wie es mit der Zufriedenheit steht und ob es Versäumnisse oder auch Nichteinhaltungen von Standards gegeben hat. Im Abschlussbericht werden wir dann darüber informiert und können gegebenenfalls an Verbesserungen arbeiten.

WISSENS-TIPP: FAIR RUBBER

Die Initiative setzt sich für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen der Kautschukbäuer*innen vor Ort ein. Ein Teil unserer MAM Schnuller trägt das grüne Logo, weil ihr Sauger aus fair gehandeltem Kautschuk besteht. Neben MAM gibt es auch einige andere Unternehmen, wie zum Beispiel Hersteller von Kopfkissen, Schuhen, Haargummis oder Luftballons, die Fair Rubber unterstützen.



Noch mehr über Fair Rubber erfahren
Sie hier: www.fairrubber.org



MAM START



MAM MINI AIR



MAM ORIGINAL



MAM AIR

FAIR GEHANDELTEN NATUR- KAUSCHUK

Ein Großteil unserer MAM Lieferanten kommt aus Österreich, um kurze Transportwege sicherzustellen. Auch bei unseren Produktionsstätten in Thailand achten wir auf Regionalität und beziehen deshalb Naturkautschuk für einen Teil unserer Schnullersauger direkt aus der Umgebung. In Sachen Sicherheit und Qualität ist Kautschuk derzeit die einzige natürliche Alternative zu Silikon, die wir empfehlen können. Im thailändischen MAM Werk Hat Yai wird das Naturmaterial direkt weiterverarbeitet. Um das Leben der Kautschukbäuer*innen in der Region zu verbessern, arbeiten wir eng mit dem Verein Fair Rubber e.V. zusammen. Er setzt sich für den fairen Handel von Naturkautschuk ein und stellt sicher,

dass dieser unter bestimmten, sozialen und ökologischen Kriterien gewonnen wird. Als Mitgliedsunternehmen von Fair Rubber zahlt MAM eine zusätzliche Prämie von 0,50 € pro Kilogramm gelieferten Kautschuk. Die Genossenschaft der Kautschukbäuer*innen verwaltet die Prämien und stellt sicher, dass die Mittel ausschließlich zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen verwendet werden. Auf diese Weise verbleiben 100 % der Prämie innerhalb der kautschukproduzierenden Gemeinschaft. ➔

Seiten 81-84

Werte mit auf den Weg geben

GRI 102-11, 102-12,
102-14, 102-20

SDG 12.6



Eltern sehen sich mit verschiedenen Herausforderungen unserer Zeit konfrontiert. Umso wichtiger ist es, ihnen den Rücken zu stärken und die Gesundheit ihres Babys zu wahren. Unternehmensgründer Peter Röhrig sieht sich mit MAM und seinen Produkten in einer besonderen Verantwortung.

Unternehmensgründer Peter Röhrig bei einer MAM Geburtstagsfeier mit Kindern von Mitarbeiter*innen.

Herr Röhrig, seit nunmehr 45 Jahren trägt MAM dazu bei, Babygesundheit zu fördern. Ist das auch Thema des aktuellen Nachhaltigkeitsberichts?

Es ist sogar das zentrale Thema. Mit dem Bericht möchten wir Eltern zeigen, dass Babygesundheit und -sicherheit die oberste Priorität bei MAM haben und wir uns darüber hinaus für eine saubere Umwelt und eine faire Gesellschaft einsetzen, um Babys Welt zu einem besseren Ort zu machen. Damit prägen wir Werte, die auch für die Eltern, und später für das Kind, immer wichtiger werden. Um gesund zu bleiben, muss man präventiv handeln: Nach diesem Grundsatz entwickeln wir nicht nur unsere Produkte, sondern richten all unsere Unternehmenstätigkeiten aus. Dadurch tragen wir dem Vorsorgeansatz Rechnung, der sich auch in unserer neu eingeführten Nachhaltigkeitsstrategie widerspiegelt. Den Rahmen für den Nachhaltigkeitsbericht bilden die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen und die Global Reporting Initiative (GRI). So halten wir uns an die internationalen Standards, ohne jedoch unsere Werte als Familienunternehmen aus den Augen zu verlieren.

Wie genau sorgt MAM denn für Babygesundheit?

Gleich dreifach: mechanisch, chemisch und funktional. Zuerst garantieren Tests, dass unsere Produkte stabil und sicher für Babys sind, damit sie nichts verschlucken können, nichts abbricht, und die Einzelteile gut aufeinander abgestimmt sind. Darauf folgt die chemische Sicherheit: Es kommen nur getestete Materialien zum Einsatz, die frei von jeglichen Inhaltsstoffen sind, die dem Baby schaden könnten und auch auf die Umwelt geringe Auswirkungen haben. Und wir achten darauf, lebensmittelechte Farben zu verwenden. All diese Tests sind nicht günstig, aber zwingend notwendig, um die Gesundheit der Babys zu gewährleisten, und so auch das Fortbestehen unseres Unternehmens. Der dritte Punkt ist die funktionale Sicherheit. Gemeinsam mit Ärztinnen und Ärzten sowie Hebammen erarbeiten wir Produkte, die z. B. kiefergerecht sind oder verhindern, dass Babys sich mit dem

Flascheninhalt verbrennen können. Die Sauger der Flaschen werden so entwickelt, dass das Baby leicht trinken kann, aber trotzdem die Muskulatur beim Saugen angestrengt wird, um es zu fördern. Beim Abpumpen mit der Brustpumpe wollen wir die Mütter unterstützen und ihnen diese Zeit so angenehm wie möglich machen, sodass das Kind länger Muttermilch bekommt, denn wir fordern und fördern das Stillen. Aber wir wissen, dass es manchmal nicht gut funktioniert. Hier helfen wir dann gerne.

Wie steht es um die MAM Preemies, die erst kürzlich auf den Markt gebracht wurden und im Spitalsbereich eingesetzt werden?

Ja, das sind unsere Schnuller für die Frühgeborenen und eine unserer Innovationen der letzten Jahre.

→ Seiten 40–41 In Studien zeigt sich, dass durch die Verwendung von Schnullern Frühgeborene schneller von der Sonde entwöhnt werden können und der Klinikaufenthalt verkürzt werden kann. Uns wird immer wieder von Klinikpersonal berichtet, dass die frühgeborenen Babys unsere MAM Preemies besonders gut akzeptieren.

Also übertreffen Ihre Produkte die gängigen Anforderungen?

Das Einhalten und Übertreffen aller gängigen Normen ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Produktentwicklungen, und das bereits von Anfang an. → Seiten 72–74 Das hat nun auch die Europäische Kommission anerkannt, die uns 2019 den European Product Safety Award verliehen hat.

→ Seiten 72–74 Darauf sind wir sehr stolz und sehen unseren Kurs bestätigt.

Gesund wachsen sollen nicht nur Ihre kleinsten Kundinnen und Kunden, sondern auch MAM selbst. Was bedeutet für Sie gesundes Wachstum als Unternehmer?

In erster Linie bedeutet das für mich, gute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu bekommen und auszubilden

→ Seiten 64–65 und unser Wachstum möglichst aus eigenem Kapital finanzieren zu können. Grundsätzlich gehen wir bei allen unternehmerischen Entscheidungen so wenig Risiko wie möglich ein und denken immer langfristig, wie beim



Babygesundheit und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand.“

Peter Röhrig, Unternehmensgründer

Bau unseres neuen Forschungs- und Entwicklungszentrums. Je nachdem, wie und wann unser Unternehmen wächst, gibt es hier mehrere Ausbaustufen. [→](#) Seiten 77–80

Das klingt nach einem perfekten Unternehmen. Ist bei MAM alles perfekt?

Nichts ist perfekt, auch wir nicht. Wir verfolgen die Prämisse, mit vielen kleinen Verbesserungen in Summe große Verbesserungen hervorzuholen. Wir können noch auf vielen Ebenen besser werden, aber die Qualität unserer Produkte steht für uns immer an erster Stelle, da gehen wir keine Kompromisse ein. Im Bereich Nachhaltigkeit ist uns sehr wohl bewusst, dass die Rohstoffe für Kunststoff eine endliche Ressource darstellen. Daher versuchen wir hier, Kunststoff mit einem geringen ökologischen Fußabdruck einzusetzen. [→](#) Seiten 49–54 Und wir haben bis dato davon abgesehen, einen Schnuller aus Holz, Karton oder Glas zu entwickeln, nur um die Recyclingfähigkeit zu gewährleisten. [→](#) Seiten 55–59 Im Kunststoffbereich tut sich momentan sehr viel durch den Einsatz von Rückständen aus der Pflanzenölproduktion oder

direkt aus Pflanzen. Diese Richtung schauen wir uns ganz genau an, denn sie könnte die Umweltauswirkungen unserer Artikel nochmals deutlich reduzieren. [→](#) Seiten 42–43

Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit den Lieferanten?

Sehr gut. Wir arbeiten seit vielen Jahren mit denselben österreichischen Lieferbetrieben zusammen, die gemeinsam mit uns die Produkte weiterentwickeln.

[→](#) Seiten 40–41 Denn gute Produkte kann man nur dann gestalten, wenn alle Meinungen, Einschätzungen und Daten der wichtigen Anspruchsgruppen auf einem Tisch liegen. Das inkludiert neben den Eltern, den medizinischen Expertinnen und Experten, der MAM Belegschaft auch die Fachleute aus den Bereichen Kunststoff, Umwelt und Distribution. Zudem arbeiten wir oft direkt mit Vorlieferanten zusammen, die Rohstoffe, in diesem konkreten Fall Polyolefine, noch sauberer zu machen. Die Kunststoffe, die wir für unsere Produkte verwenden, sind übrigens technisch recyclingfähig und wir beteiligen uns aktiv an Organisationen, die die Kreislaufwirtschaft vorantreiben.

[→](#) Seiten 87–88

Was wünschen Sie sich von MAM in den nächsten Jahren?

Dass unser aller Leben nach den Einschränkungen der letzten beiden Jahre wieder in die gewohnten Bahnen zurückkehrt und wir alle Lehren aus der Pandemie ziehen, die uns für die weiteren Herausforderungen rüstet. Für MAM sind wir hier auf einem guten Weg. Durch unsere Nachhaltigkeitsstrategie [→](#) Seiten 28–31 haben wir einen Wegweiser, der uns gut durch die kommenden Jahre führen wird und uns immer wieder daran erinnert, dass wir für das Wohl der zukünftigen Generationen arbeiten.

MAM & Nachhaltigkeit

- 26 MAM auf einen Blick
- 28 Herausforderungen und nachhaltige Ausrichtung
- 29 Nachhaltigkeitsstrategie
- 32 Wertschöpfungskette
- 34 Nachhaltigkeitsmanagement
- 35 Nachhaltigkeitsteams international

MAM auf einen Blick*

GRI 102-2, 102-3,
102-4, 102-6,
102-7, 102-45



Über **30**
medizinische
Expert*innen
werden bei
der Produkt-
entwicklung
eingebunden.

8 Produkt- gruppen

Baby-
flaschen



Schnuller



Trinkbecher



Esslern-
produkte



Mundpflege



Beißringe



Sterilisierung
& Flaschen-
wärmer

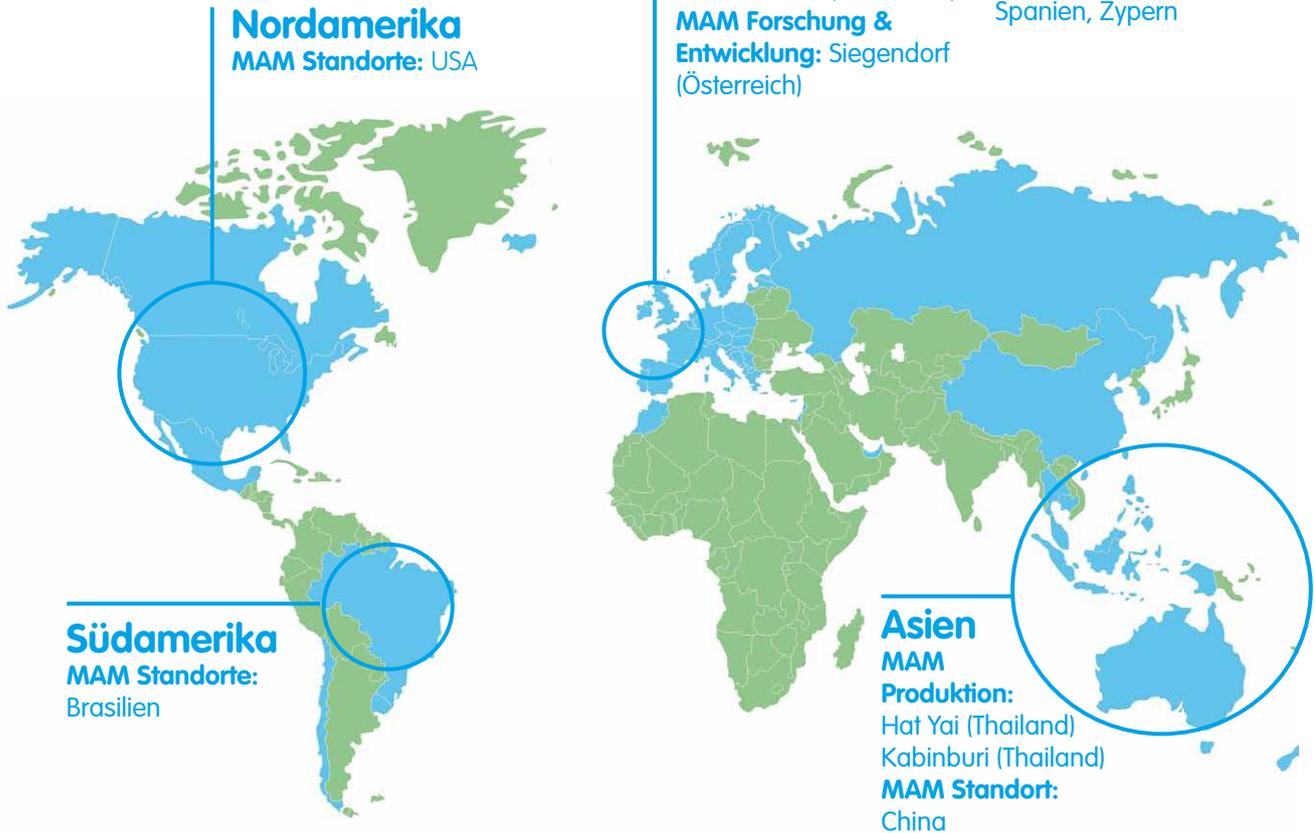


Stillprodukte



250.000
MAM Schnuller & Co
werden täglich hergestellt.

in 60 Ländern präsent



Umsatzverteilung

65 % Europa
25 % Amerika
10 % Rest

955
Mitarbeiter*innen

75 % Frauen
25 % Männer

65 % Produktionswerke
35 % Standorte Büros

Einbindung Eltern

33 Marktforschungsstudien mit 10.546 Eltern aus 12 Ländern

97 %
aller MAM Produktkomponenten stammen aus Österreich.

* Zahlen aus 2020

Herausforderungen und nachhaltige Ausrichtung

GRI 102-12, 102-16, 102-44, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 103-1

SDG 12.6

WIR NEHMEN DIE AUFGABEN DER ZUKUNFT AN

MAM stellt das Wohlergehen der nächsten Generation und der Umwelt in den Mittelpunkt seiner Aufmerksamkeit. Wir stehen für Generationengerechtigkeit ein und verpflichten uns, zur Lösung der gesellschaftlich-sozialen und umweltbezogenen Herausforderungen einen aktiven Beitrag zu leisten.

Klimawandel, Gesundheit, Globalisierung, Digitalisierung, Geschlechtergerechtigkeit: Diese und andere Themen begleiten uns in unserem Alltag sehr konkret. Wir gehen sie mit nachhaltiger Ausrichtung an. Daher bekennen wir uns zu den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen, die als Leitlinie unserer Nachhaltigkeitsarbeit wirken.

Eine weitere Zielsetzung ist das Vorhaben der Europäischen Union, bis Ende 2050 klimaneutral zu werden. Damit verpflichten sich die EU-Länder den Pariser Klimazielen – insbesondere dazu, die Erderwärmung bis zu diesem Zeitpunkt möglichst auf unter 1,5 Grad Celsius zu beschränken. Als mittelständisches Familienunternehmen haben wir diese Aufgabe auch für uns angenommen und in eine Nachhaltigkeitsstrategie überführt.

MIT SDGS ZU EINER NACHHALTIGEN LIEFERKETTE

Bei MAM sind emissionsarme Produktionsabläufe schon seit Langem Alltag. Wir wollen nicht nur Produkte entwickeln, die die Gesundheit von Babys schützen, sondern auch solche, die umweltschonend und fair produziert sind. Und deshalb hört die Verantwortung nicht an unseren Werkstoren auf: Wir setzen uns aktiv für Transparenz

UNSER VERSPRECHEN:

Wir entwickeln, produzieren und vermarkten Premium-Babyprodukte, die 100 % sicher, funktional und anwenderfreundlich sind – seit 45 Jahren. Mit viel Liebe zum Detail gestaltet, unterstützen sie eine gesunde Entwicklung von Babys. Gemeinsam mit medizinischen Expert*innen und Eltern entwickeln wir unsere Produkte und passen diese laufend an die Möglichkeiten der Gegenwart an. Unser langjähriges Engagement für strengste Babyproduktnormen und unsere regelmäßigen Produkttests garantieren maximale Sicherheit. Denn unsere Leidenschaft ist es, die Bedürfnisse von Babys und Eltern zu verstehen und zu beantworten, damit sie sich auf ihr Familienglück konzentrieren können.

und gerechte Bedingungen in der Lieferkette ein. Um sicherstellen zu können, dass unsere Produkte über den gesamten Lebenszyklus hinweg einen nachhaltigen Beitrag leisten, kommen die SDGs ins Spiel.

2016 haben wir die SDGs in unsere Innovationsarbeit integriert. Gemeinsam mit der IMC Fachhochschule Krets haben MAM Mitarbeiter*innen im Rahmen des Forschungsprojekts „Nachhaltigkeit und Innovation“ über zwei Jahre hinweg erfolgreich einen kollaborativen Innovationsprozess initiiert. Um eine nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens weiter voranzutreiben, wird das Thema in allen Geschäftsbereichen strategisch und operativ fest verankert.

ZU FOLGENDEN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS LEISTET MAM HAUPTSÄCHLICH EINEN BEITRAG:



Nachhaltigkeitsstrategie

GRI 102-12, 102-16, 102-44, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 103-1

SDG 5, 12, 6



Kinder im MAM Kids Camp und das Unternehmen MAM haben einiges gemeinsam, etwa das Setzen und Erreichen von Zielen.

Das Erarbeiten einer Nachhaltigkeitsstrategie hat vieles mit einer Wanderung gemeinsam, wie sie zum Beispiel die Kinder unserer Mitarbeiter*innen im MAM Summer Kids Camp in den Ferien machen. Am Anfang steht die Planung der Route. Wo wollen wir hin? Wie sieht die Umgebung aus? Welche Herausforderungen erwarten uns auf dem Weg zum Gipfel? Und wie erreichen wir unser Ziel am besten?

EXPEDITION NACHHALTIGKEIT

Im Jahr 2020 hat das MAM Steering Komitee unsere ganz eigene Route festgelegt und eine konkrete Nachhaltigkeitsstrategie für die Jahre nach 2020 formuliert. Und weil es in puncto Nachhaltigkeit nicht nur einen einzelnen Gipfel zu erklimmen gilt, sondern eine

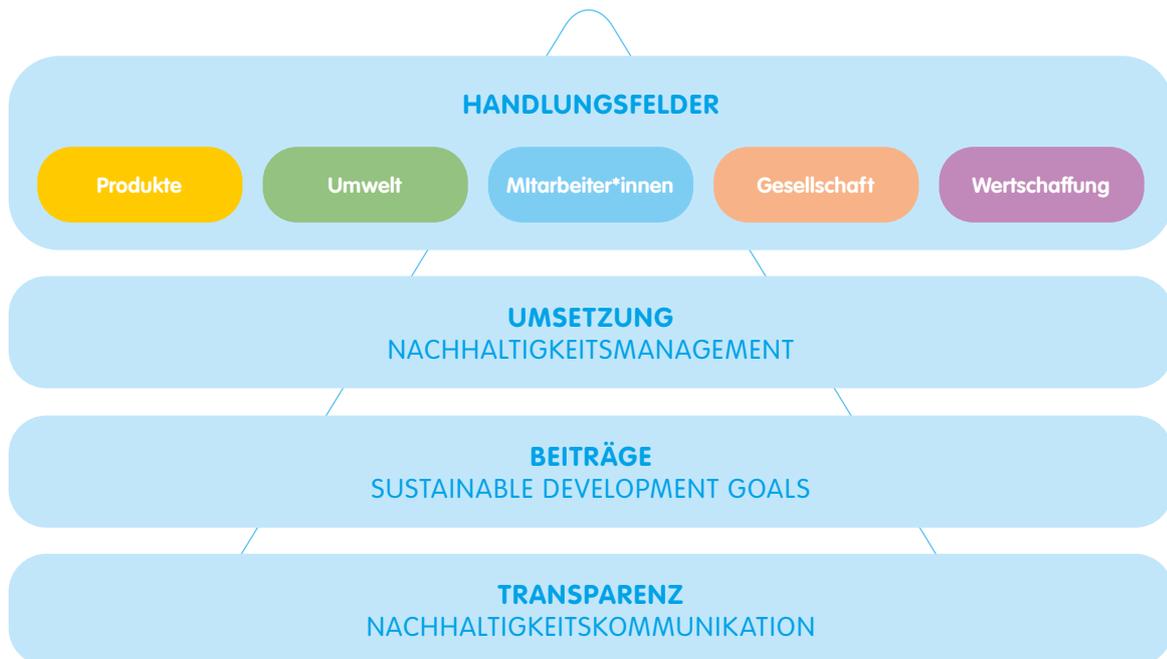
ganze Gebirgskette, teilt sich die Strategie in 19 Zielbereiche auf.

Bei MAM flossen in die Planung unserer „Expedition Nachhaltigkeit“ eine Reihe verschiedener Elemente ein: Unsere Markenpositionierung als MAM, eine Benchmark Analyse und unsere Wesentlichkeitsmatrix.

→ Seite 31 Daneben haben wir uns an internationalen Standards wie den UNGC Prinzipien, den OECD Guidelines for Multinational Companies sowie den SDGs orientiert.

UNSERE VISION

Was gibt es Nachhaltigeres, als für die Gesundheit und Zukunft der Babys und ihrer Umwelt zu arbeiten.



GIPFELSTÜRMER – 19 ZIELBEREICHE FÜR NACHHALTIGKEIT

Unsere Expedition hat nicht nur ein klares Ziel, sondern gleich 19. Das hilft uns dabei, unser Vorhaben in Etappen einzuteilen und während der Wanderung bereits auf dem Weg einen Erfolg feiern zu können. Wie bei jedem gemeinsamen Ausflug ist jeder für

etwas verantwortlich – vom Proviant über Kartenlesen oder Spiele vorbereiten. Bei uns sind es die Projektsporen und -verantwortlichen. Sie treiben die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen gemeinsam mit internen und externen Stakeholdern voran. Dazu gehören auch die internationalen MAM Gesellschaften.

ROADMAP NACHHALTIGKEIT – 19 NACHHALTIGKEITSZIELBEREICHE

Nachhaltigkeitsmanagement

- Nachhaltigkeit in MAM Gesellschaften
- Nachhaltiges Lieferkettenmanagement
- Zertifizierungen, Audits, Labels

Nachhaltigkeitskommunikation

- Berichterstattung
- Stakeholder-Kommunikation

Produkte

- Integration Nachhaltigkeit in F&E-Prozessen
- Nachhaltiges Produktdesign
- Nachhaltiges Verpackungsdesign
- Neue Business Modelle

Umwelt

- Energie & Klima
- Abfall
- Logistik & Mobilität

Mitarbeiter*innen

- Mitarbeiter*innenzufriedenheit
- Mitarbeiter*innengesundheit
- Unternehmensethik
- Werte & Identität

Gesellschaft

- Aufklärungsarbeit
- Corporate Giving
- Gesundheits- und Produktsicherheitsstandards

UNSER KOMPASS: DIE WESENTLICHKEITSMATRIX BESTÄTIGT DEN KURS

Jeder erfahrene Abenteurer weiß, ein Kompass ist ein wichtiges Utensil im Gepäck. Er weist uns unsere Richtung, hilft uns dabei, unseren Kurs zu korrigieren, und man kann sich immer auf ihn verlassen. Bei uns ist dieser Kompass unsere Wesentlichkeitsmatrix. Sie hilft uns dabei zu verstehen: Welche Themen bewerten die Stakeholder als besonders wichtig? Welche Relevanz haben die Themen aus Unternehmenssicht?

Antworten auf diese Fragen finden wir durch eine Wesentlichkeitsanalyse, die wir in Ausrichtung an den GRI-Standards durchgeführt haben. Wesentlicher Baustein dieser Analyse ist eine strukturierte Stakeholder-Befragung.



Seiten 87–88

Die Wesentlichkeitsmatrix ist das Herzstück einer Nachhaltigkeitsstrategie, oder eben der Kompass auf unserer Expedition. Sie zeigt verkürzt gesagt auf, ob wir mit unserer Strategie an den richtigen Themen arbeiten. Durch den Dialog mit unseren Stakeholdern beobachten und bewerten wir ständig, ob die

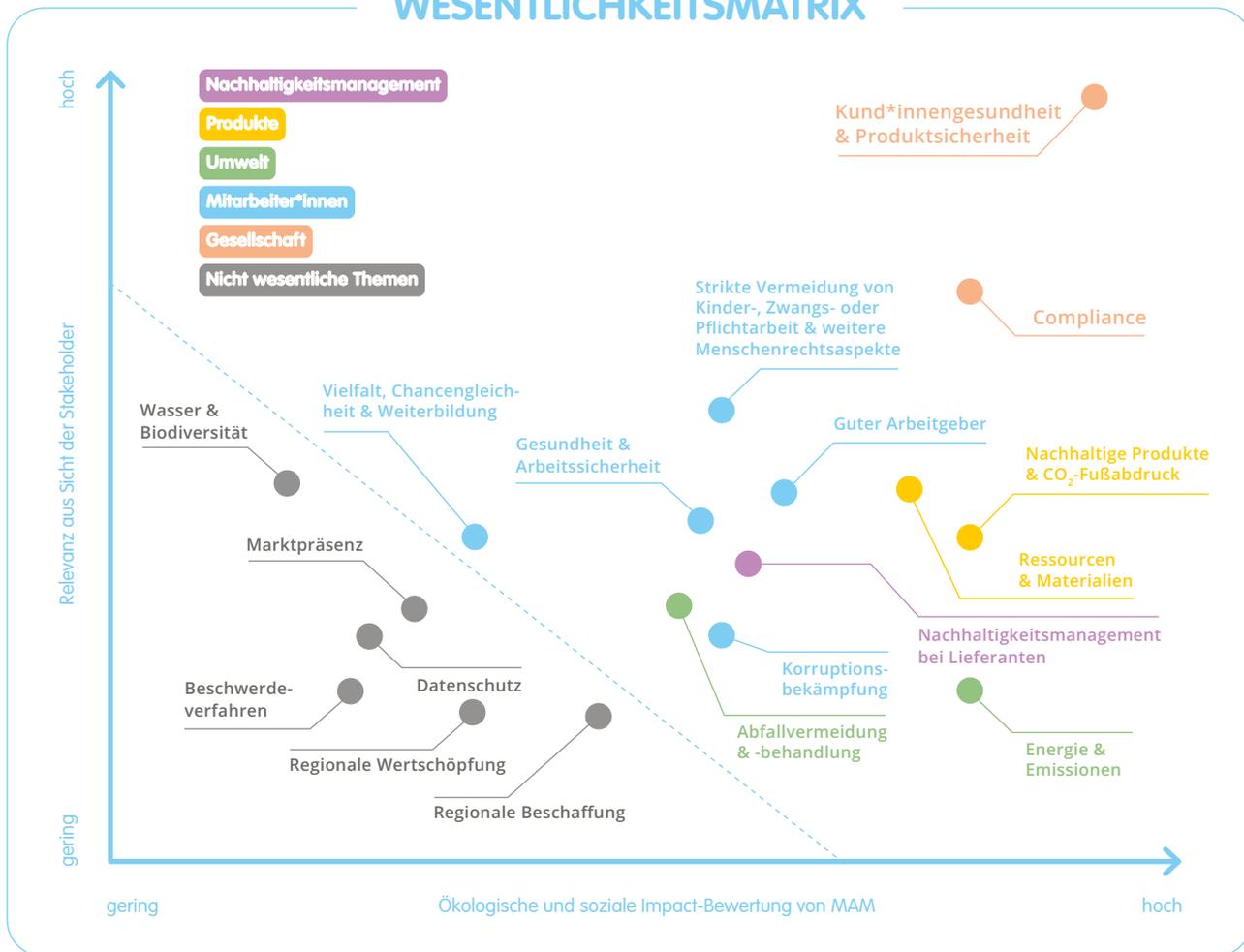
wesentlichen Themen noch in deren Fokus stehen.

Der Matrix ist deutlich zu entnehmen: Produktsicherheit und Gesundheit haben für unsere Stakeholder und unser Unternehmen die höchste Priorität. Um auf relevante gesellschaftliche und regulatorische Veränderungen angemessen zu reagieren, haben wir im Vergleich zum Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018 einige Themen ohne neue Befragung unserer Stakeholder aktualisiert: Durch die COVID-19-Pandemie hat das Thema Mitarbeiter*innengesundheit für uns an Relevanz gewonnen und ist

im Berichtszeitraum somit ein wesentliches Thema geworden. Zudem ordnen wir auch das Thema Nachhaltigkeitsmanagement bei Lieferanten nun als wesentlich ein. Abfallmanagement und -behandlung stufen wir etwas niedriger ein, dieses Thema bleibt jedoch wesentlich. Das Thema Datenschutz ist in der EU durch die DSGVO inzwischen gesetzlich verankert und wird deshalb nicht mehr als wesentlich eingestuft. Die Zuordnung der wesentlichen Themen zu unseren Handlungsfeldern sowie zu den 19 Zielbereichen haben wir in einer Überleitungstabelle dargestellt. [> Seite 86](#)

GRI 102-44, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 103-1

WESENTLICHKEITSMATRIX



Wertschöpfungskette

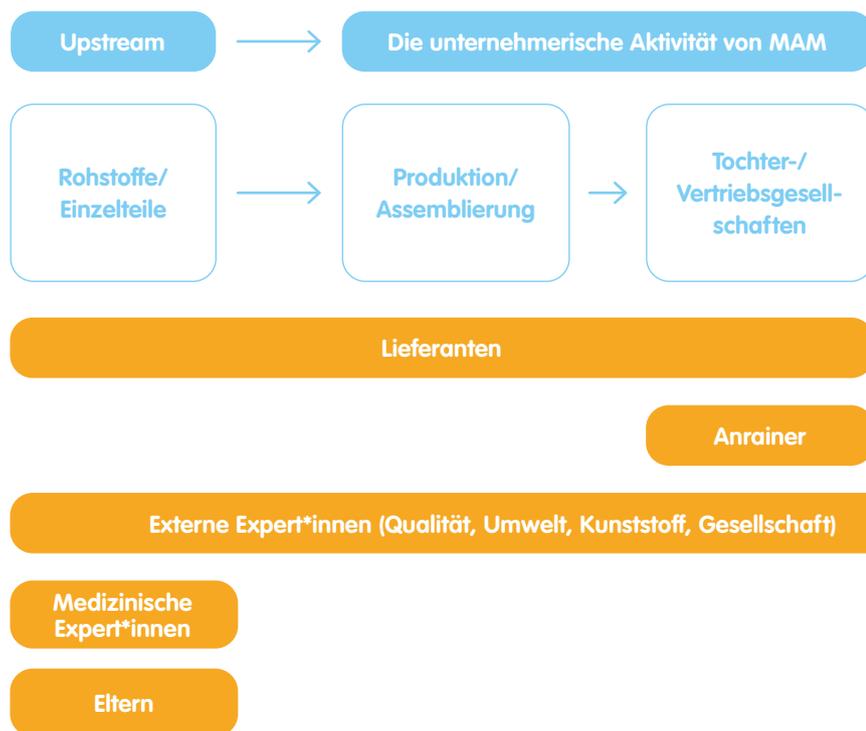
GRI 102-9

VORFAHRT FÜR DEN KREISLAUF

Jeder Mensch ist Teil eines großen Ganzen. Und daher hört auch die MAM Wertschöpfungskette nicht bei den Endverbraucher*innen auf. Wir denken weiter und begreifen unser unternehmerisches Handeln als Teil eines größeren Kreislaufs. Dieser Philosophie folgend konzipieren wir unsere Wertschöpfungskette wo immer es möglich ist nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip (engl. „von Wiege zu Wiege“). Dieser Ansatz betrachtet nicht nur die Produktion und Verwertung eines Produkts, sondern bezieht auch die Verwendung der Rohstoffe nach der Nutzung und deren Wiederverwertung mit ein.

Um der Vision dahinter – ein verantwortungsvoller und schonender Umgang mit Ressourcen für künftige Generationen – Rechnung zu tragen, arbeiten wir kontinuierlich daran, die von uns beeinflussbaren Bereiche unserer Wertschöpfungskette zu verbessern. Ob in der Produktentwicklung, in der Beschaffung oder bei der Konzipierung der Verpackungen: Wir folgen so weit wie möglich den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft. [→](#) Seiten 38–47

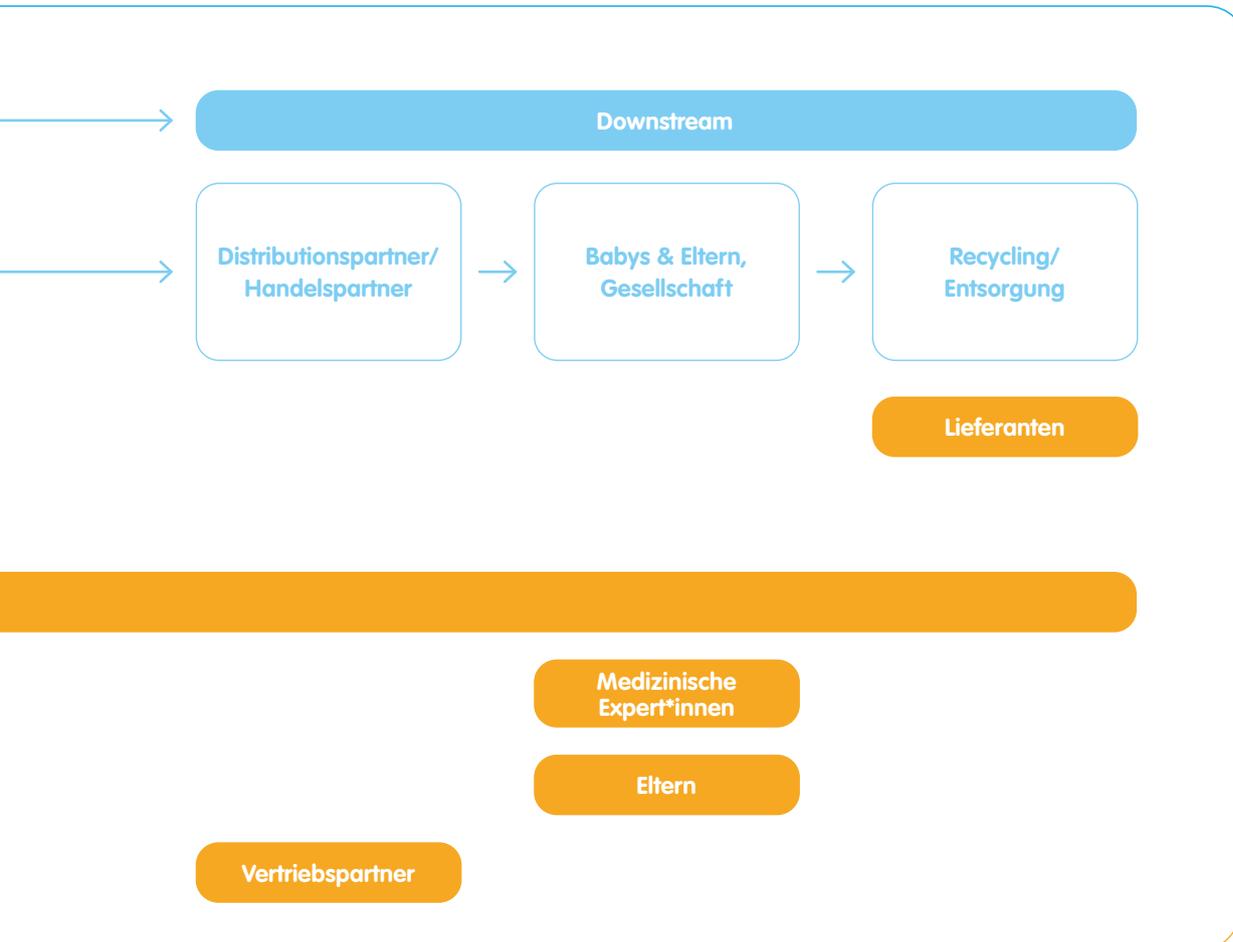
MAM WERTSCHÖPFUNGSKETTE



EXTERNE STAKEHOLDER



Von den Rohstoffen bis zum Recycling: Die unternehmerische Verantwortung von MAM geht über die eigene Aktivität hinaus.



Nachhaltigkeitsmanagement

GRI 102-12, 102-18, 102-20, 102-22, 102-23

SDG 12.6

IN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG VERANKERT

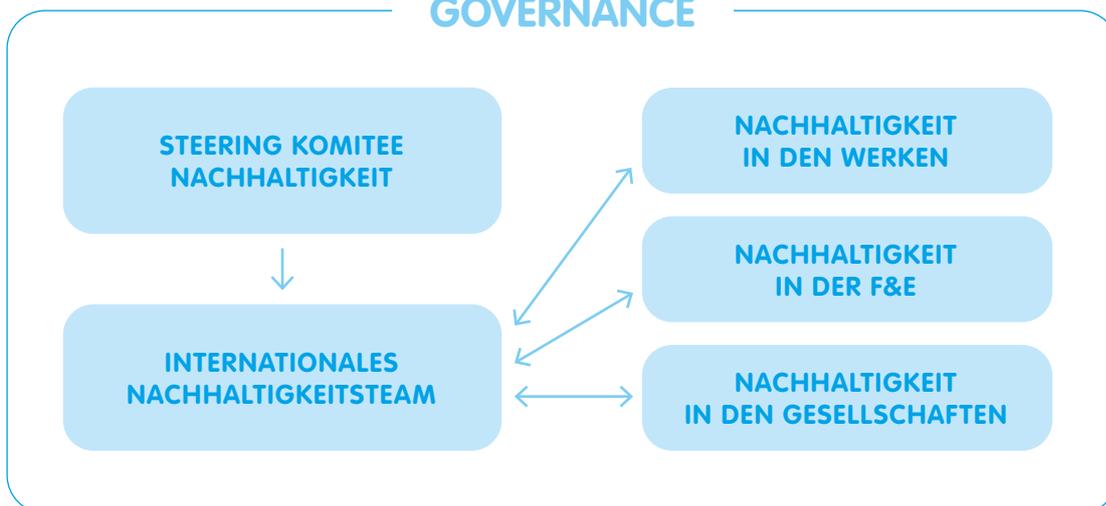
Das Nachhaltigkeitsmanagement von MAM ist unternehmensweit integriert und wird Stück für Stück in den Kernmärkten implementiert. Die Verantwortung für das Thema Nachhaltigkeit trägt der Gesamtvorstand. Im Rahmen von Steering Komitee Meetings tritt er mehrmals im Jahr zusammen, um über die relevanten Nachhaltigkeitsthemen zu beraten und zu beschließen. Regelmäßig besprochene Themen sind die Nachhaltigkeitsstrategie, die Nachhaltigkeitsziele und der Umsetzungsstand der Maßnahmen. Daneben befasst sich das Komitee in seinen Sitzungen obligatorisch mit den ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen der Geschäftstätigkeit.

Organisatorisch ist das Thema Nachhaltigkeit dem Bereich Finanzen zugeordnet. Das Nachhaltigkeitsmanagement gestaltet und koordiniert das Thema und berichtet direkt an den Finanzvorstand. Die Arbeit des Nachhaltigkeitsmanagements umfasst die (Weiter-)Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie und der -ziele sowie die Berichterstattung.

Aufgrund der dezentralen Organisationsstruktur des Unternehmens erfolgt die Umsetzung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den verschiedenen Bereichen und Unternehmensfunktionen und den einzelnen Unternehmensgesellschaften.

MAM und insbesondere das Nachhaltigkeitsmanagement engagiert sich in verschiedenen Initiativen mit Bezug zur Nachhaltigkeit u. a. dem UN Global Compact. [➔](#) Seiten 87–88

GOVERNANCE



Das internationale Nachhaltigkeitsteam berichtet dem Finanzvorstand. Das Steering Komitee Nachhaltigkeit setzt die Nachhaltigkeitsstrategie um. Die Steuerung übernimmt das Nachhaltigkeitsteam. Dieses steht im regelmäßigen Austausch mit den Verantwortlichen der Produktionsstätten, der Forschung & Entwicklung sowie den Gesellschaften in den Ländern.

Nachhaltigkeitsteams international

GRI 102-40

SDG 12.6

ZENTRAL GESTEUERT, VOR ORT WEITERENTWICKELT

MAM bietet seine Produkte in über 60 Ländern zum Verkauf an und ist auch mit eigenen Teams international vertreten. Sei es an unseren Produktionsstandorten in Thailand und Ungarn oder in unseren Niederlassungen in den USA und China: Bei MAM sind wir stolz auf unsere internationale Belegschaft, mit der wir gemeinsam das Thema Nachhaltigkeit weiter vorantreiben. Gesteuert werden unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten vom zentralen Nachhaltigkeitsteam aus. Je nach Größe der Niederlassung übernehmen auch die Nachhaltigkeitsverantwortlichen bzw. Teams vor Ort entsprechende Aufgaben.

Da nachhaltiges Wirtschaften und Handeln ein Kernelement unserer unternehmerischen Tätigkeit ist und bleiben soll, haben wir den Zielbereich „Nachhaltigkeit in MAM Gesellschaften“ in unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankert. Dies beinhaltet einen regelmäßigen Austausch mit den Niederlassungen genauso wie das Umsetzen zielgerichteter Maßnahmen, um unser Bewusstsein für Umwelt und Gesellschaft in allen Teams weiter zu fördern.

An bereits fünf MAM Standorten (Frankreich, Deutschland, Schweiz, USA und Schweden) haben wir Nachhaltigkeitsworkshops durchgeführt, in denen wir gemeinsam Ideen erarbeiten, wie die Themen der Nachhaltigkeit an unseren Standorten weiterentwickelt werden können. Zusätzlich werden wir bis Ende des Jahres 2021 ein E-Learning-System aufbauen, über das alle MAM Mitarbeiter*innen auf hilfreiche Informationen zum Thema „Nachhaltigkeit bei MAM“ zugreifen können.

BERÜCKSICHTIGUNG DER LÄNDERBESONDERHEITEN

Um dem spezifischen Kontext der verschiedenen Länder, in denen MAM operiert, gerecht zu werden, werden wir im Jahr 2022 länderspezifische Nachhaltigkeitsrichtlinien erarbeiten. Diese orientieren sich an der MAM Nachhaltigkeitsstrategie und beziehen den regulatorischen und gesellschaftlichen Kontext der verschiedenen Märkte mit ein. Im Berichtszeitraum haben wir unsere Nachhaltigkeitsteams an unseren Standorten in Deutschland und Österreich verstärkt und zahlreiche Maßnahmen implementiert.

Österreich: Neben dem internationalen Nachhaltigkeitsteam, das für unsere übergeordnete Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich ist, übernimmt das WeCare Team länderspezifische Aufgaben für Österreich. 2020 haben wir den Aufgabenbereich ökologische Nachhaltigkeit um die soziale Nachhaltigkeit ergänzt. Das Team kümmert sich weiterhin um Umweltthemen wie nachhaltige Beschaffung und Recycling. Darüber hinaus koordiniert es jetzt den Bereich Corporate Giving, ein Thema der sozialen Nachhaltigkeit.

Das WeCare Team setzt ökologische und soziale Initiativen an den beiden österreichischen Standorten um.



Das Team blickt bereits auf einige Erfolge zurück. Ein Beispiel ist die erfolgreiche Umstellung auf nachhaltige Büroartikel und recyceltes Druckerpapier. Aktuell werden schrittweise Projekte zur Wassereinsparung und grüner Energie vorangetrieben. Jährliche Mobilitätsoffensiven motivieren Mitarbeiter*innen zum Beispiel, den Arbeitsweg mit dem Fahrrad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln zurückzulegen.

Deutschland: Unser Team in Deutschland hat sich im Berichtszeitraum einer Vielfalt von Aufgaben in den Bereichen Umwelt, Mensch und Gesellschaft gewidmet. Wie alle internationalen MAM Nachhaltigkeits-teams berichten auch die Kolleg*innen in Deutschland regelmäßig über ihre Fortschritte und länderspezifischen Entwicklungen. So wird bei Druckerzeugnissen und Kartonagen auf umweltschonende Materialien zurückgegriffen, wie zum Beispiel recyceltes oder mindestens FSC-zertifiziertes

Papier. Auch die Reduktion benötigter Ressourcen, insbesondere Kunststoff, steht für das Team im Vordergrund und wird dementsprechend konzernweit auf die Agenda gesetzt. Intern konnten am Standort ebenfalls große Fortschritte in Bezug auf Recycling und die Vermeidung von Müll erzielt werden. Die Umstellung auf ein papierloses Büro ist in vollem Gange: Rechnungen werden wo möglich online verschickt, Bewerbungen bevorzugt elektronisch entgegengenommen. Auch die Transformation zu erneuerbaren Energien wird vorangetrieben: Strom wird bereits zu 100 % aus erneuerbaren Quellen bezogen, die ersten E-Ladestationen sind installiert und Warensendungen werden klimaneutral verschickt.

Bei den E-Ladestationen von MAM Deutschland können sowohl Mitarbeiter*innen als auch Gäste Strom tanken.



Das Nachhaltigkeitsteam in Deutschland kann schon auf viele umgesetzte Maßnahmen zurückblicken.



Fortschritte & Themen

- 38 Produkte
- 48 Umwelt
- 60 Mitarbeiter*innen
- 68 Gesellschaft
- 76 Wertschaffung



Produkte

Mit Sicherheit und Sorgfalt das Beste für Babys schaffen



Bei MAM entwickeln wir Produkte, die innovative Erkenntnisse, höchste Qualitätsansprüche und Sicherheit verbinden. Beim Entwicklungsprozess unterstützen uns stets medizinische Expert*innen – von Kinderärzt*innen bis zu Hebammen. So ist es uns in den letzten Jahren gelungen, eine mehrfach ausgezeichnete Produktpalette hervorzubringen, die einen nachweislich positiven Beitrag zur Babygesundheit leistet.

MAM Comfort

Bei MAM stehen seit jeher die Sicherheit und Gesundheit des Babys im Mittelpunkt. Im Berichtszeitraum wurde der MAM Comfort auf den Markt gebracht. Er ist speziell für Frühchen und Neugeborene ausgelegt und besteht zu 100 % aus Silikon. Die untenstehende Info-

grafik zeigt, wie bei der Entwicklung des MAM Comfort alle Zielbereiche unserer Nachhaltigkeitsstrategie  Seiten 28–31 berücksichtigt wurden. Hier wird besonders deutlich: Nachhaltigkeit ist bei MAM ein ganzheitlicher Prozess.

	Nachhaltigkeitsmanagement	Nachhaltigkeitskommunikation	Produkte
ZIELE	<ul style="list-style-type: none"> Nachhaltigkeit in MAM Gesellschaften Nachhaltiges Lieferkettenmanagement Zertifizierungen, Audits, Labels 	<ul style="list-style-type: none"> Berichterstattung Stakeholder-Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> Integration Nachhaltigkeit in F&E-Prozessen Nachhaltiges Produktdesign Nachhaltiges Verpackungsdesign Neue Business Modelle
MASSNAHMEN	<ul style="list-style-type: none"> Sicherheit und Qualität – alle gängigen internationalen und nationalen Normen eingehalten oder übertroffen 	<ul style="list-style-type: none"> Aufklärungsarbeit und Wissenstransfer zu Frühgeborenen-Themen, von MAM und externen Expert*innen 	<ul style="list-style-type: none"> Schnuller besteht aus nur einem Material – kein Verbundmaterial weniger Ressourceneinsatz – 32 %* leichter als andere Voll-Silikon-Schnuller Enthält keinen Kunststoff aus Erdöl – Rohmaterial ist Quarzsand, der in Europa abgebaut wird
MASSNAHMEN	<ul style="list-style-type: none"> Montageprozess fällt weg – weniger Energie und CO₂-Emissionen Nicht bedruckt – weniger Abfälle und keine Verwendung von Lacken Nur ein Lieferant – geringere Transportemissionen 	<ul style="list-style-type: none"> In enger Zusammenarbeit und länderübergreifend mit allen Abteilungen von F&E, Marktforschung, Medical Science Cooperation, Marketing&Sales, Compliance, Qualität und Produktion entstanden Faire Arbeitsbedingungen beim Lieferanten 	<ul style="list-style-type: none"> In Zusammenarbeit mit klinischen Expert*innen perfektioniert Speziell konzipiert für die Anforderungen von Früh- & Neugeborenen Geringes Gewicht – Lippen- und die Zungenmuskulatur werden nicht überfordert Mit medizinischen Geräten aus dem Klinikalltag kompatibel
ZIELE	<ul style="list-style-type: none"> Energie & Klima Abfall Logistik & Mobilität 	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiter*innenzufriedenheit Mitarbeiter*innengesundheit Unternehmensethik Werte & Identität 	<ul style="list-style-type: none"> Aufklärungsarbeit Corporate Giving Gesundheits- und Produktsicherheitsstandards
	Umwelt	Mitarbeiter*innen	Gesellschaft



* Wissenschaftliche Untersuchungen des WILD Hi-Precision Institute (Österreich) bestätigen, dass der MAM Comfort 32 % leichter als das durchschnittliche Gewicht aller getesteten Silikon Schnuller ist. Ergebnisse Gewicht: 10,3 g – 16,6 g

Produkt- innovationen

GRI 301-1, 301-2,
403-7

SDG 3.2

BABYS START IN DIE WELT SO EINFACH WIE MÖGLICH MACHEN

Über die Jahre bewährt haben sich zwei unserer wichtigsten Produkte, die die Gesundheit der Babys von Anfang an auf unterschiedliche Weise fördern: der MAM Perfect Schnuller und die MAM Easy Start Anti-Colic Babyflasche.

Unser MAM Perfect Schnuller wurde mit Kieferorthopäd*innen und Kinderzahnärzt*innen entwickelt: Im Vergleich zu konventionellen Schnullern reduziert er aufgrund seines besonders dünnen Saugerhalses das Risiko für Zahn- und Kieferfehlstellungen. Eine Langzeitstudie und zahlreiche klinische Tests konnten das belegen.

Muttermilch ist das Beste für Babys. Wenn Stillen nicht möglich ist, bietet unsere MAM Easy Start Babyflasche eine gute Alternative. Durch das patentierte Bodenventil schlucken Babys weniger Luft und das Risiko von Koliken kann so um 80 %* verringert werden. Die Wirkungsweise konnten wir durch Feldstudien in Österreich und den USA bestätigen. Wie alle unsere Babyflaschen ist auch die MAM Easy Start mit dem MAM Sauger mit einzigartiger SkinSoft™ Silikon Oberfläche ausgestattet. Diese ist mit ihrer flachen Form der Brustwarze der Mutter nachempfunden und macht daher die Umstellung auf Flaschenfütterung für Babys wesentlich leichter.

Die MAM Easy Start Anti-Colic Flasche reduziert nachweislich das Risiko von Koliken.



AWARDS

Wir sind stolz, dass die Leidenschaft und Sorgfalt, die wir in die Entwicklung von MAM Produkten stecken, immer wieder mit Auszeichnungen und Preisen belohnt werden. Im Berichtszeitraum haben unsere Produkte in Ländern wie China, USA oder dem Vereinigten Königreich einige Preise gewonnen: 2020 wurde der MAM Night Schnuller bei den britischen Made for Mums Awards als bester Schnuller ausgezeichnet. Einen weiteren Erfolg konnte MAM als Gesamtmarke in China verzeichnen – dort wurde MAM Baby von der Web-Plattform Babytree zur „Annual Top Imported Brand“ gekürt.



* Feldstudie, Österreich 2011, getestet mit 73 Müttern von Babys mit Koliken/ Marktforschung, USA 2010, getestet mit 35 Müttern von Babys mit Koliken.

MIT SICHERHEIT FÜR UNSERE KLEINSTEN

In den vergangenen zwei Jahren haben wir Produkte entwickelt, die schon die ganz Kleinen unterstützen und Eltern mehr Flexibilität ermöglichen – damit sie sich voll und ganz auf ihr Familienglück konzentrieren können.



MAM PREMIE: DER IDEALE SCHNULLER FÜR FRÜHGEBORENE

In Ergänzung zum MAM Comfort haben wir zwei kleinere Stufen des Vollsilikon-Schnullers entwickelt: den MAM Preemie 1 und 2. Diese sind eigens für Frühgeborene und ausschließlich für den Klinikgebrauch konzipierte Medizinprodukte. In diesen besonders leichten Schnullern stecken sieben Jahre Forschung und Entwicklung, stets in Zusammenarbeit mit zahlreichen Expert*innen. Wir haben so viel Zeit aufgewendet, um sicherzustellen, dass sie medizinischen Anforderungen wie oraler und nasaler Beatmung oder Ernährung im Krankenhaus gerecht werden. Für die optimale Anpassung an das Baby, können die MAM Preemies sogar zugeschnitten werden. Aufgrund ihres besonders geringen Gewichts kann der Schnuller leicht im Mund der Frühchen behalten werden und die Lippen- und Zungenmuskulatur wird nicht überbeansprucht.



MAM 2IN1 DOPPEL-MILCHPUMPE

Mit unserer MAM 2in1 Doppel-Milchpumpe gelingt das Abpumpen nun noch effizienter. In enger Zusammenarbeit mit Hebammen entwickelt, vereint die MAM 2in1 Lösung alle Vorteile der elektrischen und manuellen Nutzung und kann daher in jeder Lebenslage effektiv angewendet werden. Mit der Doppelpumpe funktioniert das Abpumpen entweder simultan oder nur auf einer Seite – insgesamt gibt es neun unterschiedliche Stufen zur Auswahl. Stillenden Müttern eröffnet die Milchpumpe ein hohes Maß an Flexibilität, da abgepumpte Milch auch von anderen Bezugspersonen mit der Babyflasche gegeben werden kann. So wird beispielsweise der Wiedereinstieg in die Berufswelt erleichtert.

90 ML MAM FEEL GOOD GLASFLASCHE

Zu den bestehenden Produktgrößen von 170 ml und 260 ml, bieten wir mit der 90 ml Feel Good Glasflasche nun auch eine Option für die ganz Kleinen. Die Flasche ist aus hitzebeständigem Borosilikat-Glas gefertigt und verspricht die gewohnt hohe Qualität und bewährte Haptik. Aufgrund ihres geringeren Fassungsvermögens ist sie ideal für Neugeborene und durch ihr ergonomisches Design besonders komfortabel und sicher zu greifen.

Materialien

GRI 301-1, 301-2,
403-7

SDG 12.4

Der Schutz der Babygesundheit beginnt für uns bereits ganz am Anfang: bei der Auswahl der Materialien für unsere Produkte. Dass diese Materialien besonders sicher und hochwertig sind, lassen wir uns regelmäßig von Expert*innen bestätigen. Außerdem testen wir laufend Alternativen zu unserer bestehenden Auswahl und nehmen deren Auswirkungen auf die Umwelt genau unter die Lupe – natürlich stets mit der Prämisse der Babysicherheit vor Augen.

Bei der Auswahl der Materialien legen wir großen Wert darauf, dass sie absolut unbedenklich sind. Alle MAM Baby Produkte und Verpackungen aus Polypropylen sind frei von BPA, BPS, PVC und Phthalaten. Außerdem verwenden wir nur lebensmittelechte Farben für die Bedruckung unserer Produkte. In der Materialbeschaffung arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, die mit uns gemeinsam die Produkte entwickeln und Nachhaltigkeit genauso ernst nehmen wie wir. Auch gehen wir innerhalb der Lieferkette noch einen Schritt weiter und pflegen Geschäftsbeziehungen mit Vorlieferanten, die für die Zusammensetzung und Auswahl der Kunststoffmaterialien verantwortlich sind. Im Kapitel Umwelt kann man mehr über Ökologie in der Lieferkette erfahren. [➔](#) Seiten 48–59

Um Licht ins Dickicht der verschiedenen Materialien zu bringen, haben wir unseren Kollegen **Peter Guttman** gebeten, uns die Vielzahl an Stoffen etwas näher zu erklären. Als Experte für Materialien ist er der ideale Ansprechpartner für alle Fragen rund um Materialien und Nachhaltigkeit.

Sowohl die SkinSoft Silikon als auch die Naturkautschuk Schnuller sind eine sichere Wahl für Babys.

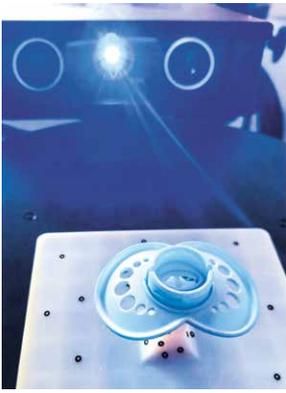


DIE QUAL DER WAHL

Natürlicher und bissfester Kautschuk oder doch lieber klares und geruchloses Silikon? Eltern können sich bei unseren Schnullermodellen zwischen den beiden Saugermaterialien entscheiden, „**Naturkautschuk wird aus Kautschukmilch hergestellt, die in der Nähe unseres Werks im Süden Thailands von Gummibäumen gezapft wird.**“, erklärt Peter Guttman. Mehr über unsere Arbeit mit den Kautschukbäuer*innen und der Fair Rubber Initiative ist im Kapitel Wertschaffung [➔](#) Seiten 81–84 zu lesen. „**Gegenüber Silikon hat Kautschuk den Vorteil, dass er flexibler und bissfester ist. Als Naturmaterial wird er jedoch schneller porös. Unser SkinSoft™ Silikon hat im Gegensatz dazu weder einen Gummigeschmack noch -geruch. Das synthetische Material altert unter Hitze- und Sonneneinwirkung kaum, ist jedoch weniger verformbar. Für beide Optionen steht aber auf jeden Fall fest, dass sie komplett sicher und eine gute Wahl für Babys sind.**“



Peter Guttman,
Technical Researcher



Bevor die Babys am Schnuller nuckeln können, werden Modelle aus neuen Materialien bei uns durch den 3D-Scanner auf Herz und Nieren überprüft.

NACHHALTIG VON ANFANG BIS ENDE? LEBENSZYKLEN UNSERER BABYFLASCHEN IM VERGLEICH

Für unsere MAM Babyflaschen verwenden wir drei Hauptmaterialien: PP (Polypropylen), PPSU (Polyphe-nylsulfon) und Glas (Borosilikat). Alle diese Materialien haben verschiedene Vor- und Nachteile, die wir in der Entwicklung mitberücksichtigen. Um eine genauere Bilanz zu ziehen, nutzen Peter Guttman und seine Kolleg*innen unter anderem eine sogenannte Lebenszyklusanalyse (Life Cycle Assessment (LCA)). Diese Analyse verrät uns ganz genau, wo die Stärken und Schwächen liegen. PP schneidet in der Ökobilanz am besten ab und kann mit niedrigem Gewicht und wenig Energie- und Wasserverbrauch in der Herstellung punkten. Jedoch wird der Kunststoff aus Rohöl gewonnen und ist somit, wie der Quarzsand für die Glasproduktion, ein nicht nachwachsender Rohstoff. PPSU ist ein weiterer Kunststoff, den MAM zum ersten Mal für ein Flaschenmodell in China verwendet hat. Dieser hat laut unserer Forschung zwar eine schlechtere Umweltbilanz als PP, ist jedoch in China das geläufigste Material. Es gibt bei dem von uns eingesetzten PPSU keine Migration von BPA gemäß der Regulation (EU) No.321/2011 und somit ist auch dieses Material für Babys unbedenklich. Um den Wünschen der Eltern gerecht zu werden, haben wir uns deshalb dazu entschlossen, Flaschen aus PP und PPSU anzubieten und umfassend über Vor- und Nachteile beider Produkte aufzuklären. Bezüglich Recycling räumt Peter Guttman mit einem Mythos auf: **„Babyflaschen aus Glas können in der Praxis leider nicht recycelt werden, da Borosilikat-Glas aufgrund**

der geforderten Hitzebeständigkeit eine andere Zusammensetzung, als Standardglas hat und deshalb nicht in Standardglasströmen weiterverarbeitet werden kann.“ Das hitzebeständige Glas, welches wir für unsere Flaschen verwenden, hat jedoch den Vorteil, dass es Temperaturschocks standhält und generell robuster ist als herkömmliches Glas. Denn auch hier hat Sicherheit für uns absolute Priorität.

NEUGIER UND NACHHALTIGKEIT: WIR GEHEN DEN DINGEN AUF DEN GRUND

MAM forscht seit Jahren gemeinsam mit Partnern daran, alternative und erneuerbare Materialien zu entwickeln. Die Ansprüche, die die neuen Materialien erfüllen müssen, sind vielfältig. Natürlich haben sie absolut unbedenklich für Babys zu sein. Außerdem müssen sie hitzebeständig, transparent, kratzfest und leicht sein und Bruch- und Formsicherheit aufweisen. Diese Ansprüche an Qualität und Sicherheit möchten wir mit einem möglichst geringen ökologischen Fußabdruck kombinieren.

Peter Guttman bringt es auf den Punkt: **„Um es kurz zu machen, schauen wir uns verschiedene Arten von Kunststoffen an und evaluieren deren Auswirkungen auf die Umwelt. Der Kunststoffmarkt erlebt momentan einen großen Umbruch und es gibt viele Bestrebungen, nachhaltige Materialien zu entwickeln.“** Beispiele dafür sind Kunststoffe, die auf verschiedene Arten recycelt wurden, entweder chemisch oder mechanisch. Außerdem analysiert das Team auch biobasierte Kunststoffe wie zum Beispiel aus Zuckerrohr oder aus organischen Rückständen der Pflanzenölherstellung.

Nach dieser kleinen Materialkunde fasst Herr Guttman die wichtigste Erkenntnis für uns zusammen: **„Egal um welches Material es sich handelt – die oberste Prämisse für MAM ist, dass alle verwendeten Werkstoffe und daraus gefertigten Produkte absolut sicher für Babys sind und so ressourcenschonend wie möglich hergestellt werden.“**

Babyflaschen aus Kunststoff und Glas im Vergleich. Beide Materialien haben im Bereich Umwelt Vor- und Nachteile und sind für Babys unbedenklich.



Nachhaltiges Verpackungsdesign

GRI 301-1, 301-2

SDG 12.4, 12.5

Verpackungen haben vor allem eine Aufgabe – den Schutz des Produktes, vor allem bei Produkten, die in den Mund von Babys gehen wie jene von MAM. Unsere Vision ist es, Verpackungslösungen zu entwickeln, die keine Kompromisse in puncto Sicherheit eingehen und gleichzeitig eine möglichst niedrige Umweltbilanz aufweisen. Daher haben wir die nachhaltige Gestaltung von Verpackungen in unserer Nachhaltigkeitsstrategie mit einer hohen Priorität versehen. Wir verfolgen drei klare Vorhaben: Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks, Erhöhung der Rezyklierbarkeit unserer Verpackungen und Einsatz von Materialien, die recycelt sind, aus erneuerbaren Rohstoffen bestehen oder aus verantwortungsvollen Quellen stammen.

Mit SUPA (Sustainable Packaging) haben wir 2019 ein abteilungsübergreifendes Projekt geschaffen, welches dieses Thema in den Fokus rückt. SUPA leistet einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung unseres ökologischen Fußabdrucks. Auch hier steht wieder unser ganzheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit im Vordergrund, denn Verpackungen nehmen wir genauso ernst wie das Produkt.

EIN PROJEKT MIT LANGFRISTIGER AUSRICHTUNG

Anfang 2020 wurde der aktuelle Status Quo in Sachen Verpackungen bei MAM analysiert. Diese Phase diente zum Wissensaufbau und wurde, wie es bei MAM Standard ist, von Expert*innen begleitet. Teil dieser Phase war eine Vielzahl von Perspektiven: Eine Lebenszyklusanalyse unserer bestehenden Verpackungen zeigte uns anhand unterschiedlicher Wirkungskategorien deren Umwelteinfluss. Als wichtigsten Faktor haben wir hier das Klimaerwärmungspotenzial eingestuft, das wir kontinuierlich reduzieren wol-

Bei der Ist-Analyse wurden verschiedene MAM Verpackungen miteinander verglichen – darunter auch die Transport- und Sterilisierbox für unsere Schnuller.



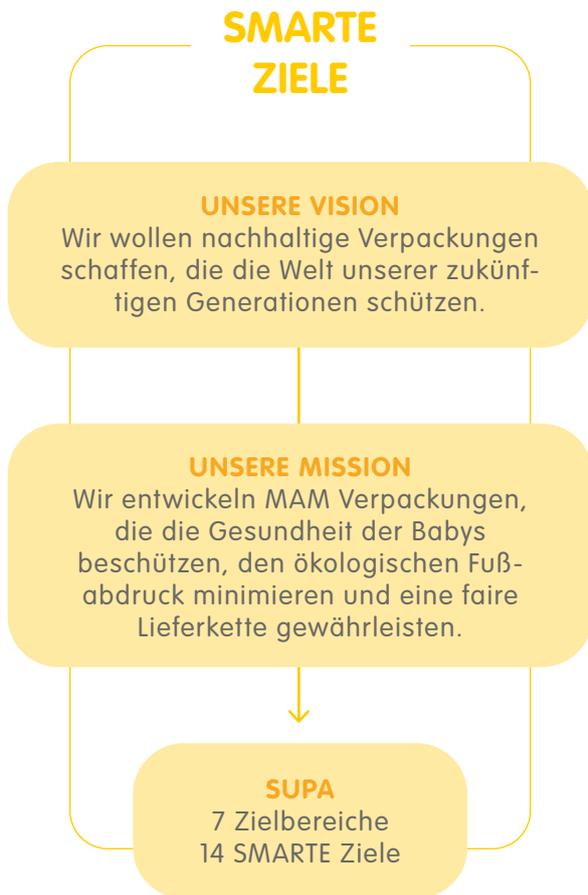
len. Auch die Bedürfnisse von Eltern haben wir durch eine Marktforschungsstudie miteinfließen lassen. Dazu kommen Informationen zum politischen Geschehen wie zum Beispiel relevante Gesetzgebung und die Anforderungen der verschiedenen Handels- und Distributionspartner, die ihre eigenen Verpackungsziele nur mit der Hilfe von Kund*innen wie MAM erreichen können. Für uns waren die Ergebnisse der Analyse klar – nur ein Angebot von verschiedenen Verpackungslösungen führt zum größtmöglichen positiven Effekt für die Umwelt. Zum Beispiel wird das Starterset der Schnuller weiterhin mit der Sterilisierbox geliefert, um so die Schnuller einfach transportieren und sie klimaschonend sterilisieren zu können. ➔ [Seiten 49–54](#)

WAS IST EINE LEBENSZYKLUSANALYSE?

Eine Lebenszyklusanalyse (eng.: Life Cycle Assessment – LCA) ist eine Methode zur Analyse von Umweltauswirkungen, bei der der gesamte Lebenszyklus eines Produktes betrachtet wird. Angefangen bei der Gewinnung des Rohmaterials über Verarbeitung, Vertrieb und Gebrauch bis zum Recycling – alle Stationen im „Leben“ eines Produktes werden angeschaut.

Ein weiterer Vorteil: Man muss nicht mit jedem neuen Schnuller eine neue Sterilisierbox erwerben, weil diese eine längere Lebensdauer hat. Unser Plan: Wir möchten ein Nachfüllangebot schaffen, bei dem neue Schnuller in recyclingfähigen Verpackungen mit dem kleinstmöglich ökologischen Fußabdruck angeboten werden. Hierfür haben wir bei MAM ein Leuchtturm-Projekt ins Leben gerufen, welches genau diese Kombination umfasst.

So ist die Mission von MAM, dass unsere Verpackungen so gestaltet sind, dass sie Gesundheit und Wohlbefinden von Babys schützen, einen möglichst niedrigen ökologischen Fußabdruck haben und gerechte Bedingungen in der Lieferkette sicherstellen. Auf dieser Mission und den vorhergehenden Handlungsempfehlungen haben wir die Strategie für nachhaltige Verpackungen entwickelt. Wir haben sieben Zielbereiche und insgesamt 14 messbare Ziele mit konkreten Key Performance-Indikatoren (KPIs) entwickelt:

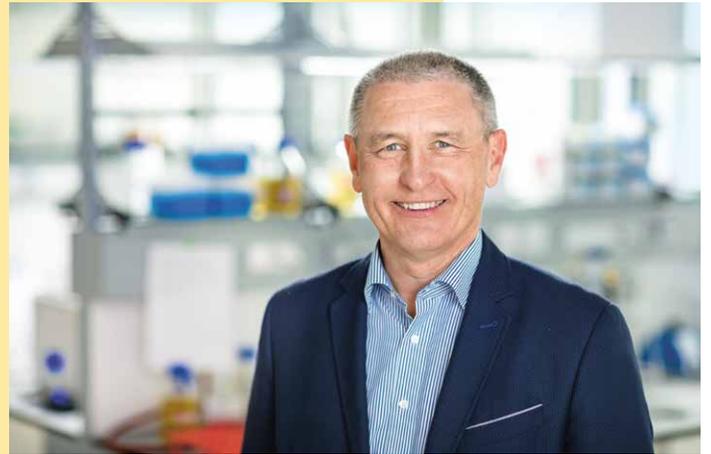


Übergeordnetes Ziel	Unterziel	KPI
Den ökologischen Fußabdruck reduzieren	Reduzierung des CO ₂ -Fußabdrucks der Konsumentenverpackung um 40 % bis 2025	% CO ₂ -Reduktion
	Reduzierung des CO ₂ -Fußabdrucks von Gesamtverpackungen (inkl. Distributionsmaterialien) um 30 % bis 2025	% CO ₂ -Reduktion
Die Recycling- und Kreislauffähigkeit erhöhen	Alle Verpackungsmaterialien sind recyclingfähig bis 2022	% Anteil des eingesetzten Verpackungsmaterials ist recyclingfähig
	Alle Verpackungslösungen sind recyclingfähig bis 2025	% Anteil der eingesetzten Verpackungslösungen ist recyclingfähig
Auf recycelte, erneuerbare oder verantwortungsvolle Materialien umsteigen	Alle Verpackungslösungen sind entweder aus recycelten, erneuerbaren oder verantwortungsvollen Materialien bis 2025	% Anteil der Ressourcen für Verpackungslösungen sind recycelte, erneuerbare oder verantwortungsvoll gewonnene Materialien
	Alle Papierverpackungen sind FSC-zertifiziert bis 2022	% Anteil FSC-zertifizierter Papier- und Kartonverpackungskomponenten
	Bis 2022 stammen 40 % unserer Kunststoffverpackungen aus recyceltem Kunststoff Ab 2022 verwenden wir kein PVC mehr in unseren Verpackungen	% Anteil recyceltem Kunststoff bei Kunststoffverpackungen Ziel bereits erreicht
Kunststoffverpackung reduzieren	Reduktion von Kunststoffverpackung um 20 % bis 2025	% Reduktion von Kunststoffverpackungen
	Reduktion von Einwegkunststoff um 20 % bis 2025	% Reduktion von Einwegkunststoff
Umweltauswirkungen von Farben und Klebstoffen reduzieren	Ausschließliche Verwendung von Farben, die für den Einsatz in Lebensmittelverpackungen zugelassen sind, bis 2022	
	Verwendung von ökologischen Farben, Lacken und Klebstoffen bis 2025	
Faire und gesunde Arbeitsbedingungen gewährleisten	Faire und gesunde Arbeitsbedingungen in der gesamten Verpackungslieferkette bis 2022	% Anteil der Lieferanten, die Anforderungen über Zertifizierungen erfüllen
Lokale/regionale Beschaffung	90 % aller Verpackungen innerhalb eines Radius von 200 km zu den MAM Werken bis 2022	%-Anteil der Verpackungen innerhalb 200 km



VIER FRAGEN AN: MANFRED TACKER, EXPERTE FÜR VERPACKUNGS- UND RESSOURCENMANAGEMENT

In den letzten beiden Jahren stand uns ein starker Partner zur Seite. Das gesamte Projekt wurde von der Beratungsagentur Circular Analytics begleitet, deren CEO Manfred Tacker ist. Als ehemaliger Leiter des Fachbereichs Verpackungs- und Ressourcenmanagement der Fachhochschule Campus Wien ist er ein wahrer Experte auf seinem Gebiet.



Herr Tacker, wie haben Sie die Zusammenarbeit mit MAM erlebt?

MAM gehört aus meiner Sicht zu jenen Unternehmen, die im Bereich Verpackungen bereits im Vorfeld des Projekts in der Spitzengruppe lagen. Die Zielorientierung war bei MAM also vorhanden, was von Anfang an für ein konstruktives Arbeiten gesorgt hat. Auch passiert es nicht oft, dass Top-Leute in den Bereichen Verpackungstechnik und Nachhaltigkeit im Unternehmen sitzen und das hat diesem Projekt eindeutig den nötigen Drive verliehen.

Bei MAM liegt der Fokus auf dem ökologischen Fußabdruck, Recyclingfähigkeit und Einsatz von Rezyklaten und Materialien aus erneuerbaren Quellen. Wie schätzen Sie diese Richtung ein?

Ja, die wesentlichen Punkte eines Life Cycle Assessments müssen abgedeckt werden. Unterschiedliche Materialien haben unterschiedliche Auswirkungen auf unterschiedliche Kategorien. Der Einsatz von Kunststoffen hat zum Beispiel einen höheren abiotischen Ressourcenverbrauch, während erneuerbare Materialien wie Papier höhere Werte bei Eutrophierung oder Wasser-

verbrauch aufweisen. Hier gilt es, gut abzuwägen und die ökologisch besten Entscheidungen zu treffen. Eines ist jedoch klar: Recyclingfähig müssen alle Verpackungslösungen sein, da geht kein Weg daran vorbei.

Wie sehen Sie die Ergebnisse des gesamten Prozesses?

Dieser ist noch nicht ganz abgeschlossen, aber der Fokus auf Reduktion des ökologischen Fußabdrucks und Recyclingfähigkeit passt schon sehr gut. Jedes Unternehmen muss aufgrund der eigenen wesentlichen Themen und jener seiner Stakeholder Nachhaltigkeit für sich definieren. MAM ist hier auf einem guten Weg.

Was wünschen Sie MAM für die Zukunft?

Weiterhin darin Vorreiter zu sein, die Umweltauswirkungen und Kreislaufwirtschaft von Verpackungen zu betrachten und so mit gutem Beispiel für andere voranzugehen. Und dies auch kundzutun!

Manfred Tacker hat als externer Experte am Projekt SUPA mitgewirkt.

EINE ERFOLGREICHE ERSTE BILANZ

Im vergangenen Geschäftsjahr 2020 haben wir einige Maßnahmen erfolgreich umgesetzt. Dadurch sind wir unseren sieben Zielbereichen und 14 SMARTen Zielen um einiges näher gekommen. Einer der größten Erfolge war die Umstellung auf FSC-zertifizierte Materialien für Papier- und Karton in unserem Werk in Ungarn. Sämtliche Papier und Kartonmaterialien der Konsument*innenverpackungen stammen nun zu 99 % aus FSC-zertifizierten Materialien. Darüber hinaus haben wir verschiedene kleinere Maßnahmen umgesetzt und einige unserer aktuellen Verpackungslösungen überarbeitet. So haben wir im Bereich Produktmuster die Verpackung der Trinkfläschchen teilweise weglassen können – eine deutliche Einsparung. Außerdem haben wir die Verpackung des Welcome to the World Sets so umgestaltet, dass Kunststoffteile wegfallen, das Volumen der Verpackung reduziert wurde und recycelte Materialien eingesetzt wurden. Diese Neugestaltung zeigt ganz deutlich, wie nah alle Zielbereiche miteinander verknüpft sind. Das Design und die Auswahl der Materialien im Designprozess haben einen enormen Einfluss auf den ökologischen Fußabdruck.

Darüber hinaus wurden noch folgende Maßnahmen ergriffen:

- Kunststoff-Verpackungstrays (z. B. für Brustpumpen) sind zukünftig nicht mehr aus Kunststoff, sondern aus gepresstem, recyceltem Papier
- Blisterverpackungen bestehen in Zukunft aus recyceltem Kunststoff
- Ausstanzungen der Sterilisierbox-Verpackung mit J-Haken wurden von Kunststoff in recycelten Kunststoff umgewandelt
- Flaschenverpackungen werden optimiert, enthalten recyceltes Kunststofffenster sowie FSC-zertifizierte Kartonverpackung



Durch die Neugestaltung unseres Welcome to the World Sets konnten wir 25 % Kunststoff und 38 % Karton einsparen.

ZUSAMMEN MEHR ERREICHEN

Wir bei MAM sind der Meinung, dass wir nachhaltige Lösungen nur im Verbund mit Wissenschaft, anderen Unternehmen und Politik erreichen. Wir sind deshalb den Plattformen Verpackung mit Zukunft, PET2PACK und PolyCycle beigetreten, um gemeinsam mit anderen Stakeholdern an nachhaltigen Verpackungen zu arbeiten.

PLATTFORM
VERPACKUNG
MIT ZUKUNFT



SUPA AUSBLICK 2021

Auch 2021 und den Jahren danach haben wir viel vor: Für die Zukunft liegt der Fokus weiterhin auf unserem Leuchtturmprojekt. Um die Nachfüllverpackungen der Schnuller noch umweltfreundlicher zu gestalten, werden wir im ersten Schritt von PET auf recyceltes PET umsteigen. Zudem forcieren wir den Umstieg auf erneuerbare Materialien und die Verwendung von weiteren recyclingfähigen und bereits recycelten Materialien, immer mit der Prämisse, den Produktschutz zu gewährleisten und die Umweltauswirkungen so gering wie möglich zu halten. Wie in vielen Projekten befinden wir uns hier auf einer Nachhaltigkeitsreise und sind selbst gespannt, wohin sie uns führen wird.



Umwelt

Die Zukunft der Kleinsten schützen



Klimaschutz ist die größte Herausforderung des 21. Jahrhunderts. Wir bei MAM haben dieses Thema für uns zur strategischen Priorität erklärt – denn was gibt es Nachhaltigeres, als für die Gesundheit und Zukunft der Babys und ihrer Umwelt zu arbeiten.

Klima entlang der Wertschöpfungskette

GRI 302-1, 305-1,
305-2, 305-3

SDG 13.2

“Mit dem Thema Nachhaltigkeit in der Produktentwicklung setzen wir uns schon lange auseinander. Neben unseren Standardanforderungen wie Sicherheit und Funktionalität, beschäftigen wir uns auch mit der Frage wie unsere Produkte zum Klimaschutz beitragen können.”

Thomas Rohaczek, Head of Product Design & Development



Wir haben uns der Philosophie der Kreislaufwirtschaft verschrieben und haben entsprechende Zielsetzungen in unsere Wertschöpfungskette integriert. In puncto Klimaschutz kann dies nur gemeinsam mit anderen Akteuren geschehen und deswegen denken wir dieses als gemeinsames Projekt. Das schließt unsere internationalen Standorte, unsere Lieferanten und auch unsere Konsument*innen mit ein.

KLIMASCHUTZ GEHT NUR GEMEINSAM

Unsere Produkte entwickeln wir nicht nur in Verbindung mit Expert*innen, um höchste Qualitätsansprüche zu gewährleisten, sondern auch um durchdachte und langlebige Lösungen zu erzielen. Diese Verantwortung geht für uns weiter als bis zum Verkaufsort, auch weil wir für effektive Verbesserung der Ökobilanz eines Produktes die Unterstützung der Stakeholder einfordern.

ENERGIE UND CO₂ SPAREN LEICHT GEMACHT



-77%

CO₂

Eltern können durch die praktischen MAM Sterilisierungsmethoden im Vergleich zum Kochtopf eine Menge Energie und CO₂ sparen. Dazu muss einfach etwas Wasser in die Sterilisier- und Transportbox für Schnuller oder in die Anti-Colic Flasche gefüllt und diese dann gut verschlossen für drei Minuten in der Mikrowelle erhitzt werden.

1 — 2 — 3 →



-85%

CO₂

ÖKOLOGISCHER FUSSABDRUCK DER MAM BABYFLASCHE

Ein wichtiger Schritt in der Entwicklung unserer Produkte ist die Berechnung des Produkt-CO₂-Fußabdrucks (Product Carbon Footprint – PCF). Diese ökologische Messgröße gibt an, wie viel an Treibhausgasen innerhalb des Lebenszyklus eines Produktes ausgestoßen wird. Je kleiner er ist, umso weniger wird die Umwelt belastet.

Die Ergebnisse der PCF-Studie für unsere MAM Easy Start Anti-Colic haben ergeben: Der Großteil der CO₂-Emissionen entsteht bei der Verwendung der Produkte, nämlich 98%. Die Aktivitäten, die am meisten Energie verbrauchen sind die Sterilisierung und die Reinigung der Produkte – bei der Flasche kommt auch noch die Erwärmung der Milch hinzu. Daher können wir zwar an den nötigen Stellschrauben drehen, die vor dem Kauf der Produkte stattfinden, aber sind vor allem auf die Hilfe der Eltern angewiesen. Natürlich unterstützen wir Eltern bei jedem Schritt und haben einige spannende Lösungen entwickelt, um Klimaschutz so einfach wie möglich zu machen.

37,72

kg CO₂e

je Babyflasche ergeben sich über den gesamten Lebenszyklus*



* Von unabhängigen Expert*innen von denkstatt GmbH errechnet und überprüft

Wie die Studie zeigt, verbraucht die Sterilisierung im Kochtopf am meisten CO₂. Deshalb bieten wir Eltern eine energieschonende und praktische Alternative: Mittels Schnuller-Sterilisierbox in der Mikrowelle können 77 % CO₂ eingespart werden, bei unserer Anti-Colic Flasche sind es durch unsere selbststerilisierende Funktion sogar 85 %. Auf unserer Website können sich Eltern diese Ersparnis mit unserem CO₂-Rechner ausrechnen. www.mambaby.com/de/warum-mam/mam-nachhaltigkeit/co2-rechner/

Wir bieten diese Lösungen nicht nur für unsere Anti-Colic Flasche an: Im Berichtszeitraum haben wir auch für unsere Stillhütchen eine Sterilisierbox auf den Markt gebracht, die perfekt auf deren Form abgestimmt ist. So geben wir den Eltern eine weitere Möglichkeit, klimaschonend zu sterilisieren.

MITGEDACHT: KLIMASCHUTZ IN DER LIEFERKETTE

Neben der Verwendung verursachen Rohstoffe und Produktion die meisten CO₂-Emissionen im Produktkreislauf. An der Betrachtung der PCF-Analyse für die Anti-Colic Flasche wird deutlich, dass auch hier großes Einsparungspotenzial besteht. Daher arbeiten wir ausschließlich mit Lieferanten zusammen, die Nachhaltigkeit genauso ernst nehmen wie wir. Dies ist in unserem Verhaltenskodex verankert [→ Seite 66](#) und eine Grundlage für jede Zusammenarbeit. Wir beziehen 97 % unserer Produktkomponenten von österreichischen Zulieferern. Das wirkt sich positiv auf die CO₂-Bilanz aus, da lange Transportwege wegfallen, reduziert also den ökologischen Fußabdruck des Endproduktes. Im Folgenden stellen wir zwei unserer Zulieferer und deren Maßnahmen zum Klimaschutz vor:



Stillhütchen in der Transport- und Sterilisierbox

DER FUSSABDRUCK DER BABY-FLASCHEN WIRD IN GEMEINSAMER ANSTRENGUNG MIT UNSEREN STAKEHOLDERN STETIG REDUZIERT.

AUFTEILUNG FUSSABDRUCK

STAKEHOLDER

19,35 kg CO₂e
Erwärmung Flasche

11,51 kg CO₂e
Reinigung Flasche

6,31 kg CO₂e
Sterilisierung Flasche

0,32 kg CO₂e
Rohstoffe

0,09 kg CO₂e
Produktion

0,09 kg CO₂e
Verpackung

0,04 kg CO₂e/FU
Transport

0,01 kg CO₂e/FU
Entsorgung

Verwendung,
Konsument*innen

Lieferanten, F&E

eigene Werke, F&E

Lieferanten, F&E

Logistikpartner

Abfallwirtschaft

ALPLA: Wir arbeiten bereits seit 25 Jahren mit dem weltweit tätigen Familienunternehmen ALPLA zusammen, das führend in der Entwicklung und Herstellung von Verpackungslösungen aus Kunststoff ist und sich seit mehreren Jahren im Bereich Klimaschutz engagiert. ALPLA war im Jahre 2015 an der Gründung des Klimaneutralitätsbündnis 2025 beteiligt, www.klimaneutralitaetsbuendnis2025.com einem Unternehmensverbund mit mittlerweile über 100 Mitgliedern, der es sich zum Ziel gesetzt hat, bis 2025 klimaneutral zu werden. Alle österreichischen ALPLA Werke erreichten dieses Ziel bereits 2020.

Greiner: Das österreichische Unternehmen ist ebenfalls ein Familienbetrieb und bietet Kunststoff- und Schaumstofflösungen für diverse Industriezweige an. Als einer der führenden europäischen Verpackungshersteller setzt sich die Sparte Greiner Packaging seit Jahren für die nachhaltige Nutzung von Ressourcen durch Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz ein. Dies geschieht beispielsweise durch die ständige Optimierung des Produktportfolios in Bezug auf Recyclingfähigkeit und nach den Gesichtspunkten der Kreislaufwirtschaft.

Als einer von nur zwölf Vorreiterbetrieben war Greiner Packaging Austria Teil des klimaaktiv pakt2020 und ergriff gezielt Maßnahmen, um entlang der Wertschöpfungskette CO₂ einzusparen. Im Zuge dessen wurden unter anderem Produktionsprozesse umgestellt, sodass sich die Energieeffizienz im Bereich Druckluft bereits um 40 % gesteigert hat. Im Bereich Klimaschutz hat sich das Unternehmen ehrgeizige Ziele gesetzt: In Österreich laufen bereits alle Werke der gesamten Greiner AG mit Ökostrom, bis 2030 sollen alle Standorte weltweit 90 % des benötigten Stroms aus erneuerbaren Energien beziehen.

ENERGIEEFFIZIENZ IN UNSEREN WERKEN

Die PCF-Analyse zeigt: Auch die Produktion verursacht einen nicht unerheblichen Teil an CO₂-Emissionen. Um diese langfristig zu reduzieren, sind wir in unseren Produktionsstandorten laufend auf der Suche nach Möglichkeiten, um unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Wir setzen in unseren Werken auf erneuerbare Energien, zum Beispiel Solarenergie und ständige Modernisierungsmaßnahmen, um die Energieeffizienz laufend zu steigern.

In Ungarn kann MAM auf eine mittlerweile über 30-jährige Geschichte zurückblicken. Seit dem letzten großen Umbau des Werkes im Jahre 2015 sind zusätzliche Maßnahmen implementiert worden, welche sich insbesondere auf Energieeffizienz konzentrieren:

MIT DREI HEBELN ZUR KLIMANEUTRALEN PRODUKTION

Umwelt und damit Klimaschutz haben bei MAM einen sehr hohen Stellenwert. In unseren Werken ergreifen wir daher schon immer Maßnahmen, die Produktion so ressourceneffizient wie möglich auszurichten und so dem Klimawandel entgegenzuwirken. Zukünftig planen wir außerdem, schrittweise jene Emissionen, die wir nicht vermeiden können, durch Klimaschutzprojekte zu kompensieren.



1.

Ausbau erneuerbarer Energie an unseren Produktionsstandorten



2.

Erhöhung der Energieeffizienz in der Produktion



3.

Kompensation der unvermeidbaren CO₂-Emissionen



- **Installation einer Photovoltaik-Anlage:** Die Leistung der im Jahre 2017 installierten 460 Sonnenpaneele wurde im Berichtszeitraum von 120 kWp auf 357 kWp gesteigert – dadurch gewinnen wir nun fast dreimal so viel Sonnenenergie.
- **Beleuchtung:** Durch großzügige Fensterflächen ist Tageslicht als Lichtquelle oft ausreichend. Außerdem haben wir energiesparende LED-Leuchten installiert, welche per Bewegungsmelder anspringen. Das ist effektiv und spart obendrauf noch mehr Energie.
- **Heizung und Warmwasser:** Das Warmwasser wird über eine Solarthermie-Anlage generiert. Durch einen Kompressor kann diese jegliche zusätzliche Wärme als Heizungs-luft wiederverwenden. Zudem wird der Produktionsbereich mittels einer modernen, energieschonenden Wärmepumpe geheizt. Klimaanlage und Wärmetauscher sorgen dafür, dass die Temperatur bestmöglich geregelt wird.

Die erfolgreiche Implementierung dieser Schritte ist mit der Umweltmanagement-Zertifizierung ISO 14001:2015 extern bestätigt. Zudem planen wir mit dem nächsten Jahr die Einführung der Zertifizierung für unser Energiemanagement (ISO 50001:2018) mit klaren Zielen Richtung klimaneutrale Produktion unserer Schnuller, Fläschchen & Co. Weiterhin lassen wir durch Expert*innen regelmäßig Energieaudits durchführen, um weitere Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren.

Unser Werk in Kabinburi, einer Provinz unweit der Hauptstadt Thailands, besteht seit 2016 und wurde bereits nach neusten Energieeffizienzstandards gebaut, wobei wir stetig Verbesserungsmaßnahmen durchführen:

- **Photovoltaik:** Auf der Dachfläche des Werkes sind etwa 1.700 Sonnenpaneele mit einer Leistung von 350 kWp montiert. Damit erzeugen wir etwa 40 % der benötigten Elektrizität. Die überschüssige Energie, die in einigen Monaten des Jahres generiert wird, speisen wir kostenlos ins öffentliche Netz ein und leisten somit einen Beitrag zur Gemeinschaft.

357

kWp Leistung

erbringen die Sonnenpaneele auf der Dachfläche des ungarischen Werkes.



Photovoltaik-Anlage in Vaskeresztes

- **Beleuchtung:** Im gesamten Werk sind LED-Lampen installiert, diese sparen Energie und sorgen für angenehme, tageslichtartige Beleuchtung.
- **Wärmemanagement:** Im tropischen Thailand hat man oft mit hoher Luftfeuchtigkeit zu kämpfen – in den Regenmonaten kann sie bis zu 90 % betragen. Zur besseren Temperaturregulierung haben wir zwischen Mauer und Außenverschalung des Werkes ein zehn Zentimeter breites Luftpolster angebracht und um das Werk herum Grünpflanzen gesetzt, die durch Verdunstung und Transpiration zu einem angenehmen Klima im Werk beitragen. Sollte es doch einmal zu heiß sein, sorgen ein wärmedichtes Trockenkühler in der Produktion und eine unabhängige Kaltwassersatzanlage, die mit modernsten Lüftungsgeräten kombiniert wird, für Erleichterung. Durch Bewegungsmelder und Temperatursensoren stellen wir sicher, dass bei einer gleichbleibenden Raumtemperatur von 25 Grad und 50 % Luftfeuchtigkeit nur dort gekühlt wird, wo es nötig ist.

Die Produktionsstätte ist bereits mit ISO 14001:2015 zertifiziert. Durch die oben genannten Maßnahmen konnten wir bereits jährlich über 1.000 Tonnen CO₂ einsparen.



Klimaschutz hat bei MAM Frankreich eine hohe Priorität und wir sind uns unserer Verantwortung diesbezüglich bewusst. Deshalb haben wir unseren CO₂-Fußabdruck berechnet und aus den Ergebnissen Reduktionsziele abgeleitet, wie zum Beispiel in den Bereichen Logistik und Vertrieb.“

Lionel Chenais, General Manager MAM Frankreich



KLIMASCHUTZ GEHT ALLE AN

Jede noch so kleine Veränderung im Lebenszyklus eines Produktes kann eine große Wirkung aufs Klima haben. Da wir uns dessen bewusst sind, arbeiten wir auch an unseren weiteren Standorten an stetigen Verbesserungen. Unsere Nachhaltigkeitsteams widmen sich zum Beispiel der Steigerung der Elektromobilität oder der Logistik, da auch diese Faktoren nachhaltig zur Minimierung des ökologischen Fußabdrucks beitragen.

MAM FRANKREICH

Das Team in Frankreich hat im Jahr 2020 einen unternehmensweiten Meilenstein erreicht und als erste Niederlassung seinen kompletten CO₂-Fußabdruck berechnet. Diese Messgröße gehört für MAM Baby Produkte bereits dazu, wie die PCF-Studie für unsere Anti-Colic Flasche zeigt. Einen Einblick in die Emissionen des Standortes und der Transporte zu haben, gibt uns die Möglichkeit, noch weitere Verbesserungsmöglichkeiten in den jeweiligen Gesellschaften vor Ort zu identifizieren. Der CO₂-Fußabdruck wurde von der „Wiege bis zur Bahre“ kalkuliert. Das heißt, dass alle Aktivitäten miteinander bezogen wurden – von der Produktherstellung über Büroarbeit, Distribution aber auch den Gebrauch und end-of-life unserer Produkte. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass unser Fußabdruck in 2019 etwa 40.500 Tonnen CO₂

betrug. Aus den Ergebnissen hat das Team Maßnahmen abgeleitet, die im laufenden Jahr umgesetzt werden.

MAM ÖSTERREICH

Das WeCare Team am Standort in Österreich ist in Sachen Klimaschutz vor allem das Thema Mobilität angegangen. So wird jährlich eine umfassende Mobilitätsoffensive gestartet, welches den Mitarbeiter*innen emissionsarme Transportalternativen aufzeigt. Neben Kampagnen wie „Wir radeln zur Arbeit“, wurden Beschäftigte, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit anreisen, mit Büchergutscheinen belohnt. Auch als Unternehmen setzt MAM Akzente und kompensiert CO₂-Emissionen, die durch Dienstreisen verursacht werden.

Wir radeln zur Arbeit –
MAM Österreich



Abfall entlang der Wertschöpfungskette

GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

SDG 12.5

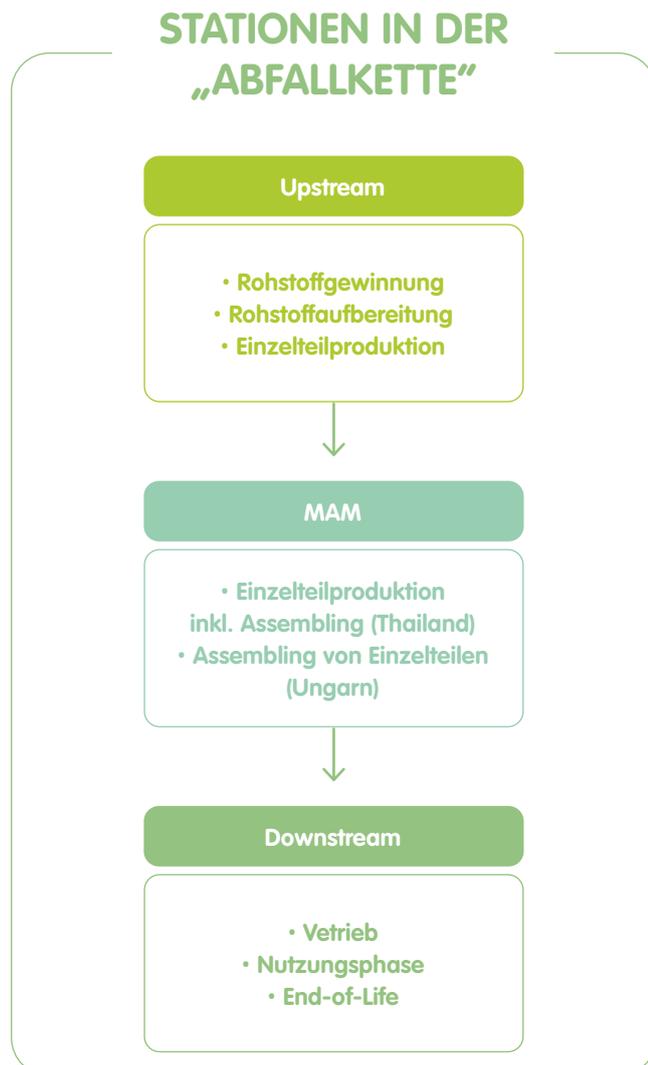
Wir haben im Berichtszeitraum umfassende Projekte realisiert, die zum Ziel haben, den Ressourcenverbrauch entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren. Das Prinzip Refuse – Reduce – Reuse – Recycle (Dt.: Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden, Recyceln) dient uns dabei als Leitlinie.

Wie schon im Kapitel Nachhaltiges Verpackungsdesign [→](#) Seiten 44–47 dargestellt, haben wir unter anderem erreicht, dass ein Großteil unserer Verpackungen recycelbar ist. Mit dem Projekt SUPA (Sustainable Packaging), unternehmen wir weiterhin Schritte im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Um auch in den weiteren Bereichen unserer Wertschöpfungskette Möglichkeiten zur Eliminierung von Abfall zu erkennen, haben wir zunächst den spezifischen MAM Kontext herausgearbeitet. So bot sich für uns in der Überarbeitung unserer Verpackungsmaterialien das größte Potential, um Einfluss zu nehmen und Änderungen zu implementieren. Innerhalb der restlichen Wertschöpfungskette stellen sich für uns zwei Herausforderungen:

1. Da wir bei der Produktsicherheit keine Kompromisse machen, müssen wir bei der Recyclingfähigkeit welche eingehen: Schnuller bestehen aus drei Komponenten, Sauger aus Silikon oder Naturkautschuk und Kappe und Schild aus dem Kunststoff PP. Damit Sauger, Kappe und Schild in der Anwendung vollkommen sicher sind und nicht vom Baby durchgebissen werden können, müssen diese drei Teile sehr eng miteinander verbunden sein. Daher ist die Recyclingfähigkeit der Schnuller eingeschränkt.
2. Die Schritte am Anfang der Wertschöpfungskette, so wie Rohstoff-

gewinnung von PP (jedoch nicht von Naturkautschuk) und die erste Weiterverarbeitung sind außerhalb des Einflussbereichs von MAM.

Wir haben diese Umstände in unserer Zielfindung berücksichtigt und arbeiten wo es geht mit unseren Lieferanten daran, dass bei allen Produktionsschritten so wenig Abfall und Ausschuss wie möglich entstehen.



Upstream

	Rohstoffgewinnung	Rohstoffaufbereitung	Einzelteilproduktion
Wichtigste Impacts (Wo Abfälle entstehen können)	<ul style="list-style-type: none"> Abfälle beim Ressourcenabbau (z. B. Erdöl, Latexmilch, Holz) 	<ul style="list-style-type: none"> Abfälle bei der Rohstoffaufbereitung 	<ul style="list-style-type: none"> Abfälle bei der Verarbeitung von Kunststoff, Papier Anguss Ausschuss
Maßnahmen	<p>Außerhalb des Einflussbereichs von MAM, jedoch Produktionsprozess seit vielen Jahren etabliert und ressourceneffizient gestaltet.</p>	<p>Außerhalb des Einflussbereichs von MAM, jedoch Produktionsprozess seit vielen Jahren etabliert und ressourceneffizient gestaltet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Angusslose Produktion Verpackungseinsparungen

Angusslose Produktion

In diesem Bereich haben wir im Berichtszeitraum in Kooperation mit unseren Lieferanten mehrere Lösungen entwickelt, die es uns möglich gemacht haben, 2019 und 2020 jeweils ca. fünf zusätzliche Tonnen Kunststoff einzusparen. Was mit einem Verfahren zur abfalllosen Herstellung unserer Schnullerschilder begann, konnte nun auf weitere Elemente unserer Produktpalette ausgeweitet werden:



MAM Air Schnuller



Baby Zahnbürste - Schutzschild



Aufbewahrungsbecher für Muttermilch



Sterilisier- und Transportbox

→ **JEWELS CA. 5.000 KG KILOGRAMM KUNSTSTOFF WURDEN DURCH DIE ANGUSSLOSE PRODUKTION ZUSÄTZLICH 2019 UND 2020 EINGESPART.**

MAM

	Einzelteilproduktion und Assemblierung (Thailand)	Assemblierung von Einzelteilen (Ungarn)
Wichtigste Impacts (Wo Abfälle entstehen können)	<ul style="list-style-type: none"> Ungefährliche Abfälle (Kunststoff, Papier, Restmüll, Bauschutt) <ul style="list-style-type: none"> - Ausschuss - Entsorgung 	<ul style="list-style-type: none"> Ungefährliche Abfälle (Kunststoff, Papier, Restmüll, Bauschutt) <ul style="list-style-type: none"> - Ausschuss - Entsorgung Gefährliche Abfälle (z. B. Lackierungen, Reinigungsmittel) <ul style="list-style-type: none"> - Entsorgung
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> Laufende Evaluierung von Vermeidungsmaßnahmen Recyclingquote: 100 % 	<ul style="list-style-type: none"> Ungefährliche Abfälle <ul style="list-style-type: none"> - Ausschussreduktion - Sammlung recyclingfähiger Materialien, Erhöhung der Recyclingquote Gefährliche Abfälle <ul style="list-style-type: none"> - Getrennte Lagerung - Fachgerechte Abholung und Entsorgung

Beispielhaft: Ausschussreduktion im ungarischen Werk

In unserem Werk in Vaskeresztes, Ungarn, werden die Einzelteile zu fertigen Schnullern, Fläschchen und vielem mehr zusammengesetzt. Bei diesem Prozess kann es zu Ausschuss kommen, also zu Fehlproduktion, die nicht in den Verkauf gelangt. Kürzlich kam es durch die Einführung einer neuen Konstruktion unserer Schnullermodele MAM Original 6+ und 16+ zu einer Erhöhung der Ausschussquote auf ungewöhnliche 8 %. Wir unterzogen den Prozess daraufhin einer genauen Prüfung und konnten die Ursachen finden und beseitigen. Nun liegt die Aus-

schussquote bei 0,1 %. Dieser Wert liegt nun sogar unter dem Anfangswert vor der Konstruktionsumstellung.

Stück für Stück zur Nachhaltigkeit: Abfallmanagement

Ungefährliche Abfälle wie Papier, Kunststoff und andere wiederverwendbare Materialien werden in einem extra eingerichteten Bereich gesammelt und durch ein Recyclingunternehmen abgeholt. Für gefährliche Abfälle haben wir ein Spezialunternehmen beauftragt, welches eine fachgerechte Entsorgung gewährleistet. Auch für diese Abfälle befindet sich ein spezieller, zugangsbeschränkter Bereich im Werk.



DREI FRAGEN AN: TAMARA SPILAK, S-HSE (SYSTEM HEALTH, SAFETY & ENVIRONMENT) INGENIEURIN IM MAM WERK IN VASKERESZTES

WAS SIND DIE ZIELE, DIE SICH MAM IN BEZUG AUF ABFALL-MANAGEMENT IN VASKERESZTES GESETZT HAT?

In unserem Werk haben wir uns in verschiedenen Bereichen Ziele gesetzt, die wir ständig evaluieren. Erstens wollen wir die Gesamtmenge an Abfall jährlich um 5 % reduzieren. Zweitens stellen wir sicher, dass so wenig Abfall wie möglich auf der Mülldeponie landet, sondern recycelt werden kann. Außerdem sind wir ständig auf der Suche nach Partnern, die uns alternative, ressourcenschonende Methoden zur Abfallverwertung und -aufbereitung aufzeigen können.

WAS SIND DIE WICHTIGSTEN MASSNAHMEN, DIE ZUR ABFALL-REDUZIERUNG ERGRIFFEN WURDEN?

In den letzten zwei Jahren haben wir es geschafft, die meisten Transportverpackungen, die wir erhalten, wiederzuverwenden. Mit unseren Lieferanten haben wir arrangiert, dass sie diese zurücknehmen und weiterverwenden und

intern setzen wir die Boxen ebenfalls wieder ein, da sich das stabile Material auch für andere Zwecke eignet.

WELCHE MASSNAHMEN ERGREIFEN SIE, UM GEFÄHRLICHE ABFÄLLE ZU REDUZIEREN?

Natürlich folgen wir bereits allen Regularien zum Umgang mit gefährlichem Müll, aber wir haben auch darüber hinaus einige Maßnahmen ergriffen. Zum Beispiel sammeln und trennen wir den Müll, bevor er von einem spezialisierten Dienstleister fachgerecht entsorgt wird. In puncto Reduktion haben wir beispielsweise unsere Materialauswahl überprüft und unser Reinigungsmittel mit einer effektiveren Variante ersetzt. Außerdem haben wir den Reinigungsprozess u. a. von Farbeamern verbessert und so den Materialverbrauch stark reduziert.

Tamara Spilak



Bei der Betrachtung der einzelnen Schritte wird deutlich, dass Abfallmanagement ein ganzheitlicher Prozess ist, der in allen Abteilungen mitgedacht werden muss:

- **Prozessmanagement:** Im Einkauf haben wir die Planung verbessert, da geringere Lagerbestände zu weniger abgelaufenen Produktteilen führen.
- **Digitalisierung:** Der Bereich der Lagerlogistik konnte von der Einführung papierloser Lösungen und einer damit verbundenen Einsparung von Papiermüll profitieren. Ein im Jahr 2020 installiertes elektronisches Datenerfassungssystem hatte ebenfalls weniger Papierverbrauch und Abfall zur Folge, da Verwaltungsaufgaben in digitaler Form anstatt mit Papier erledigt werden können.

- **Materialwirtschaft:** Wir haben Materialien unseren Bedürfnissen angepasst, zum Beispiel den Einsatz eines Lösungsmittels mit längerer Haltbarkeit und unternehmen gezielte Maßnahmen zur Verlängerung der Lebensdauer von Produktionsmitteln.

Die Implementierung dieser Maßnahmen wird von Mitarbeiter*innen der Qualitätsabteilung betreut. Dies geschieht unter anderem durch monatliche Audits, welche durch externe Experten durchgeführt werden. Auch werden neue Partner, beispielsweise für das Recycling von Materialien gesucht, um Prozesse stetig zu verbessern.

Downstream

	Vertrieb	Nutzungsphase	End-of-Life
Wichtigster Einfluss (Wo Abfälle entstehen können)	<ul style="list-style-type: none"> • Entsorgung der Umverpackung • Nichtverkaufte Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> • Entsorgung der Verkaufsverpackung 	<ul style="list-style-type: none"> • Entsorgung und Wiederverwertung der Produkte
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Recyclingfähige Umverpackungen • Produktspenden 	<ul style="list-style-type: none"> • Recyclingfähige Verkaufsverpackungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Upcycling-Projekte • Recyclingfähige Produkte • Aufbau von Trennsystemen

Vertrieb

Die Zielsetzungen in diesem Bereich sind eng mit dem Bereich „Nachhaltige Verpackungen“ verzahnt.

➔ **Seiten 44–47** Zur Abfallvermeidung in diesem Bereich konzentrieren wir uns darauf, die Recyclingquote weiter voranzutreiben. So sollen bis 2022 alle Verpackungsmaterialien und bis 2025 alle Verpackungslösungen recycelbar sein – darunter fallen auch Umverpackungen. Unverkaufte Produkte werden im Rahmen eines internationalen Prozesses als Spenden zur Verfügung gestellt.

Nutzungsphase

Auch dieser Bereich fällt unter die genannten Zielsetzungen unseres Sustainable-Packaging-Projektes. Unsere Verpackungen sind bereits zu einem Großteil recyclingfähig und wir arbeiten kontinuierlich daran, auch den restlichen Anteil umzustellen. Um die Erreichbarkeit dieser Ziele in der Nutzungsphase zu gewährleisten, sind auch Ausbau und Verfügbarkeit von Recyclingsystemen von Bedeutung und MAM engagiert sich in entsprechenden Initiativen.



End-of-Life

Die Möglichkeiten der Wiederverwertung beschränken sich im Bereich Kunststoffe vor allem noch auf die stoffliche Wiederverwertung der Verpackungen. Dies liegt unter anderem daran, dass Verpackungen den größten Teil an Abfall ausmachen, sie zentral gesammelt werden können und dass Unternehmen und Dienstleister oft gemeinschaftlich die Kosten tragen. Aus diesem Grund sind für Gebrauchsgegenstände aus Kunststoff oft keine flächendeckenden Lösungen verfügbar.

In einigen Gemeinden in Großbritannien, Schweiz und Schweden werden Trennsysteme ausgebaut, die es ermöglichen, Gebrauchsgegenstände aus Kunststoff zu recyceln. Daher können unsere Fläschchen momentan erst in ausgewählten Regionen mit entsprechenden Trennsystemen in den Recyclingstrom aufgenommen werden. Unsere Schnuller bestehen aus sehr schwer trennbaren Materialien und können momentan noch nicht recycelt werden. Aus diesem Grund setzen wir seit Jahren auf Upcycling-Initiativen. Diese haben nicht nur zum Vorteil, dass

sich die Lebensdauer unserer Produkte verlängert, sondern auch, dass Upcycling die Kreativität und das Umweltbewusstsein von Familien fördert.

Dies zeigt sich an den fantastischen Ideen, die wir über Soziale Netzwerke wie Facebook und Instagram von unserer Community erhalten. Diese Ideen teilen wir über unsere Kanäle und veröffentlichen auch entsprechende Bastelanleitungen auf unserer Website.

www.mambaby.com/de/warum-mam/mam-nachhaltigkeit/mam-upcycling/ Von Lichterketten aus MAM Schnullern bis zu Fläschchen, die zur Vase umfunktioniert werden oder auch als Kerze ein zweites Leben bekommen haben – der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Eine Vielfalt an Ideen haben auch die MAM Teams weltweit. Bei MAM China wird Schnuller, die nicht im Verkauf landen auf kreative Weise ein neues Leben eingehaucht. Beispielsweise eignen sich die Schnuller hervorragend als Dekorations- und Bastelmaterial und verschönern Bilderrahmen oder Kühlschrankschrankmagnete.



Upcycling-Projekte – MAM Kund*innen und MAM Teams weltweit machen mit

Mitarbeiter*innen

Der Mensch steht bei allem



im Mittelpunkt



Die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen, ihre Zufriedenheit und ein faires Miteinander sind für MAM essenzielle Kernthemen. Die Pandemie hat uns 2020 sehr gefordert. Aber wir haben es geschafft, die schwierigen Bedingungen mit großem Teamgeist zu meistern. Mit den neuen Maßnahmen ist vor allem die Mitarbeiter*innengesundheit für uns noch einmal wichtiger geworden.

Mitarbeiter*innengesundheit

GRI 401-2, 403-2,
403-3, 403-4,
403-5, 403-6

SDG 3.8, 8.8

EINE PANDEMIE RÜCKT WELTWEIT DIE MASSSTÄBE ZURECHT

COVID-19 hat die Welt seit Beginn 2020 stillstehen lassen und über Ländergrenzen und Kontinente hinweg unzählige Opfer gefordert. Uns allen wurde klar: Gesundheit ist alles andere als selbstverständlich. Auch wir bei MAM haben innegehalten und unsere Aufmerksamkeit für das Thema noch einmal geschärft: Neben der Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen haben wir unser Augenmerk verstärkt auf Achtsamkeit gerichtet.

Zu den großen Herausforderungen im vergangenen Jahr zählte es, die Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen zu schützen, aber gleichzeitig die Produktion sicherzustellen. Dazu führten wir in unseren Werken in Ungarn und Thailand – aber natürlich auch an unseren Standorten ohne Produktion – umfassende Schutzmaßnahmen wie strenge Maskenpflicht und Abstandsgebote ein. Masken und Desinfektionsmittel wurden von uns zur Verfügung gestellt und wir führten an den Eingängen der Werke Temperaturchecks



„Safety first“: Um sich und andere zu schützen, werden die MAM Beschäftigten gleich zu Beginn der Pandemie mit FFP2-Schutzmasken ausgestattet.

durch. Außerdem wurde in den intensiven Phasen der Pandemie darauf geachtet, dass Mitarbeiter*innen der verschiedenen Bereiche ihre Mittagspause getrennt verbringen. Wer als Besucher*in zu uns kam, musste ein Formular mit Angaben zur gesundheitlichen Verfassung ausfüllen.



MAM Kolleg*innen bei einer Videokonferenz. ViCalls und Online-Meetings waren bei MAM bereits vor der Pandemie etabliert.

Für konkrete Fälle oder den Verdacht einer Ansteckung mit COVID-19 haben wir ein Protokoll festgelegt: Sollten Mitarbeiter*innen Symptome aufweisen, ist unverzüglich die Personalabteilung zu informieren. Im nächsten Schritt wird ein Test durchgeführt. Falls das Ergebnis positiv ist, beginnt die Abteilung mit der Kontaktuntersuchung am Arbeitsplatz, um die Ansteckungskette zurückzverfolgen.

Das Team von MAM Deutschland führte im März 2020 ein Krisenteam ein, welches aktuelle Entwicklungen verfolgte und daraus Maßnahmen für die Mitarbeiter*innen festlegte. Das Krisenteam war für alle Kolleg*innen rund um die Uhr erreichbar und besteht bis dato.

GESUNDHEIT BRAUCHT AUCH MENTALEN SUPPORT

Wo möglich können Mitarbeiter*innen von MAM seit Ausbruch der Pandemie aus dem Homeoffice arbeiten. Diese neue Situation war für manche Teammitglieder nicht immer einfach. Daher machten wir auch die mentale Gesundheit unserer Angestellten zur Priorität. Das Team von MAM USA erhielt zwei Tage bezahlten Sonderurlaub, sogenannte Mental Health Days. In MAM Brasilien bekamen Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, vergünstigte psychologische Betreuung über eine Online-Plattform in Anspruch zu nehmen. Zusätzlich wurde eine Befragung durchgeführt, um herauszufinden, ob sich das Team von MAM in den Hochphasen der Pandemie sicher und gut betreut fühlte.

Fast 200 Mitarbeiter*innen haben am Health Day 2020 in Vaskeresztes teilgenommen.



FIT BLEIBEN RUND UM DEN ERD-BALL

Arbeiten unter höchster Konzentration im Labor oder sich von Meeting zu Meeting am Bildschirm klicken – der Arbeitsalltag unserer Kolleg*innen weltweit ist unterschiedlich. Um auf diese unterschiedlichen Bedürfnisse einzugehen, bieten wir unseren Mitarbeiter*innen eine Fülle verschiedener Initiativen und Benefits. Erweiterte Unfall- und Krankenversicherungen, Grippeimpfungen im Büro oder Online-Fitnesskurse sind nur ein Auszug der Leistungen, die MAM anbietet. Besonders freuen wir uns darauf, dass wir in Zukunft wieder Initiativen wie Yoga und Massagen für unsere Teammitglieder anbieten können.

Im Bereich der medizinischen Fürsorge bieten wir für unsere Belegschaft Zusatzversicherungen an: zurzeit an den Standorten in den USA, Zypern, Thailand, Brasilien und Skandinavien. In Zusammenarbeit mit externen Partnern organisieren wir weitere Angebote. Unser Team in Österreich profitiert von einer regelmäßigen medizinischen Betreuung durch ein arbeitsmedizinisches Zentrum. Unsere Mitarbeiter*innen in Brasilien haben vergünstigten Zugang zu einer Plattform, die landesweit die Nutzung von über 1.000 Fitnessstudios ermöglicht.

Für die Mitarbeiter*innen in unseren Werken stehen im Bereich Gesundheitsfürsorge beispielsweise Erste-Hilfe-Kurse und regelmäßige Gesundheitschecks auf der Agenda. In Vaskeresztes organisierten wir 2020 unseren ersten Health Day mit etwa 200 Teilnehmer*innen. Um Prävention zu stärken, konnten sich die Teilnehmer*innen medizinischen Checks unterziehen und über gesunde Ernährung und mentale Gesundheit informieren.

Viele unserer Angebote werden nach Bedarf entwickelt, wie zum Beispiel in Thailand. Hier stellten wir fest, dass viele unserer Mitarbeiter*innen einen hohen Körpermassenindex (Body-Mass-Index BMI) haben. Dabei erzählten viele, dass es in der Nähe ihrer Wohnorte keine Möglichkeit gäbe, sich sportlich zu betätigen. Für uns lag die Lösung nah. Inzwischen bieten wir auf



DREI FRAGEN AN: DR. KATALIN HORVÁTH, BETRIEBSÄRZTIN IN VASKERESZTES

WIE HALTEN SIE DIE BELEGSCHAFT GESUND?

Wir führen bei neuen Mitarbeiter*innen einen umfangreichen Gesundheitsscheck durch, um sicherzustellen, dass sie den Anforderungen der Tätigkeit gewachsen sind. Auch unsere bestehenden Teammitglieder werden einmal jährlich untersucht.

WIE TRAGEN SIE ZUR ARBEITSSICHERHEIT BEI?

Wir evaluieren Risiken regelmäßig und implementieren Verbesserungen, um jegliche Unfälle zu vermeiden. Wir haben zum Beispiel die Abzugshauben im Bereich Lackierungen erneuert. Sie können potenziell gefährliche Dämpfe nun restlos abziehen.

ÜBER WELCHE MEDIZINISCHEN THEMEN INFORMIEREN SIE DIE MITARBEITER*INNEN?

Wir besprechen die Resultate der regelmäßigen Untersuchungen gemeinsam mit den Angestellten. Außerdem können die Mitarbeiter*innen auch während meiner Sprechstunde mit allen anderen Fragen rund um das Thema Gesundheit zu mir kommen.

unserem Werksgelände regelmäßig Sportkurse an. Als weiteres Zusatzangebot erhalten unsere Mitarbeiter*innen in Thailand Sonderleistungen wie Impfungen und präventive Maßnahmen gegen Diabetes oder Bluthochdruck.

ARBEITSSICHERHEIT – UNBEDINGT, UND MIT SYSTEM

Neben den zahlreichen gesundheitsfördernden Maßnahmen, die wir weltweit unseren Mitarbeiter*innen bie-



Die über 500 Mitarbeiter*innen im ungarischen Werk können viele verschiedene Gesundheitsbenefits im Rahmen der Arbeitszeit in Anspruch nehmen, um sich psychisch und physisch fit zu halten.

ten, ist die Arbeitssicherheit in unseren Werken von höchster Priorität. Daher haben wir Ressourcen geschaffen, die neben der Verantwortung für das Risikomanagement auch aktiv neue Maßnahmen implementieren.

Zum Risikomanagement gehören regelmäßige Risikoanalysen. Sie ermöglichen es, bestimmte Stolperfallen zu identifizieren und rechtzeitig gegenzusteuern. Wenn es einen Arbeitsunfall gegeben hat, evaluieren wir ihn und führen Ursachenanalysen durch, um zukünftigen Gefahren vorzubeugen. So kam es beispielweise zu einer leichten Kollision von Gabelstaplern in der Lagerhalle unseres ungarischen Werkes. Umgehend wurden Korrekturmaßnahmen ergriffen: Wir überarbeiteten die Verkehrsregeln und führten entsprechende Schulungen mit unseren Lagermitarbeiter*innen durch.

Die Vorgehensweise einer Ursachenanalyse wenden wir nach allen Unfällen an. Durch die Kombination aus Trainings und verbesserten Prozessen möchten wir unsere bereits geringe Unfallrate weiter senken. So gab es im Berichtszeitraum unternehmensweit keinerlei schwere Arbeitsunfälle. Natürlich können unsere Mitarbeiter*innen sich jederzeit über geltende Regeln informieren, denn es gibt an jedem Standort Handbücher zum Arbeits- und Gesundheitsschutz.

Mitarbeiter*innen-zufriedenheit

GRI 401-2, 401-3,
404-1

SDG 5.8, 8.8

EIN FAMILIENBETRIEB, DER JEDES MITGLIED MITNIMMT

MAM vertreibt seine Produkte weltweit. Trotzdem sind die Werte, die unseren Familienbetrieb ausmachen, ein zentraler Teil unserer Identität

AUDIT BERUF + FAMILIE

Unser Engagement in Österreich wird seit 2017 extern vom Audit „Beruf und Familie“ geprüft. Wir sind sehr stolz darauf, als familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet zu sein.



„Auch für mich als Führungskraft ist es möglich, Beruf und Familie in Einklang zu bringen“ – Marina Schmid-Lobinger, Global Head of Sales & Commercial Excellence



tät geblieben. Der einzige Unterschied zu den Anfangsjahren: Unsere Familie ist gewachsen. So wie die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen liegt uns auch ihre Zufriedenheit sehr am Herzen. Themen wie Gleichstellung und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind für uns von großer Bedeutung.

MAM unterstützt Mütter und Väter dabei, dass sie Familien- und Berufsleben gut miteinander in Einklang bringen können. Flexible Arbeitszeitmodelle, Gleizeit, Homeoffice und Teilzeitregelungen machen es ihnen leichter, ihre Kinder aus der Schule oder Betreuung abzuholen oder eine schnupfende Nase zu kurieren. Es ist für uns selbstredend, dass auch Väter in Elternzeit gehen. Wir unterstützen dies explizit. Mütter und Väter müssen sich bei uns keine Gedanken machen, dass Elternzeit und beruflicher Erfolg einander ausschließen: Auch eine Rückkehr in Führungspositionen wird sichergestellt und unterstützt.

Wir schaffen nicht nur gute Strukturen für Eltern. Auch Kinder kommen bei uns nicht zu kurz. So organisiert MAM Österreich seit Jahren in den Sommerferien Kinderbetreuung für Schulkinder von 6 bis 11 Jahren. Eine ganze Woche werden die Kinder betreut und können bei spannenden Ausflügen ihre Sommerferien voll auf genießen. Die Kosten teilt sich MAM mit seinen Mitarbeiter*innen.

FAIRE VERGÜTUNG, UNABHÄNGIG VOM GESCHLECHT

Unser Verständnis für Gleichstellung drückt sich nicht nur in gleichberechtigter Elternzeit aus, sondern auch in der Vergütung. 2020 haben wir diesen Punkt explizit aufgegriffen und im Rahmen des EU-geförderten „Equal Pay Projects“ für MAM Österreich einen neuen Gehaltsprozess erarbeitet. Am Anfang des Projekts – es wurde mithilfe einer externen Beratung durchgeführt – standen eine Analyse der aktuellen Situation und das Herausarbeiten von Schwachstellen. Die Ergebnisse halfen uns dabei, eine neue Struktur zu entwerfen mit dem Ziel, mehr Transparenz und einheitliche Regeln zu schaffen.

1 von 2

Am Hauptstandort profitierte im Berichtszeitraum **jede*r zweite Mitarbeiter*in von einer Weiterbildung**. In den vergangenen Jahren konnte MAM insgesamt 90 % der Ausbildungswünsche von Mitarbeiter*innen unterstützen.



IN JEDEM LAND AUF EINE EIGENE WEISE

An unseren globalen Standorten starteten wir 2020 unterschiedliche Projekte zur Stärkung der Zufriedenheit innerhalb unserer Teams. Dabei berücksichtigten wir auch die besondere Pandemiesituation:

MAM USA: Um sich wohl zu fühlen, braucht es die richtige Balance. Während beispielsweise Schulen und Tagesbetreuungen während Covid-19 geschlossen waren, konnten MAM Mitarbeiter*innen mit Kindern von zusätzlicher Flexibilität im Home Office profitieren. Die Arbeitswoche bei MAM USA beginnt mit morgendlichen Team

Meetings, bei denen durch Eisbrecher-Aktivitäten interessante Fakten übereinander ausgetauscht werden bevor das Team wichtige Prioritäten für die Woche bespricht. Außerdem werden regelmäßig Teamtreffen und virtuelle Events organisiert. Dadurch wird das Team nicht nur auf beruflicher, sondern auch auf persönlicher Ebene unterstützt.

MAM Frankreich: Um den Alltag im Homeoffice ein wenig aufzulockern, traf sich das Team von MAM Frankreich einmal wöchentlich online zum „Wake Up Thursday“. Die Mitarbeiter*innen waren im Wechsel für die Gestaltung verantwortlich und so konnten beispielsweise alle Teilnehmenden bei einem Musikquiz ihr Wissen unter Beweis stellen. Die gemeinsamen Aktivitäten förderte während dieser neuen Situation das Zusammengehörigkeitsgefühl im Team.

MAM Skandinavien: Für unsere Mitarbeiter*innen in Skandinavien galt während der Lockdowns die Devise „wer rastet, der rostet“. Damit der tägliche Spaziergang in Zeiten der Pandemie zur Routine wurde, initiierte das Team einen Wettstreit um das Erreichen der höchsten täglichen Schrittzahl. Auch wurde eine Vielzahl von digitalen Veranstaltungen organisiert, damit sich die Kolleg*innen nicht aus den Augen verlieren. So konnte beim gemeinsamen Weihnachtsessen vor der Kamera geschlemmt werden und After-Work-Treffen über Online-Plattformen luden zum entspannten Austausch ein.

Das Team von MAM China bei einem gemeinsamen Team-Building-Event.



Unternehmensethik

GRI 102-16, 205-1,
205-2, 205-3,
408,1, 409-1,
410-1, 411-1,
412-1

SDG 16.5

WEICHE WERTE – BEI MAM EINE HARTE WÄHRUNG

MAM ist ein werteorientiertes Unternehmen. In diesem Sinne wollen wir sicherstellen, dass unsere Geschäftstätigkeit auf ethischen Prinzipien beruht. Auch wenn wir uns wünschen würden, dass alle instinktiv „das Richtige“ tun, so kann dies in der Praxis anders aussehen. Um Interessenkonflikten und möglichem Fehlverhalten vorzubeugen, haben wir den MAM Verhaltenskodex entwickelt. Dieser baut auf den Leitlinien des UN Global Compact auf, einem Pakt, der zwischen Unternehmen und den Vereinten Nationen geschlossen wurde mit dem Ziel, die Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten.

www.unglobalcompact.org

Beim Aufsetzen des MAM Verhaltenskodex haben wir auch die ureigenen MAM Werte in das Dokument aufgenommen. Der Kodex, der auf Deutsch und Englisch verfügbar ist, ist ein wichtiges Instrument, um Rahmenbedingungen unserer unter-

Unser **Verhaltenskodex** gilt weltweit für MAM Mitarbeiter*innen, Geschäftspartner*innen und unsere Lieferanten

nehmerischen Tätigkeit zu definieren. Er gibt auch neuen und bestehenden Handelspartnern, Lieferanten und weiteren Stakeholdern einen klaren Einblick in unsere Erwartungen an eine Zusammenarbeit. Wie wir diese Erwartungen entlang unserer Lieferkette kommunizieren und verifizieren, erläutern wir im Kapitel „Wertschaffung“

➔ Seiten 81–84 näher.

ANTI-KORRUPTIONSPROGRAMM MIT DREI ELEMENTEN

Mit dem Ausformulieren unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir auch das Thema Korruption ins Visier genommen und im Berichtszeitraum einen Plan zur Umsetzung eines Anti-Korruptionsprogramms erarbeitet. Es besteht aus drei Elementen: einem schriftlichen Regelwerk, Schulungen und einem anonymisierten Prozess für das Melden von Verdachtsfällen.

Wir fördern eine Kultur, in der alle Mitarbeiter*innen sich der Korruptionsrisiken bewusst sind und in einer solchen Situation wissen, was zu tun ist. Der MAM Verhaltenskodex dokumentiert, wie wir uns ein faires Miteinander vorstellen und was gemeinsamen Erfolg für uns ausmacht. Auch die Grundsätze für eine Zusammenarbeit finden sich dort, genauso wie Prinzipien für den Umgang mit schwierigen Situationen. Dies kann ein gemeinsames Essen mit einem neuen Geschäftspartner sein, der plötzlich großzügige Geschenke macht, aber auch mögliche

Der MAM Verhaltenskodex enthält einheitliche Regeln, die für alle Standorte gelten.



MAM Verhaltenskodex

Interessenkonflikte oder die Weitergabe von vertraulichen Informationen.

Diese Richtlinien tragen wir durch Schulungen weiter ins Unternehmen und an unsere Teams heran. Es ist uns wichtig, dass unsere Mitarbeiter*innen sich zu jedem Zeitpunkt sicher und informiert fühlen. Wir planen, diese Schulungen ab der zweiten Jahreshälfte 2021 durchzuführen und unsere gesamte Belegschaft einzubeziehen.

Das dritte Element unseres Anti-Korruptionsprogrammes ist das Reportingsystem. Es gibt unseren Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, anonym einen Korruptionsverdacht anzuzeigen. Dieser wird dann bearbeitet und untersucht, je nach Gesetzgebung und Kontext des jeweiligen Landes.

Unser zukünftiges **Anti-Korruptionsprogramm** wird drei Elemente haben: ein schriftliches Regelwerk, Trainings und ein anonymes Beschwerdesystem.

ZAHLEN, DIE ÜBERZEUGEN



Top-Level-Management (Board & General Manager)

50%
weiblich

50%
männlich



FAST 100%

der Mitarbeiter*innen kamen aus der Elternzeit zurück und sind auch ein Jahr später noch bei MAM tätig.

955

Mitarbeiter*innen
gesamt 2020



75%
Frauenanteil



25%
Männeranteil

Frauenanteil im Management

STETIGER ANSTIEG



41%	45%	52%
2018	2019	2020

Korruptionsfälle

0	0
2019	2020

Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen mit schwerer Folge

0	0
2019	2020



Anzahl arbeitsbedingte leichtere Verletzungen bei über 1.000.000 Arbeitsstunden

6	10
2019	2020





Gesellschaft

Engagement über den Tellerrand hinaus



Für MAM ist es wichtig, bleibende Werte zu schaffen, vor allem im Bereich Babygesundheit. Daher ist es für uns selbstverständlich, dass wir unser erworbenes Wissen weitergeben und uns mit Expert*innen vernetzen. Darüber hinaus machen wir unsere hohen Standards zur Norm, sodass Sicherheit stets Vorrang hat. Durch unser soziales Engagement versuchen wir, auch gesellschaftlich einen Beitrag zu leisten.

Wissenstransfer

SDG 4.7

An jedem einzelnen MAM Baby Produkt wirken Expert*innen unterschiedlicher Fachrichtungen und Forschungsinstitute, wie Pädiater*innen, Entwicklungspädagog*innen, Zahnärzt*innen und Hebammen mit. So stellen wir sicher, dass Funktionalität, Form und Material aller MAM Baby Produkte dem neusten Stand der Forschung entsprechen. Dieses Netzwerk ist eine wertvolle Ressource für MAM und wir pflegen es aktiv. Es ist uns ebenso wichtig, den Austausch der Forschungsfelder untereinander zu fördern. Die Informationen, die wir so gewinnen, geben wir gerne an Eltern weiter – entweder direkt auf unserer Website oder auf Events und Social Media. Digitale Veranstaltungen waren besonders während der COVID-19-Pandemie eine wichtige Möglichkeit, um unsere Community weiterhin miteinander in Verbindung zu bringen.

Die gegenseitige Vernetzung von Expert*innen ist uns ein Anliegen und daher engagieren wir uns gezielt im Bereich Wissenstransfer. Rund um die Welt haben wir im Berichtszeitraum Veranstaltungen und Projekte organisiert, die Wissen zum Thema Babygesundheit vermitteln, und auch speziell im Kontext von COVID-19 Informationen rundum Virus und Schwangerschaft teilen.

NACHGEFRAGT & NACHGELESEN – RESSOURCEN FÜR EXPERT*INNEN

Unsere Bilanz im Berichtszeitraum zeigt unser vielfältiges Engagement und weitreichendes Netzwerk. So sind wir derzeit mit mehr als 9.000 Expert*innen vernetzt und haben über die Datenbank der International Children Medical Research Society (ICMRS) Zugang zu über 10.000 wissenschaftlichen Studien. Dazu unterhalten wir eine eigene Website für Beschäftigte im Gesundheitssektor, auf der wir Zusammenfassungen wissenschaftlicher Studien anbieten. Zurzeit können Interessierte auf 37 Studien zugreifen und sich auf schnellem und effektivem Wege informieren.

Weiterhin stellen wir unserem Netzwerk eine Fülle an Informationsmaterialien zur Verfügung, die eigens für die Aufklärung von Eltern kreiert wurden. Dabei achten wir darauf, auch stets Materialien für den internationalen Gebrauch anzubieten, indem wir auf Bilder setzen und auf Worte verzichten. Im Berichtszeitraum ist zu den bestehenden Postern rund um Mundhygiene und den plötzlichen Kindstod ein Informationsblatt zum Thema Stillen hinzugekommen.

Ein Thema, zu dem wir uns besonders engagieren, ist das des plötzlichen Kindstodes (eng.: Sudden Infant Death Syndrome – SIDS), eines der meist gefürchtetsten Risiken für Babys. Hier unterstützen wir die internationale Forschungsgemeinschaft bei ihrer Arbeit und bieten Aufklärung. So haben wir in verschiedenen Ländern wie zum Beispiel Großbritannien, Italien, China und Brasilien Informationskampagnen gestartet. Diese haben zum Ziel, Eltern für die Risiken zu sensibilisieren und über Präventionsmaßnahmen aufzuklären.

9.312

Mit 9.312 medizinischen Expert*innen ist MAM vernetzt.

WELTWEIT FÜR BABYGESUNDHEIT

Neben dem Wissenstransfer zwischen Expert*innen unterstützen wir auch den Transfer von Expert*innen an Eltern. Im Berichtszeitraum haben wir uns in unterschiedlichen Ländern mit Events und Informationskampagnen den Austausch und das Wissen rund um das Thema Babygesundheit gefördert. Durch die weltweite COVID-19-Pandemie mussten wir kreativ werden, um unsere Events abhalten zu können. Hier konnten wir oft auf digitale Veranstaltungen ausweichen und Teilnehmer*innen online miteinander vernetzen.

VIRUS UND SCHWANGERSCHAFT – HILFE UND UNTERSTÜTZUNG VON MAM

Als Anfang des Jahres 2020 die COVID-19-Pandemie ausbrach, reagierte MAM schnell und stellte eine Sammlung wichtiger Informationen für Schwangere, Stillende und Eltern auf unserer Website bereit.

www.mambaby.com/at/covid-19/faq/

Bei der Zusammenstellung der Informationen bezogen wir uns ausschließlich auf etablierte Organisationen wie die Weltgesundheitsorganisation (WHO), UNICEF oder das Center for Disease Control and Prevention (CDC). Weitere Maßnahmen und Inhalte für Eltern stellten wir über Social Media und einen Special Newsletter bereit.

ZEIT FÜR FRAGEN – EVENTS MIT MAM

In der Schweiz fanden im Berichtszeitraum einige Veranstaltungen zum Thema Wissenstransfer statt. Das MAM Specialist Event wird seit 2018 veranstaltet und richtet sich an Professionals aus dem Bereich Babygesundheit. Die Fachtagung fand im Oktober 2020 in Zürich statt und behandelte ein breites Spektrum an Themen. Von einem Vortrag zur motorischen Entwicklung des Kindes über das Thema Kindeswohlgefährdung bis zu der optimalen Begleitung alleinerziehender Schwangerer – das Feedback der Teilnehmer*innen lobte die Themenauswahl sehr. Aufgrund der positiven Reaktionen wird MAM die Tagung auch weiter im zweijährigen Rhythmus durchführen.



Auf der Fachtagung von MAM Schweiz wurde der Austausch zwischen medizinischen Expert*innen gefördert.

Doch MAM möchte nicht nur Expert*innen in der Schweiz die Möglichkeit geben, Fragen zu stellen, auch Eltern sollen die Möglichkeit erhalten. Daher führen wir regelmäßige Q&A Sessions mit der Hebamme Franziska Summermatter auf Instagram durch. Interessierte können vorher die Fragen stellen, die ihnen auf dem Herzen liegen und diese werden dann fachkundig und im Detail beantwortet.

ZÄHNCHEN GUT, ALLES GUT – ZAHNKUNDE FÜR BABYS

In Brasilien bietet MAM eine Vielzahl von Aktivitäten an, die sich verstärkt auf digitale Angebote konzentrieren, da so einfach mehr Menschen erreicht werden können. Ein Weiterbildungsangebot für Expert*innen entwickelten wir mit unserem Videokurs „Zahnpflege während der Schwangerschaft und Zahnhygiene für Babys“. Der Kurs, der vom renommierten Kinderzahnarzt Dr. Gabriel Politano durchgeführt wurde, konnte 40 Gesundheitsexpert*innen aus dem ganzen Land erreichen und erhielt exzellentes Feedback. Um die Lernerfahrung ganzheitlich zu gestalten erhielten die Teilnehmer*innen Lernmaterialien, Produktproben und ein Teilnahmezertifikat.



Dr. Gabriel Politano
Kinderzahnarzt in Brasilien



DREI FRAGEN AN: FRANZISKA SUMMERMATTER, HEBAMME

Warum ist der regelmäßige Austausch mit Eltern so wichtig?

Als Stillberaterin weiß ich, dass Babys oft sehr unterschiedlich sind und deshalb nicht eine Lösung für alle funktioniert. Wichtig für Eltern ist eine liebevolle, wertschätzende Unterstützung, die dem Säugling hilft zu wachsen und sich gut zu entwickeln.



Welche Themen beschäftigen Eltern am meisten?

Viele Eltern erschrecken sich stark, wenn das kleine Neugeborene sich verschluckt und fragen deswegen häufig nach kleineren Flaschensaugern. Deswegen bin ich froh über den kleinsten Sauger Größe Null. Auch die MAM Feel Good Glasflaschen sind als Alternative zu den Kunststoffflaschen für viele interessant.

Was raten Sie Eltern, die sich bezüglich COVID-19 und dem Wohlergehen ihres Babys sorgen?

COVID-19 war für uns alle mit viel Ungewissheit verbunden. Es war nicht abzusehen, was es mit den Allerkleinsten machen würde und was Auswirkungen auf die Ungeborenen sein könnten. Deswegen sind Hygienemaßnahmen – vor allem Masken tragen – so wichtig, um sich selbst und andere zu schützen.

RUNDUM VERSORGT – ONLINE-KURSE MIT MAM

In Großbritannien bot MAM für Eltern-Kurse an, die Tipps und Tricks für vor und nach der Geburt geben. Von einer Hebamme gehalten, konnten Eltern in den wöchentlichen Einheiten ihre Fragen stellen. Als die Kurse durch COVID-19 auf online Formate umgestellt werden mussten, gab es bis zu 550 Teilnehmer*innen. Für diejenigen, die eine individuellere Betreuung wünschten, wurde die Möglichkeit Termine mit der Hebamme via Videocall zu vereinbaren angeboten. Während dieser Anrufe wurden speziell Fragen zum Thema Füttern des Babys beantwortet und Eltern profitierten von 20 Minuten kostenloser Beratung.



Durch Online-Kurse konnte MAM UK weiterhin Fragen von Eltern beantworten.

Normen

GRI

403-7, 416-1

SDG

17.6

MAM Baby Produkte werden auf der Grundlage von höchster Qualität und Sicherheit entwickelt. Seit den Gründungsjahren von MAM engagieren wir uns auf EU-Ebene für höchste Sicherheitsstandards für Babyprodukte. So konnten wir maßgeblich daran mitwirken, die Produktnormen nicht nur in Europa, sondern weltweit für die Babybranche anzuheben. Produktsicherheit ist eng mit Babygesundheit verknüpft – deshalb liegt sie uns besonders am Herzen.

Um die zahlreichen Sicherheitsnormen nicht nur einzuhalten, sondern auch zu übertreffen, setzen wir uns bei MAM besonders strenge Maßstäbe. Schon am Anfang jeder Produktentwicklung wird unser MAM Qualitätsstandard integriert und das mit Erfolg:

Bis dato hat MAM 28 technische Erfindungen in 274 Patenten schützen lassen und das Design von 54 Produkten und 247 Geschmacksmustern sichern lassen.

Sicherheit und Qualität lassen sich nur mit rigorosen Checks gewährleisten. Diese führen wir im hauseigenen MAM Labor durch. Unsere Flaschen und Schnuller durchlaufen pro Jahr mehr als 1.000.000 Produkttests mit 68 unterschiedlichen Testmethoden in über 12.000 Arbeitsstunden.

NORMEN FÜR BABYPRODUKTE: SICHERHEIT IST IN UNSERER DNA

Unser Gründer Peter Röhrig setzt sich bereits seit den frühen Geschäftsjahren von MAM für standardisierte Sicherheitsvorgaben unter anderem bei Schnullern ein. Denn in den 80er Jahren gab es nur in einzelnen EU-Ländern eine Schnullernorm und noch keine verbindliche Richtlinie für Österreich. Dieses kontinuierliche Engagement macht Peter Röhrig und damit MAM zum Experten auf dem Gebiet

der Produktsicherheit. Dieses Wissen brachten wir auch bei der Entwicklung der ersten Europäischen Standards ein, die ab 1990 entworfen wurden. Peter Röhrig wurde zum Vorsitzenden einer der Arbeitsgruppen im Bereich des CEN/TC 252 ernannt, dem Standard für Babyprodukte, und hat diesen Posten bis heute inne.

Unter seiner Mitwirkung wurden folgende Normen auf EU-Ebene entwickelt, die auch international Nachahmer finden:

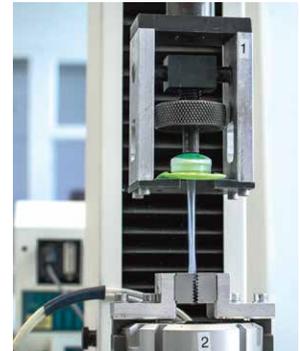
- EN 1400: Norm für Schnuller
- EN 14350: Norm für Babyflaschen, Trinksauger, Trinkbecher etc.
- EN 12586: Norm für sichere Schnuller-Halterung
- EN 12868 : Norm für strengere Nitrosamin-Grenzwerte bei Babyartikeln
- EN 14372 : Norm für Babybesteck und -geschirr für Säuglinge und Kleinkinder

QUALITÄTSSICHERUNG BEI MAM: SICHER IST UNS NICHT SICHER GENUG

Bei MAM haben wir einen eigenen Qualitätsprozess entwickelt, der über internationale Standards weit hinausgeht. Dafür werden in unserem hauseigenen Labor alle weltweit gängigen Normen zusammengeführt, abgeglichen und dann sichergestellt, dass unser MAM Standard diese Mindestanforderungen übertrifft.

Unsere Produkte werden in Stichproben zahlreichen Tests unterzogen, bevor sie ihren Weg zu Eltern und Babys finden:

- Die Schnuller-Norm (EN 1400: 2018) legt einen Mindestgrenzwert von 120 Newton (N) für die Reißfestigkeit fest. Die interne MAM Grenze beträgt 160 N.
- Ebenfalls besagt die Schnuller-Norm (EN 1400: 2018), dass die Zugfestigkeit



Der Zugtest garantiert, dass der Sauger sich nicht vom Schnullerschild abtrennen lässt.

DER MAM QUALITÄTSPROZESS IN ZAHLEN (2020)

>12.000

Arbeitsstunden

>1 MIO.

MAM Produkte

mit 2.500

Labortests

40

verschiedene Testverfahren
für Schnuller

28

verschiedene Testverfahren
für Flaschen

12

Das Resultat: Sehr geringe
Reklamationsquote mit
12 Reklamationen pro eine
Million Produkte

- zwischen Schnullerkopf und Schnullerschild 120 N betragen muss. Bei MAM liegt dieser Grenzwert bei 350 N.
- Die Norm für Trinkgefäße (Babyflaschen und Trinksauger, Trinkbecher – EN 14350: 2020) enthält keinen verpflichtenden Falltest. Bei MAM müssen unsere Trinkgefäße unversehrt bis zu zehnmal aus einer Höhe von bis zu 138 cm fallen können.
 - Weiterhin enthält die Norm für Trinkgefäße (Babyflaschen und Trinksauger, Trinkbecher – EN 14350: 2020) keine Anforderungen an Reißfestigkeit. Die interne MAM Richtlinie dagegen setzt voraus, dass sowohl für Flaschensauger als auch für Schnuller Reißtests mit der Maschine durchgeführt werden.
 - Die Material- und Gestaltungsrichtlinien für Babybesteck und -geschirr (EN 14372: 2004) enthalten keinen Schlagfestigkeitstest. Die MAM Anforderung an das Besteck besteht jedoch darin, fünf Schläge aus einer Höhe von 100 mm gemäß der Schnullernorm zu überstehen.
 - Die gleiche Norm verlangt einen Falltest mit fünfmal Fallen aus einer Höhe von 85 cm, während die interne MAM Richtlinie zehnmaliges Fallen aus einer Höhe von 138 cm vorsieht.

VERTRAUEN IST GUT, (QUALITÄTS-) KONTROLLE IST BESSER

Für MAM gehen Sicherheit und Kundenzufriedenheit zusammen, weswegen wir unsere Produkte auch nach Veröffentlichung weiter prüfen. Daher führen wir im internen MAM Labor pro Jahr etwa 2.500 verschiedene Tests durch. Diese Produktaudits überprüfen, ob unsere Produkte auch in ihrer Herstellung konsequent unserem Qualitätsversprechen gerecht werden können. Wir verlassen uns bei unseren Tests jedoch nicht nur auf die internen MAM Ergebnisse, sondern lassen unsere Produkte auch extern überprüfen und zertifizieren. Zu diesem Zweck arbeiten wir mit neun akkreditierten Laboren weltweit zusammen, die MAM Produkte in drei Bereichen kontrollieren: Rohmaterialien, Druckfarbe und Produkttests. Durchschnittlich werden pro Jahr etwa 3.000 externe Tests an 30.000 Produkten durchgeführt.



Jedes MAM Produkt wird eingehend auf Qualität geprüft.



Wir fühlen uns sehr geehrt, von der Europäischen Kommission mit dieser prestigeträchtigen Auszeichnung bedacht worden zu sein – als erstes und einziges Unternehmen seiner Kategorie. Seit über 40 Jahren positionieren wir uns als Branchenführer in Sachen Produktsicherheit. Dabei sind unsere Prioritäten unverändert: Wohlergehen, Sicherheit und Gesundheit von Babys.“

Statement von Unternehmensgründer **Peter Röhrig** zur Auszeichnung mit dem EU Product Safety Award



MAM BABY PRODUKTE AUSGEZEICHNET

Eine große, wenn auch inoffizielle Auszeichnung für unsere Produkte ist die sehr geringe Reklamationsrate. Diese haben wir seit 2014 von 68 auf 12 pro eine Million Produkte senken können. Aber auch von offizieller Seite werden unsere Produkte immer wieder ausgezeichnet, zuletzt 2019 mit dem EU Product Safety Award. Dieser Award, der von der Europäischen Kommission vergeben wird, zeichnet Unternehmen aus, die Sicherheit in ihr Kerngeschäft integriert haben und mit ihren Standardprozessen über EU-Normen und Richtlinien hinausgehen. In der Begründung wird besonders das langjährige Engagement von MAM in der branchenweiten Entwicklung von Produktsicherheitsstandards hervorgehoben. Auch unsere interne Forschungsabteilung wird lobend erwähnt, ebenso wie das rigide Rückverfolgungssystem: Bei MAM speichern wir alle Produktinformationen der letzten zehn Jahre.

MAM AUSZEICHNUNGEN IM ÜBERBLICK

(AUSWAHL)

2020

TRIGOS

Auszeichnung für verantwortungsvolles Wirtschaften (Nominierung)

2019

**EU Product Safety Award
Austrian Living Standards Award**

2017

TRIGOS

Auszeichnung für verantwortungsvolles Wirtschaften
**Umweltpreis der Stadt Wien
Austrian Sustainability Reporting Award**

2015

Austrian Sustainability Reporting Award

Gemeinsam Gutes tun

GRI

413-1

SDG

1.1

Für MAM bedeutet unternehmerische Verantwortung, auch einen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. Dabei ist es uns wichtig, langfristige Partnerschaften zu formen, die die Gesundheit und Sicherheit von Babys in den Mittelpunkt stellen. Sach- und Geldspenden sind nur ein kleiner Teil unserer Engagements, viel mehr versuchen wir, durch unsere Mitarbeiter*innen tatkräftig zu unterstützen und den Organisationen unsere Expertise zur Verfügung zu stellen.

MAM Griechenland unterstützt seit 2017 die pädagogische Organisation Mikros Dounias auf der Insel Lesbos, die einheimische Kinder und Kinder mit Fluchtgeschichte spielerisch zusammenbringt. Vor allem beim Druck von Informationsmaterialien und des Jahreskalenders griff MAM Griechenland unter die Arme.

MAM Skandinavien arbeitet bereits seit vielen Jahren mit der NGO Operation Smile zusammen. Das Team hat eine umfassende Fundraising-Kampagne gestartet und es so geschafft, 118 Kindern weltweit eine Operation zur Korrektur der Lippen-Kiefer-Gaumenspalte (LKG) zu ermöglichen.

MAM UK engagierte sich im Berichtszeitraum besonders für die Organisation Tommy's, die Eltern bei Fehlgeburten unterstützt. Ein besonderer Schnullerclip wurde designt, von dessen Erlös ein Teil an Tommy's spendet wurde.

MAM Italien hilft Familien vor allem mit Produktspenden. Nach einem Aufruf der Kommunalverwaltung von Genua spendete MAM Italien Stilleinlagen, um die etwa 3.000 Baby Kits zu ergänzen.

MAM Frankreich unterstützt verschiedene NGOs, wie zum Beispiel MAMAMA, die schwangeren Frauen und jungen Müttern in Not helfen. Durch Produktspenden und Social-Media-Postings konnte das Team bereits einen wichtigen Beitrag leisten.

MAM China spendet einen Teilerlös der im Online-shop verkauften Produkte an zahlreiche Organisationen und unterstützt so Projekte für benachteiligte Familien.



MAM Standorte auf der ganzen Welt unterstützen benachteiligte Babys und deren Familien.

MAM Deutschland ist Sponsor des Bundesverbandes „Das Frühgeborene Kind“ und hilft außerdem durch eine jährliche Weihnachtsspende Vereinen wie der Deutschen Kinderkrebsstiftung.

MAM USA spendet zahlreiche Produkte und finanzielle Mittel an eine Vielzahl von Wohltätigkeitsorganisationen wie Baby2Baby, die in Armut lebende Kinder mit dem Nötigsten versorgt, und die Good+ Foundation, die lebenswichtige Güter mit Innovationsdienstleistungen kombiniert, um unterversorgten Familien eine Chance zu geben.

MAM Schweiz unterstützt den „Förderverein für Kinder mit seltenen Krankheiten“ seit vielen Jahren durch Volunteering-Einsätze und Spenden. Unter anderem haben Mitarbeiter*innen 2019 beim Familien-Event „Kids City“ tatkräftig mitgeholfen.

MAM Thailand half bei großzügigen Renovierungsarbeiten des „Prachinburi Special Education Center“ für Kinder mit Behinderungen und spendete Geschenke für den „Children's Day“.

Wertschaffung

Organisch und nachhaltig wachsen



Wir berücksichtigen bei jeder Entscheidung Gesellschaft, Umwelt und die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter*innen. Werden wir unserer Verantwortung als Arbeitgeber gerecht? Welche Auswirkungen hat unsere Geschäftstätigkeit auf umliegende Gemeinden? Wie können wir unseren Werten treu bleiben? Fragen wie diese sind für MAM Leitlinien bei jeder Entscheidung. Denn auch wenn wir mittlerweile weltweit tätig sind, so sind wir uns unserer Identität als Familienunternehmen bewusst.

Gesundes Wachstum

GRI 102-10, 202-2, 203-1,
203-2, 413-1, 413-2

SDG 8.4., 9.5

„MAM als Unternehmen gleicht einem wachsenden Organismus“. So bringt es Martin Lesjak, Architekt des neuen MAM Forschungs- und Entwicklungszentrums in Großhöflein, auf den Punkt. Und in der Tat, gesundes Wachstum heißt für uns organisch und nachhaltig wachsen. Das beeinflusst unser Handeln. Zum Beispiel bedeutet das, dass wir unternehmerische Entscheidungen nur treffen, wenn sie mit einem niedrigen Risiko verbunden sind. Investitionen tätigen wir möglichst aus Eigenkapital, das heißt, ohne Schulden oder Kredite aufzunehmen. Langfristig denken, Verantwortung übernehmen und überlegt entscheiden – diese Grundsätze nehmen wir uns zu Herzen. Beispiele dafür sind unsere Produktionsstätten in Thailand und Ungarn, aber auch unser neues Forschungs- und Entwicklungszentrum in Großhöflein nahe Wien.

IN DER REGION VERWURZELT

Seit 1991 gibt es unser Werk in Vaskeresztes, Ungarn. Das kleine Dorf mit 343 Einwohner*innen nahe der österreichischen Grenze ist der größte Produktionsstandort von MAM. Als MAM Gründer Peter Röhrig vor 30 Jahren eine Halle mit 367 m² erwarb, hätte wohl noch keiner gedacht, dass sich das Gelände über die Jahre um das 38-fache vergrößern würde – auf 14.350 m². Dieses Wachstum bringt positive Entwicklungen mit sich. MAM ist mit mehr als 500 Angestellten der größte Arbeitgeber der Region und die Gemeindevertreter schätzen die wirtschaftliche Belebung, welche auch höhere Steuereinnahmen für den Ausbau der lokalen Infrastruktur zur Folge hat. Bei der stetigen Vergrößerung des Werkes haben wir stets die Auswirkungen auf Mensch und Umwelt bedacht. Beim großen Umbau in den

letzten vier Jahren haben wir das Werk in puncto Energieeffizienz stark aufgerüstet und zum Beispiel in eine Photovoltaik-Anlage investiert. Weiterhin messen wir laufend Luftemissionen, um innerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Grenzen zu bleiben. Zur Vermeidung von Verschmutzung lagern wir Gefahrenstoffe und Abfälle nur in gesicherten Bereichen und sind laufend dabei, in Zusammenarbeit mit unseren Dienstleistern noch effizientere Lösungen zu entwickeln. Mehr Informationen dazu, wie wir ökologische Nachhaltigkeit in unserem Werk umsetzen, finden sich im Kapitel Umwelt.

→ Seiten 48–59

14.350

m² Fläche und über 500 Beschäftigte sind es mittlerweile auf dem MAM Gelände in Vaskeresztes, Ungarn.

Mit wachsender Größe des Werkes haben wir festgestellt, dass auch das Verkehrsaufkommen und damit die Lärm- und Emissionsbelastung für Anwohner größer wurde. Um diese so gering wie möglich zu halten, haben wir werkseigene Shuttlebusse organisiert. Diese bringen die Belegschaft sicher zur Arbeit und wieder nach Hause. Da die Mehrheit unserer Mitarbeiter*innen aus Vaskeresztes und den umliegenden Dörfern kommt, ist diese Lösung auch logistisch gut geeignet. Unsere Verwurzelung in der Region wird auch dadurch

deutlich, dass MAM bei Notlagen immer helfend bereitsteht. Bei einem Brand im Kindergarten eines nahegelegenen Dorfes unterstützte MAM den Wiederaufbau und half mit Produktspenden bei der Wiederinbetriebnahme. Dass sich unsere Mitarbeiter bei MAM wohlfühlen sieht man daran, dass sie bleiben. Durchschnittlich halten uns unsere Mitarbeiter*innen zehn Jahre lang die Treue.

Unser Werk in Kabinburi haben wir nach ähnlichen Gesichtspunkten aufgebaut. Dieses ist erst seit 2016 in Betrieb und wurde nach modernsten Umweltaspekten errichtet.



Der Bau des neuen F&E-Zentrums in Großhöflein ist in vollem Gange.

Auch hier setzen wir beispielsweise auf erneuerbare Energien und speisen einen Teil unseres Bedarf aus Solarzellen, die auf dem Dach installiert sind. Überschüssige gewonnene Energie aus diesen Paneelen speisen wir kostenlos ins örtliche Stromnetz ein. Auch in Kabinburi ist MAM ein Teil der Gemeinschaft. Wir haben bei der Gestaltung des Werkes jedoch nicht nur ökologische Standards berücksichtigt, sondern auch die Anregungen unserer Mitarbeiter*innen umgesetzt. So hatten sich diese keine Fenster in der Produktionshalle gewünscht, da diese die Temperatur nur zusätzlich aufheizen. Eine natürliche Belüftungsanlage trägt weiter dazu bei, dass wir sowohl

Energie sparen da wir auf die Klimaanlage verzichten können und sich unser Team bei der Arbeit wohlfühlt. Mehr Informationen zu den konkreten Maßnahmen finden sich im Kapitel Umwelt.

➤ Seiten 48–59

ORGANISCH, INNOVATIV UND NACHHALTIG – EIN GEBÄUDE WIE MAM

Seit 2014 haben wir an Ideen getüftelt und im April 2020 war es dann endlich soweit – der Spatenstich für das neue MAM Forschungs- und Entwicklungszentrum in Großhöflein erfolgte. Die Beweggründe für das neue Areal waren vielfältig, neben Platzmangel im ehemaligen Büro spielte auch der Wunsch nach einem Ort, wo innovative Gedanken sich frei entfalten können, eine Rolle.

Diesen Gedanken haben wir auch in der Gestaltung des Gebäudes aufgegriffen: „MAM als Unternehmen gleicht einem wachsenden Organismus. Demzufolge soll das neue Forschungs- und Entwicklungszentrum – ebenfalls einem Organismus gleich – über die Jahre mitwachsen können.“ erklärt der INNOCAD-Gründer und Architekt Martin Lesjak, dessen Architekturbüro das Gebäude entworfen hat. Dabei orientiert sich das Konzept an dem Prinzip der Zellteilung und mit jedem Bauabschnitt wird dies sichtbar.

Das neue Zentrum wird auch einen neuen Namen tragen: „Health and Innovation Center“. Damit möchten wir zum Ausdruck bringen, was unser tägliches Tun leitet – mit innovativen Produkten die individuelle Entwicklung jedes Kindes optimal zu unterstützen und den Babyalltag für Eltern einfacher zu machen. Ende 2021 soll der Betrieb auf einer Gesamtfläche von 5.800 m² starten. So sollen zuerst bis zu 75 Mitarbeiter*innen ihren Dienst am neuen Standort aufnehmen, bis dann im Endausbau Platz für ca. 180 Personen vorgesehen ist. Die innovative Gestaltung soll auch den Arbeitsalltag der Mitarbeiter*innen beflügeln. Die vorgesehenen Abteilungen im neuen F&E-Zentrum sind verantwortlich für die Produktentwicklung, den strategischen Einkauf und das Innovations-, Portfolio- und Projektmanagement.



Das Gebäude bietet im Endausbau Platz für 180 Mitarbeiter*innen.

WILLKOMMEN IN DER ZUKUNFT

In punkto Bauweise haben wir ganz auf Nachhaltigkeit gesetzt. In Zusammenarbeit mit Planer*innen und Projektteams haben wir beispielsweise ein Energiekonzept erarbeitet, das voll auf erneuerbare Energien setzt, also gänzlich ohne fossile Energieträger und Brennstoffe auskommt.

Die knapp 4.000 m² Nutzfläche sind als energieeffizientes Gebäude geplant, welches mit dem Einsatz einer Geothermieanlage realisiert wird. Das bedeutet, dass die Heiz- als auch die Kühlenergie über eine Sole/Wasser-Wärmepumpe aus der Erde bezogen wird. Raffiniert ist auch die Technik der thermischen Bauteilaktivierung. Damit werden Heiz- oder Kühlsysteme bezeichnet, bei denen wasserführende Rohrleitungen durch Wände, Decken oder Böden führen und die Speichermassen dieser Bauteile zur Temperaturregulierung der Räumlichkeiten genutzt werden. In unserem Fall leiten Heizkühlschlangen die Wärme oder Kälte in die Betondecken und speichern sie dort. Im Sommer sorgen Lamellen dafür, dass es schön kühl bleibt, indem sie das Sonnenlicht aufnehmen, und im

Die knapp 4.000 m² Nutzfläche sind als energieeffizientes Gebäude geplant, welches mit dem Einsatz einer **Geothermieanlage** realisiert wird.

Winter halten mehrere Schichten Wärmeschutzglas die Wärme innen. Das Gebäude „atmet“ also – und das ist gut für die Umwelt!

Durchdacht ist auch die Gestaltung des Gebäudes, welches Mitarbeiter*innen und Ökologie in den Vordergrund stellt. Das Zentrum bildet ein großer zweigeschossiger Atrium-Wintergarten mit einem glashausähnlichen Dach. Dieser Raum soll als Kommunikations- und Erholungsraum dienen, ist aber gleichzeitig ein thermischer Puffer für das Energiekonzept. Weitere Atrien sorgen durch eine spezielle mikroperforierte Zwischenschicht für angenehme Belichtung, die gleichzeitig Wärme absorbiert.



**Auf der MAM
Baustelle:
Projektleiter
Norbert Polatschek**

? VIER FRAGEN AN: NORBERT POLATSCHKEK, MAM PROJEKTLER FÜR DAS NEUE HEALTH & INNOVATION CENTER

WELCHE ASPEKTE DES NEUEN GEBÄUDES SIND BESONDERS ERWÄHNENSWERT?

Wir haben viele Möglichkeiten für Kühlung und Heizung diskutiert und uns für Geothermie entschieden. Diese ist aufgrund der örtlichen Gegebenheiten eine sehr gute Möglichkeit, die Energie regional und ohne direkte Emissionen zu beziehen. Im Winter holen wir die Wärme zum Heizen aus der Tiefe und zur Gebäudekühlung leiten wir diese im Sommer wieder hinunter. Das Prinzip ist also einfach, erfordert aber eine hochkomplexe Haustechnikanlage, für deren Planung wir uns sehr viel Zeit genommen haben.

WIE WIRD DER BENÖTIGTE STROM BEZOGEN?

Hier haben wir bewusst einen Partner gewählt, der in seinem Portfolio ausschließlich Ökostrom anbietet. Dieser kommt aus Österreich und besteht aus fast 90 % Windenergie und der Rest stammt aus Wasserkraft und Sonnenenergie.

WELCHE BENEFITS BIETET DAS NEUE GEBÄUDE FÜR DAS FORSCHUNGS- UND ENTWICK- LUNGSTEAM?

Die Anforderungen an die Planer war, das beste Gebäude für die Beschäftigten und für den Betrieb unserer hochkomplexen Forschungsanlagen zu realisieren. Teamarbeit und Diversität liefern immer bessere Ergebnisse als Arbeiten von Einzelnen. Deshalb ist Kollaboration das zentrale Thema im gesamten Gebäude. Es wurden Arbeitsinseln und Begegnungszonen geschaffen um den Austausch zu fördern. Ein Highlight ist neben dem Fitnessbereich die integrierte Rutsche, mit der man von Etage zu Etage gelangen kann.

WIE LÄUFT DER BAU?

Trotz COVID-19 konnten wir den Bau pünktlich starten und sind nach wie vor im Zeitplan. Die tolle und qualitativ hohe Zusammenarbeit mit allen Partnern ist besonders erwähnenswert. Es ist jedem bewusst, dass es sich um ein „besonderes Bauwerk“ handelt. Deshalb sind alle hochmotiviert und mit Freude dabei.

Lieferantenmanagement

GRI

102-10, 102-12,
414-1, 414-2

SDG

10.1, 12.2



Kautschukbäuerin Pawnphan O-sri ist zufrieden: „Durch die Fair Rubber Prämie habe ich ein sicheres zusätzliches Einkommen, auch in der Regenzeit.“ In Thailand engagieren wir uns durch die Initiative Fair Rubber für gerechte Bedingungen in der Lieferkette. In Zusammenarbeit mit einer lokalen Kooperative aus Kautschukbäuer*innen stellen wir sicher, dass für Kautschuk ein fairer Preis bezahlt wird, der direkt bei den Rohstoffherzeuger*innen ankommt.

sicherzustellen, dass in allen MAM Werken und entlang unserer Lieferkette die gleichen Standards herrschen, verlassen wir uns seit einigen Jahren auf externe Expert*innen. In sogenannten Sozialaudits, Inspektionen rund um das Thema Menschenrechte und Arbeitsschutz, werden nach einem internationalen Kriterienkatalog die Bedingungen im Werk auf Herz und Nieren geprüft. Das Thema Umweltschutz ist für uns ebenso wichtig und daher wählen wir unsere Partner auch nach ökologischen Kriterien aus. So befinden sich etwa 85 % unserer Lieferanten innerhalb 400 km zu unseren Werken, wo die Produkte assembliert und verpackt werden, um so Transportemissionen zu reduzieren.

“
Durch die Fair Rubber Prämie habe ich ein sicheres zusätzliches Einkommen, auch in der Regenzeit.“

Pawnphan O-sri, Kautschukbäuerin

Dieses Projekt ist nur ein Aspekt des Lieferantenmanagements bei MAM. Denn für uns gehen Respekt für Mensch und Umwelt Hand in Hand mit nachhaltigem Wirtschaften. Diese Überzeugung tragen wir auch in unsere Lieferkette, also in die Geschäftsbeziehungen mit unseren Zulieferern und Dienstleistern. [➔](#) Seiten 66–67

GLEICHE STANDARDS, VON EUROPA BIS NACH ASIEN

Unser MAM Verhaltenskodex formuliert unsere Erwartungen an ein gemeinsames Arbeiten und die Grundsätze, die für uns die Basis jeder geschäftlichen Beziehung bilden. Um

EINE RUNDE SACHE – MAM UND DIE FAIR RUBBER INITIATIVE

Weil viele Unternehmen ihre Produkte aus der ganzen Welt beziehen, ist es oft sehr schwierig, ein Produkt bis zu seinem Ursprung zurückzuverfolgen. Bei MAM ist das anders. 97 % unserer Produktkomponenten stammen aus Österreich, eine kurze und regionale Lieferkette – das hat heute Seltenheitswert. Das Naturmaterial, welches wir außerhalb Europas beziehen, ist Kautschuk, welches für die Sauger der Schnuller und für unser Entwicklungsspielzeug, die MAM Friends, verwendet wird. Es stammt aus Thailand, genauer gesagt aus der Provinz Hat Yai. Auch dieses hat ökologische Gründe, da die Transportwege zu unserem Werk in der gleichen Provinz kurz sind und wir so Energie und Zeit sparen können.

Kautschuk wird aus Kautschukmilch hergestellt, die direkt vom Kautschukbaum gewonnen wird, und stellt für viele Kleinstbäuer*innen in der Region die Haupteinnahmequelle dar. Und auch wenn die Kautschukförderung Lebensgrundlage für viele darstellt, leben die meisten Bäuer*innen von der Hand in den Mund. Dies liegt daran, dass sie oft selbstständig arbeiten und wenig Verhandlungsspielraum bei den Preisen haben, für die sie den Rohstoff verkaufen. Außerdem sind die Löhne unregelmäßig, da in der Regenzeit kein „Zapfen“ des vielseitigen Naturmaterials möglich ist.

In Hat Yai war uns deshalb von Anfang an eine enge Partnerschaft mit den Kautschukbäuer*innen wichtig. Einige von ihnen zapfen nicht nur Kautschukmilch für unsere Produkte, sondern sind auch in unserem nahegelegenen Werk angestellt. So sind sie in den gesamten Produktionsprozess der MAM Kautschukprodukte involviert.

Im Sommer 2020 gingen wir einen Schritt weiter und wurden Mitglied der gemeinnützigen Organisation Fair Rub-

ber, die es sich zum Ziel gemacht hat, den fairen Handel mit Naturkautschuk zu unterstützen. Unsere zuliefernden Kautschukbäuer*innen gründeten daraufhin eine Kooperative und wurden somit Begünstigte der Fair Rubber Initiative.

Nur Unternehmen, die die Vereinbarungen mit der Fair Rubber Initiative erfüllen, dürfen das Logo auf ihren Produkten anbringen

Die Fair Rubber Prinzipien umfassen soziale und ökologische Kriterien, die eine nachhaltige Produktion von Kautschuk sichern sollen. Alle drei Jahre wird auf den Plantagen ein durch Fair Rubber finanziertes Audit durchgeführt, welches die Einhaltung des Kriterienkataloges überprüft. Neben fairen Arbeitsbedingungen und der Unterstützung lokaler Gemeinschaften ist eine Prämie das wichtigste Instrument für die NGO. MAM zahlt eine zusätzliche Prämie von 0,50 € pro Kilo Kautschuk, der von den Kleinbäuer*innen geliefert wird. Diese Prämie wird von der Kooperative gemeinsam verwaltet und zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen verwendet. Auf diese Weise verbleiben 100 % der Prämie innerhalb der gummiproduzierenden Gemeinschaft.



Die Kautschukbäuer*innen bei der Arbeit: Der milchige Rohstoff wird durch Anritzen der Baumrinde gewonnen.



Im Interview mit MAM erzählen zwei der Bäuerinnen, wie sie die Prämie verwendet haben:

WIE FINDEN SIE DIE FAIR RUBBER INITIATIVE?

Sa-ngiam Binkodem: Die Initiative ist sehr gut für uns. Wir haben mehr Geld als normalerweise und können sorgenfreier leben.

Pawnphan O-sri: Ich bin wirklich glücklich über Fair Rubber! Die Prämie hilft meiner Familie und ich muss keine Schulden mehr machen, um über die Runden zu kommen.

WIE NUTZEN SIE DIE FAIR RUBBER PRÄMIE UND WELCHE VORTEILE SEHEN SIE?

Sa-ngiam Binkodem: Mit dem Geld aus der Prämienzahlung kann ich Saatgut für Gemüse kaufen, das ich in meinem Garten anbaue. Die Ernte wird auf dem Markt verkauft und ich kann zusätzliches Geld für meine Familie verdienen.

Pawnphan O-sri: Die Prämie hilft uns mit alltäglichen Ausgaben. Ich schaffe damit Dinge für den Haushalt an oder bezahle das Schulgeld für meinen Sohn. Sie hilft mir besonders in der Regenzeit, wenn ich kein Einkommen habe.

Kautschukbäuerinnen im Interview mit MAM



Auf der Website von Fair Rubber kann man nachlesen, welche Produkte mit dem Gütesiegel hergestellt wurden.

www.fairrubber.org Von Haushaltsartikeln über Kopfkissen und Haargummis ist alles dabei. Auch MAM ist vertreten – seit 2020 tragen die Modelle Start, Original, Mini Air und Air das Fair Rubber Logo und weitere sollen 2021 folgen.

FAIRE BEDINGUNGEN – GARANTIERT

Die Wahrung von Menschenrechten und besonders die strikte Vermeidung von Kinder- und Zwangsarbeit

ist für MAM eine Selbstverständlichkeit. Das möchten wir auch an unsere Kund*innen und Handelspartnern weitergeben. Dabei verlassen wir uns auf die Initiative Sedex und den dazugehörigen Auditstandard SMETA. SMETA beruht auf internationalen Richtlinien und funktioniert wie eine Art Checkliste, die vor Ort von Expert*innen überprüft wird. Komponenten von SMETA sind Richtlinien zum Arbeitsschutz, Arbeitsstunden und zur Behandlung der Mitarbeiter*innen. Neben der Werksbegehung, die vom Auditor*in durchgeführt wird, sind auch Inter-

Sedex Member

www.sedexglobal.com



In unserem thailändischen Werk in Hat Yai wurde das Sedex SMETA Re-Audit 2020 durchgeführt.

views mit der Belegschaft Teil des Prozesses. So können Angestellte vertraulich darüber berichten, ob sie mit ihrem Arbeitsumfeld zufrieden sind. Sobald Versäumnisse oder auch Nichteinhaltung von Standards festgestellt werden, wird dies im Abschlussbericht vermerkt und ein Aktionsplan erstellt. Der Bericht informiert uns über alles Wissenswerte und wir können gegebenenfalls gemeinsam mit dem Zulieferer an Verbesserungen arbeiten.

Wir führen diese Audits regelmäßig in unseren Werken und unseren Produktionspartnern durch. Wichtig ist dabei, dass wir auch die Bedingungen bei den externen Dienstleistern in unseren Werken überprüfen, wie zum Beispiel Sicherheitskräften oder Kinderbetreuung.

In Vaskeresztes konnten bei der letzten Überprüfung keinerlei Versäumnisse festgestellt werden. Für das Werk in Kabinburi erhielten wir einen Maßnahmenkatalog, der beispielsweise Verbesserungen im Bereich Arbeitsschutz vorsah. Alle Aktionspunkte konnten wir erfolgreich implementieren, wie beim zweiten Besuch durch den externen Prüfer bestätigt wurde. Beide Werke konnten mit Positivbeispielen punkten, welche ebenfalls in den Bericht aufgenommen wurden. In Vaskeresztes war besonders der werkseigene Fitnessraum ein Beispiel dafür, wie MAM das Thema Mitarbeiter*innengesundheit fördert. In Kabinburi fielen die verschiedenen freiwilligen Zulagen als gutes Beispiel auf, da diese weit über den

gewöhnlichen Standard hinausgehen (Vorsorgefond, Lebensversicherung, Unterkunftszulage, Nachtzulage etc.)

GUT FÜR DEN PLANETEN – GUT FÜR MAM

Beim Thema Umweltschutz gehen wir keine Kompromisse ein, wie wir im dazugehörigen Kapitel Umwelt auf erläutern. [Seiten 48–59](#) Auch bei unseren Lieferpartnern steht Klimaschutz durch Verringerung von Emissionen ganz oben. Ein besonderes Augenmerk möchten wir in diesem Zusammenhang auf unseren Zulieferer Starlim legen. Das österreichische Unternehmen ist ebenfalls ein Familienbetrieb und heute der Weltmarktführer für die Verarbeitung von Flüssigsilikon. An seinen drei Standorten hat Starlim eine breite Palette von Maßnahmen implementiert, um seinen CO₂-Verbrauch zu verringern. Die Installation von Photovoltaik-Anlagen gehörte hier genauso dazu, wie der Umstieg auf Elektromobilität und die Nutzung der Abwärme der Produktionsmaschinen für die Heizung. Um noch energieeffizienter zu werden, ist Starlim im Prozess, die Beleuchtung in den Werken auf LED-Licht umzustellen, und bezieht ökologische Kennziffern bei Neuanschaffungen explizit mit ein. Außerdem plant Starlim die Installation neuer, umweltfreundlicher Heiztechnik und verbessert kontinuierlich seine Produktionsprozesse.

Der Erfolg spricht für sich: Starlim hat mit neuen Geräten den CO₂-Ausstoß durch Lüftung und Kühlung um 60 % gesenkt. Neue Motoren, die zum Antrieb der Produktionsmaschinen angeschafft wurden, verbrauchen 30 % weniger Strom als vorher. Zwei Werke von Starlim werden bereits komplett ohne fossile Brennstoffe betrieben.

Der MAM Fortschrittsbericht geht nun mit dem nächsten Kapitel Informationen weiter. [Seiten 85–103](#) Es enthält unser Stakeholder-Management, das Nachhaltigkeitsprogramm und viele detaillierte, vertiefende Kennzahlen und deren Analyse – und auch unser Nachhaltigkeitsengagement geht weiter, einen Beitrag zu einer zukunftsfähigen Welt für die nächste Generation zu leisten.

-60%

CO₂-Ausstoß gesenkt hat Starlim mit neuen Geräten durch Lüftung und Kühlung.

Weitere Informationen

- 86 Alles zum Bericht
- 87 Stakeholder-Engagement
- 89 Nachhaltigkeitsprogramm und Zielerreichung
- 91 Kennzahlen
- 101 GRI Content Index
- 103 Impressum

Alles zum Bericht

GRI 102-12, 102-47

Der MAM Nachhaltigkeitsbericht 2019/20 stellt die vielfältigen Aktivitäten von MAM innerhalb von fünf Handlungsfeldern vor: Produkte, Umwelt, Mitarbeiter*innen, Gesellschaft und Wertschaffung. Die Struktur des Berichtes orientiert sich am Global Reporting Standard (GRI). Zur besseren Orientierung gibt die folgende Tabelle Auskunft darüber, welche GRI-Standards an welcher Stelle abgedeckt werden. Die gleichen Informationen finden sich zu den

Sustainable Development Goals (SDGs) und dem UN Global Compact (UNGC).

Weiterhin geben wir detaillierte Auskunft zum Status unseres Nachhaltigkeitsprogrammes sowie zur Methodik und den Zielgruppen des MAM Stakeholder-Engagements. Darauf folgen relevante Kennzahlen zu allen fünf Handlungsfeldern und der GRI Content Index.

ÜBERLEITUNGSTABELLE

GRI 102-12, 102-47

Wesentliches Thema	Handlungsfeld	Zielbereich	Seiten	SDGs	UNGC	GRI-Standard
Nachhaltige Produkte und CO ₂ -Fußabdruck	Produkte	Nachhaltige Produkte	38-47	3, 12	7, 8, 9	301-1, 301-2, 403-7
Ressourcen & Materialien	Produkte	Nachhaltige Produkte	38-47, 92	3, 12	7, 8, 9	301-1, 301-2, 403-7
Ressourcen & Materialien	Produkte	Nachhaltige Verpackungen	44-47	12	7, 8, 9	301-1, 301-2
Energie & Emissionen	Umwelt	Energie/Klima	49-54, 91-92	13	7, 8, 9	302-1, 305-1, 305-2, 305-3
Abfallvermeidung und -behandlung	Umwelt	Abfall	55-59, 93	12	7, 8, 9	306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
Kundengesundheit und Produktsicherheit	Gesellschaft	Gesunde und sichere Produkte	72-74	17		416-1
Compliance	Gesellschaft	Gesunde und sichere Produkte	66-67, 72-74	16	2	102-16, 205-1, 205-2, 205-3, 408-1, 409-1, 410-1, 411-1, 412-1
Guter Arbeitgeber	Mitarbeiter*innen	Mitarbeiter*innen Zufriedenheit	64-65	5, 8		401-2, 401-3, 404-1
Vielfalt, Chancengleichheit und Weiterbildung	Mitarbeiter*innen	Mitarbeiter*innen Zufriedenheit	95-97	5, 8	3, 6	404-1, 404-3, 405-1
Gesundheit und Arbeitssicherheit	Mitarbeiter*innen	Mitarbeiter*innen Gesundheit				403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9
Korruptionsbekämpfung	Mitarbeiter*innen	Unternehmensethik	66-67	16	10	205-1, 205-2, 205-3
Nachhaltigkeitsmanagement bei Lieferanten	Wertschaffung	Lieferantenmanagement	81-84	10, 12		414-1, 414-2
Kinder-, Zwangs- oder Pflichtarbeit & weitere Menschenrechtsaspekte	Wertschaffung	Lieferantenmanagement	81-84	8	1, 2, 4, 5	408-1, 409-1, 410-1, 411-1, 412-1, 412-1, 412-2

Nicht zugeordnete Themen: Regionale Wertschöpfung, Regionale Beschaffung, Beschwerdeverfahren, Wasser & Biodiversität, Marktpräsenz, Datenschutz
Nicht in der Wesentlichkeitsmatrix zugeordnete Zielbereiche: Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltigkeitskommunikation

Stakeholder-Engagement

GRI 102-12, 102-13,
102-40, 102-42,
102-43, 102-44,
102-46, 102-53

UNSER STAKEHOLDER-ENGAGEMENT: EIN DIALOG AUF AUGENHÖHE

Bei MAM ist der Dialog mit Stakeholdern Teil unserer täglichen Arbeit. Sei es bei der Produktentwicklung, bei der Gestaltung des Arbeitsplatzes oder bei anderen Nachhaltigkeitsthemen – die Stimmen unserer Anspruchsgruppen sind essenziell für ein respektvolles Miteinander.

Unsere Stakeholder-Gruppen

Eltern, medizinische Expert*innen, Vertriebspartner, Lieferanten und die MAM Mitarbeiter*innen sind unsere wichtigsten Anspruchsgruppen. Diese haben wir gemeinsam in einem Workshop definiert. Mit ihnen stehen wir in ständigem Austausch, unabhängig vom Zyklus unserer Berichterstattung.

Regelmäßiger Austausch

Eltern

Jährlich führen wir umfangreiche Marktforschung durch, um die Bedürfnisse von Eltern und ihren Babys bestmöglich zu berücksichtigen: 2019 gaben wir 33 Studien mit 8.984 Eltern aus 10 Ländern in Auftrag, 2020 waren es 33 Marktforschungsstudien mit 10.546 Eltern aus 12 Ländern. Seit langem haben wir ein eigenes Inhouse-Marktforschungsteam, das sich ausschließlich darum kümmert, Eltern und Babys bestmöglich zu verstehen. So haben wir zum Beispiel aufgrund von erhöhter Nachfrage unsere beliebte MAM Feel Good Flasche in der Größe 90 ml für die ganz Kleinen entwickelt. [→](#) Seiten 40–41

Medizinische Expert*innen

Die enge Zusammenarbeit mit medizinischen Expert*innen ist ein Hauptfokus bei MAM. Denn die Babygesundheit ist unsere oberste Prämisse. Um den laufenden Dialog kümmert sich unsere eigens dafür eingerichtete Abteilung mit dem Namen „Medical Science Cooperations“. Mit mittlerweile über 30 medizinischen Expert*innen stehen wir über Jahre hinweg in engem Austausch. Wir involvieren sie stets in unsere Produktentwicklungsprozesse, wie z. B. bei einer unserer neuesten Innovation, dem MAM Comfort. Außerdem fördern wir die Forschung, indem wir Studien zu Themen rund um Babys in Auftrag geben und dieses Wissen an unsere medizinischen Partner*innen weitergeben. [→](#) Seiten 44–47, 69–71

Falls Sie Fragen zum Inhalt des Nachhaltigkeitsberichts sowie zum Dialog mit unseren Stakeholdern haben, wenden Sie sich bitte an unser Nachhaltigkeitsteam:
sustainability@mambaby.com

Lieferanten

Mit einigen unserer Lieferanten kollaborieren wir schon viele Jahre lang. Sie sind die Hersteller der Einzelteile, die wir in unseren Werken assemblieren – eine enge Kooperation ist deshalb unabdinglich. Ein gutes Beispiel dafür ist das Kunststofftechnik-Unternehmen Ponez, das Kunststoffeinteile wie Schnullerschilder herstellt. Gemeinsam haben wir uns zum Ziel gesetzt, umweltfreundlicher zu produzieren und deshalb ein Werkzeugkonzept für die Herstellung von abfalllosen Schnullern entwickelt. [→](#) Seiten 55–59

Vertriebspartner

Auch mit unseren Vertriebspartnern stehen wir international in ständigem Austausch. Viele von ihnen verfolgen selbst einen nachhaltigen Kurs und erwarten das auch von ihren gelisteten Unternehmen. Um den Anforderungen gerecht zu werden, evaluieren wir diese regelmäßig und berücksichtigen sie bei unseren Tätigkeiten. Für unser Sustainable Packaging Projekt haben wir zum Beispiel von Anfang an verschiedene Handelspartner involviert und ihre Vorstellungen eines nachhaltigen Verpackungsdesigns in unseren Prozess integriert. [→](#) Seiten 44–47

Mitarbeiter*innen

In Österreich haben wir 2018 erstmals bei einer „Great Place to Work“-Evaluierung mitgemacht. Die Beschäftigten wurden zur MAM Firmenkultur befragt, wodurch wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden konnten. Die Teilnahme an dieser Umfrage wird bald wiederholt und international ausgerollt. Wenn es um standortspezifische Nachhaltigkeitsthemen geht, sind Mitarbeiter*innen in all unseren Niederlassungen gefragt. Sie werden dazu aufgefordert, ihre Ideen

und Wünsche einzubringen, die z. B. in Österreich durch regelmäßige Umfragen eingeholt werden.

➔ Seiten 34–36

Online-Befragungen

Zusätzlich zu diesen Maßnahmen führen wir regelmäßige Befragungen zu Nachhaltigkeitsthemen durch. Die letzte hatte einen Rücklauf von 300 Stakeholdern, die sich aus all unseren Anspruchsgruppen zusammensetzen. Die Befragung diente dazu, die wesentlichen Themen für unsere Berichterstattung und unsere weitere Arbeit bei MAM zu eruieren.

Diese haben wir seitdem weiterhin intensiv bearbeitet und in unseren Nachhaltigkeitszielbereichen strategisch verankert.

➔ Seiten 28–31

Aufgrund verschiedener Entwicklungen passten wir zweimal die Wichtigkeit weniger Themen aus der Sicht von MAM an. So ist beispielsweise die Mitarbeiter*innengesundheit in den wesentlichen Bereich gerückt. In unserer Wesentlichkeitsmatrix sind alle aktuell wesentlichen und nicht wesentlichen Themen ersichtlich.

➔ Seite 31

WIR ENGAGIEREN UNS NACHHALTIG

MAM engagiert sich seit vielen Jahren freiwillig in zahlreichen Initiativen, Plattformen und Organisationen, finanziell und mit Fachwissen. Hier ein Auszug:

- UN Global Compact: weltweit größte Initiative für nachhaltige Entwicklung
- respACT: führende Unternehmensplattform für nachhaltige Entwicklung in Österreich
- Verpackung mit Zukunft: Zusammenschluss von Unternehmen, um eine ressourcenschonende Nutzung von Verpackungen möglich zu machen
- Fair Rubber: Verein für den fairen Handel von Produkten aus Naturkautschuk
- Forest Stewardship Council (FSC): internationales Zertifizierungssystem für nachhaltigere Waldwirtschaft
- Altstoff Recycling Austria (ARA): Mitbegründer von Österreichs führenden Recyclingspezialist für Verpackungen
- Österreichischer Kunststoffkreislauf (ÖKK): Verein zur Verwertung von Kunststoffverpackungen
- Österreichisches Forschungsinstitut (OFI): Österreichisches Forschungs- und Prüfungsinstitut
- Verband Österreichischer Kieferorthopäden (VÖK): Freiwilliger Zusammenschluss kieferorthopädisch engagierter Zahnärzt*innen
- Österreichische Gesellschaft für Kinder- und Jugendheilkunde (ÖGKJ): Verein von über 1.600 Kinderfachärzt*innen
- SIDS Austria: Organisation zur Vermeidung des plötzlichen Kindstodes
- Montanuniversität Leoben, Bereich Kunststofftechnik

Zudem ist MAM aktives Mitglied von acht internationalen Wissenschafts- und Standardisierungskommissionen:

- EN 14350
- EN 1400
- EN 12586
- EN 12868
- EN 14372
- World Association of Bottles and Teats
- Die Vereinigung Österreichischer Kunststoffverarbeiter
- International Children Medical Research Society

Nachhaltigkeitsprogramm und Zielerreichung

GRI 103-3

Unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie legt unsere Prioritäten entlang von sieben Handlungsfeldern fest. Innerhalb dieser Handlungsfelder, haben wir 19 Zielbereiche festgelegt, welche konkrete Maßnahmen beinhalten. Diese Übersicht gibt Auskunft über den Zeitrahmen, den wir für jedes Ziel definiert haben. Außerdem ist der aktuelle Status auf dem Weg zur Umsetzung unserer Strategie ersichtlich.

- erreicht
- erreicht und weiterführen
- zum Teil erreicht und weiterführen
- in Umsetzung
- in Planung

Zielbereich	Maßnahmen	Zeit- rahmen	Status	Seiten im Bericht
Nachhaltigkeitsmanagement & Wertschaffung				
Nachhaltigkeit in MAM Gesellschaften	CSR-Workshops in den MAM Gesellschaften und Erstellung/Umsetzung eines Maßnahmenplans vor Ort durchführen	bis 2019	■	35–36
	E-Trainings für MAM Gesellschaften aufbauen	bis 2021	■	35–36
	Nachhaltigkeits-Guideline für MAM Gesellschaften implementieren	bis 2022	■	35–36
	Neues Forschungs- und Entwicklungszentrums in Österreich nach energieeffizienten Richtlinien errichten	bis 2021	■	77–80
Nachhaltiges Lieferkettenmanagement	Nachhaltigkeitsmanagement mit Einzelteil-Lieferanten ausrollen	bis 2022	■	81–84
	Nachhaltigkeitsmanagement mit den restlichen Lieferanten ausrollen	bis 2024	■	81–84
	Verhaltenskodex auf unsere Top-10-Lieferanten ausrollen und auf weitere bestehende und neue Lieferanten im Vertragsabschluss erweitern	bis 2020	■	81–84
Zertifizierungen, Audits, Labels	International anerkannte Nachhaltigkeitslabel (Fair Rubber, FSC) einführen	bis 2020	■	44–47, 81–84
	Bewerbung für weitere international anerkannte Nachhaltigkeitslabel evaluieren	bis 2023	■	28–31
	ISO 14001:2015 auch für Produktionsstätte in Kabinburi implementieren	bis 2020	■	49–51
Nachhaltigkeitskommunikation				
Berichterstattung	GRI-Kennzahlen-Management bis zum nächsten Nachhaltigkeitsbericht verbessern	bis 2020	■	101–103
Stakeholder-Kommunikation	Laufende zielgerichtete Stakeholder-Kommunikation zu Nachhaltigkeits-themen (Eltern, med. Expert*innen, Handelspartner, Medien)	bis 2020	■	28–31
Produkte				
Integration Nachhaltigkeit in F&E Prozesse	Mit den SDGs intensiv auseinandersetzen und in unseren Innovationsprozess integrieren	bis 2020	■	40–41
Nachhaltiges Produktdesign	Enge Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen, um Know-how im Bereich Inhaltsstoffe und Verarbeitung von biobasierten und zirkulären Kunststoffen mit höchstem Sicherheits- und Qualitätsanspruch aufzubauen	bis 2022	■	42–43
	Strategischen Rahmen für nachhaltige Produkte definieren und Ziele, Tools und Maßnahmenplan etablieren	bis 2022	■	28–31
	ISO 13485:2016 für Medizinprodukte im ungarischen Werk einführen	bis 2022	■	40–41

Zielbereich	Maßnahmen	Zeit- rahmen	Status	Seiten im Bericht
Nachhaltiges Ver- packungsdesign	Strategische Ziele für nachhaltige Verpackungen definieren und dafür notwendige Tools und Maßnahmen 2021+ etablieren	bis 2020		44-47
	Maßnahmenpaket 2020 umsetzen (Samples ohne Verpackung, Welcome to the World Set Verpackung reduziert, Recyceltes PET für Hänger auf Schnullerbox)	bis 2020		44-47
Neue Business Modelle	Neue Businessmodelle wie etwa Produktvermietungen zur Erweiterung der Lebensdauer evaluieren.	bis 2023		28-31
Umwelt				
Energie/Klima	Projekt „CO ₂ -neutrale Produktion“ für Europa evaluieren	bis 2025		49-54
	Energiemanagementsystem nach ISO 50001:2011 für unsere beiden Werke in Ungarn und Thailand einführen	bis 2022		49-54
	Eigenerzeugung erneuerbare Energien in Produktionswerken ausweiten	bis 2020		49-54
	CO ₂ -Fußabdruck weiterer MAM Produkte berechnen, stetig reduzieren und durch Kompensationsprojekte klimaneutrale Produkte anbieten	bis 2025		42-43
Abfall	Abfälle in Werken (auch gefährliche Abfälle) und in der Lieferkette reduzieren	bis 2020		55-59
Logistik & Mobi- lität	Status Quo CO ₂ -Fußabdruck Logistik ermitteln	bis 2022		28-31
	Richtlinie für Logistik-Lieferkette entwickeln	bis 2023		28-31
	CO ₂ -Fußabdruck in der gesamten Logistik-Lieferkette verbessern	bis 2023		28-31
Mitarbeiter*innen				
Mitarbeiter*innen Gesundheit	Gesundheitsmanagement verbessern, präventive Maßnahmen ausweiten	bis 2020		61-63
	Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement in den MAM Werken harmonisieren	bis 2022		61-63
	Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter*innen in Bezug auf COVID-19 durchführen	bis 2020		61-63
Mitarbeiter*innen Zufriedenheit	„Great-Place-to-Work“ Re-Audit für Österreich bis 2021 durchführen und bis 2022 international ausrollen	bis 2022		64-65
	Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf intensivieren inklusive des Re-Audits berufundfamilie	bis 2019		64-65
	Länderspezifische und individuell abgestimmte Benefits für Beschäftigte intensivieren	bis 2020		64-65
Unternehmens- ethik	Social Audits und Re-Audits für unsere Produktionsstätten nach Sedex/SMETA durchführen	bis 2020		66-67
	Anti-Korruptions-Programm inklusive Schulungen für Mitarbeiter*innen weltweit ausrollen	bis 2021		66-67
Werte & Identität	Die global gemeinsam entwickelten MAM Werte in die Führungsgrundsätze integrieren und international ausrollen	bis 2022		22-24
Gesellschaft				
Aufklärungsarbeit	Sich mit mindestens 9.000 medizinischen Expert*innen wie Hebammen, Kieferspezialist*innen, Zahnärzt*innen oder Kinderärzt*innen vernetzen	bis 2020		69-71
	Aufklärungsarbeit und Wissensvermittlung zu SIDS (Sudden Infant Death Syndrome, Plötzlicher Kindstod) speziell in China, wo die SIDS-Rate deutlich höher ist als in anderen Ländern, vorantreiben	bis 2020		69-71
Gesundheits- und Produktsicher- heitsstandards	Fortlaufend die Normen zu Produktsicherheit und Babygesundheit auf EU-Ebene und international aktiv mitgestalten	bis 2020		72-74
	Normen in die tägliche Produktentwicklungsarbeit integrieren und deren Einhaltung durch zahlreiche Labortests gewährleisten	bis 2020		72-74
Corporate Giving	Jährlich wiederkehrenden Corporate-Giving-Initiativen auf der ganzen Welt durch finanzielle, Zeit-, Sach- und Produktspenden veranstalten	bis 2020		75

Kennzahlen

GRI 103-1, 103-2, 103-3,
301-1, 302-1, 302-3,
305-1, 305-2, 305-4,
306-3, 306-4, 306-5

Produkte & Umwelt

Bei MAM stecken hinter jeder Geschichte Daten, die den Fortschritt in den Nachhaltigkeitsbereichen aufzeigen. In diesem Teil des Berichtes werden die ökologischen und produktspezifischen Tabellen nach GRI aufgelistet, analysiert und beschrieben. Für diesen Bericht haben wir uns entschieden, die Tabellen im Bereich Energie und Klima zu adaptieren, um eine bessere Übersichtlichkeit und GRI-Konformität zu gewährleisten. Die Tabellen sind nun nicht mehr auf die jeweiligen Energieträger aufgeteilt, sondern auf Scope-1- und Scope-2-Emissionen. Die Tabellen Energieintensität und Carbonintensität sind neu hinzugekommen, um einen direkten Konnex zwischen Umweltauswirkung und Ressourceneinsatz herzustellen. Auch die Abfalltabelle wurde neu ausgerichtet und entspricht nunmehr dem neuen GRI-Standard für diesen Abschnitt. Für das Handlungsfeld Umwelt gilt die Systemgrenze für die Werke, da die Auswirkungen unserer Bürostandorte im Verhältnis vernachlässigbar sind.

➔ Seiten 38–59

MANAGEMENTANSATZ

Managementansatz: Kategorie Ökologisch

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Warum ist es wichtig?

- Wesentliche Themen ➔ Seite 31
- Nachhaltige Produkte & CO₂ Fußabdruck ➔ Seiten 49–54
- Ressourcen & Materialien ➔ Seiten 42–43
- Abfallvermeidung & -behandlung ➔ Seiten 55–59
- Energie & Emissionen ➔ Seiten 49–54

Wie wird es gemanagt?

- Nachhaltigkeitszielbereiche: Energie & Klima, Abfall, Logistik & Mobilität, Sustainable Design Products, Sustainable Design Verpackungen
- Managementsysteme/Audits: ISO 9001 Qualitätsmanagement, ISO 14001 Umweltmanagement, Rahmenwerk ISO 50001 und regelmäßige Energieaudits in den Werken
- Verantwortliche, konkrete Maßnahmen, regelmäßige Beurteilung & Anpassungen ➔ Seiten 28–31

Eingesetzte Energie an den Produktionsstandorten (in MWh)

GRI 302-1

	2018	2019	2020
Gesamt alle Werke	6.338	6.374	5.916
Scope 1 erneuerbar	0	0	0
Scope 1 nicht erneuerbar	2.825	2.552	2.312
Scope 2 erneuerbar	439	504	492
Scope 2 nicht erneuerbar	3.074	3.318	3.112
Gesamt Werk Ungarn	4.330	4.302	4.260
Scope 1 erneuerbar	0	0	0
Scope 1 nicht erneuerbar	1.964	1.810	1.911
Scope 2 erneuerbar	108	115	105
Scope 2 nicht erneuerbar	2.258	2.377	2.244
Gesamt Werk Thaimed Baby	1.189	1.016	644
Scope 1 erneuerbar	0	0	0
Scope 1 nicht erneuerbar	773	641	365
Scope 2 erneuerbar	42	38	28
Scope 2 nicht erneuerbar	374	337	251
Gesamt Werk Thaimed HT	819	1.056	1.012
Scope 1 erneuerbar	0	0	0
Scope 1 nicht erneuerbar	88	101	36
Scope 2 erneuerbar	289	351	359
Scope 2 nicht erneuerbar	442	604	617

Der Scope-1-Energieeinsatz ist hauptsächlich der Heizung im ungarischen Werk zuzuordnen. Bei allen Stromlieferanten können wir derzeit die Aufteilung zwischen erneuerbar/nicht erneuerbare Energien nicht genau nachvollziehen. Daher haben wir hier das Worst-Case-Szenario mit 100 % nicht erneuerbar angegeben mit dem Ziel, den erneuerbaren Anteil deutlich zu erhöhen. Im Werk Thaimed HT ist der erneuerbare Anteil an Scope 2 aufgrund der 350 kWp-Anlage am Dach des Werks bereits sehr gut. Die nicht eingesetzte Energie aus der werkseigenen PV-Anlage wird kostenlos in das öffentliche thailändische Netz eingespeist. Bei Thaimed Baby resultiert der geringere Energieeinsatz aus der verringerten Produktionsauslastung.

➔ Seiten 49–54

Energieintensität (Energieeinsatz pro Materialeinsatz in MWh/Tonne)

GRI 302-3

	2018	2019	2020
Gesamt alle Werke	1,96	1,66	1,52
Werk Ungarn	1,43	1,19	1,17
Werk Thaimed Baby	17,71	31,49	19,08
Werk Thaimed HT	5,71	5,56	4,5

Der Energieeinsatz pro Materialeinsatz konnte in den letzten Jahren deutlich verringert werden (-45 % in zwei Jahren). Das ist zum einen das Ergebnis aus den verschiedenen Energieeffizienzmaßnahmen im ungarischen Werk und zum anderen aufgrund des reduzierten Einsatzes des Boilers im Werk Hat Yai.

➔ [Seiten 49–54](#)

Treibhausgasemissionen an den Produktionsstandorten (in Tonnen CO₂e (Scope 2 location based))

GRI 305-1, 305-2

	2018	2019	2020
Gesamt alle Werke	1.713	1.684	1.567
Scope 1 THG-Emissionen	690	623	553
Scope 2 THG-Emissionen	1.023	1.061	1.014
Gesamt Werk Ungarn	1.065	1.014	1.024
Scope 1 THG-Emissionen	456	420	444
Scope 2 THG-Emissionen	609	594	580
Gesamt Werk Thaimed Baby	406	349	232
Scope 1 THG-Emissionen	205	170	97
Scope 2 THG-Emissionen	201	179	135
Gesamt Werk Thaimed HT	242	321	311
Scope 1 THG-Emissionen	29	33	12
Scope 2 THG-Emissionen	213	288	299

Gesamt ist trotz gleichbleibender Produktionsmengen eine deutliche Reduktion der CO₂-Emissionen zu verzeichnen. Zurückzuführen ist dies auf die positiven Veränderungen der jeweiligen länderspezifischen Strommixe und auf die oben beschriebenen Energieeffizienzmaßnahmen. Die Menge der CO₂e-Emissionen wurde über die GEMIS-Datenbank errechnet.

➔ [Seiten 49–54](#)

Carbon Intensität – Gesamt-CO₂-Emissionen (Scope 1 und 2) (in Tonnen pro Gesamtgewicht der verwendeten Materialien (standortbasiert))

GRI 305-4

	2018	2019	2020
Gesamt alle Werke	0,53	0,44	0,40
Werk Ungarn	0,35	0,28	0,28
Werk Thaimed Baby	6,05	10,82	6,88
Werk Thaimed HT	1,69	1,69	1,39

Die Carbonintensität hat sich mit gleichbleibenden Produktionsmengen in allen drei Werken deutlich verringert. Die Gründe dafür sind in den obigen Beschreibungen nachzulesen. Eine Aufteilung zwischen location based und market based Daten haben wir uns für den nächsten Bericht vorgenommen.

➔ [Seiten 49–54](#)

Materialien – Eingesetzte Materialien an den Produktionsstandorten (in Tonnen)

GRI 301-1

	2018	2019	2020
Gesamt	3.238	3.844	3.895
erneuerbar ¹⁾	1.082	1.210	1.198
nicht erneuerbar ²⁾	2.155	2.634	2.697
Ungarn	3.027	3.622	3.637
erneuerbar ¹⁾	1.020	1.139	1.128
nicht erneuerbar ²⁾	2.007	2.483	2.509
Thaimed Baby	67	32	34
erneuerbar ¹⁾	35	32	34
nicht erneuerbar ²⁾	32	0	0
Thaimed HT	144	190	225
erneuerbar ¹⁾	28	39	37
nicht erneuerbar ²⁾	116	151	188

1) Erneuerbar: 100 % des Naturkautschuks, 80 % des Papiers bzw. Kartons

2) Nicht erneuerbar: 100 % der Kunststoffe, 100 % der Chemikalien, 20 % des Papiers bzw. Kartons, die aus nicht erneuerbaren Chemikalien und Füllstoffen bestehen

Sichere, hochqualitative Erzeugnisse sind auch in Krisenzeiten gefragt. Daher können wir mit Freude berichten, dass die Distributionspartner aufgrund der sehr guten Nachfrage auch im Jahr 2020 ähnlich viele MAM Produkte bestellt haben und so die Produktionskapazitäten beibehalten werden konnten. Denn durch die Just-In-Time-Produktion assemblieren wir nur Artikel, die auch den Weg in den Handel finden.

➔ [Seiten 42–43](#)

Abfall – Abfälle an den Produktionsstandorten gesamt und nach Abfallart aufgeteilt (in Tonnen)

GRI 306-3

	2018	2019	2020
Gesamt	433,9	467,7	461,3
ungefährlich ¹⁾	404,4	432,1	429,3
Restmüll	44,8	48,5	49,9
Bauabfall	108,3	0,0	0,0
PP Abfall	19,3	13,4	17,8
PE-Folien Abfall	29,6	41,7	30,9
PET-Folien Abfall	57,9	67,5	62,5
Sonstiger Kunststoffabfall ²⁾	3,5	9,0	6,8
Papierabfall	110,0	227,2	236,0
Metallabfall	2,3	1,1	0,2
Gemischter Abfall (PP, Kautschuk, Silikon)	28,3	23,6	24,9
Elektronischer Abfall	0,5	0,2	0,5
gefährlich ³⁾	29,5	35,5	32,0
Gefährlicher Abfall	29,5	35,5	32,0

1) Ungefährliche Abfälle werden durch übliche Mülltrennung entsorgt (z. B. Restmüll, Papier, Plastik)

2) Sonstiger Kunststoffabfall: POM, EVA, TPE, ABS

3) Gefährliche Abfälle sind Stoffe, die eine potenzielle Gefahr für die Gesundheit und/oder die Umwelt darstellen und deshalb gesondert entsorgt werden (z. B. Lacke oder Waschflüssigkeit in der Produktion)

Gemäß unserer Abfallkette  Seiten 55–59 achten wir darauf, unsere Auswirkungen im Bereich Abfall so gering wie möglich zu halten und setzen uns entsprechende Reduktionsziele. Der Materialeinsatz ist zwischen 2018 und 2020 aufgrund höherer Produktionszahlen angestiegen. Ab 2019 konnten wir diesem Trend bei den anfallenden Abfallmengen bereits entgegenwirken und eine Abnahme sowohl bei den ungefährlichen als auch den gefährlichen Abfällen verzeichnen. Unsere gefährlichen Abfälle bestehen hauptsächlich aus den Waschflüssigkeiten und Hilfsmitteln, die zur Reinigung unserer Druckmaschinen (wir arbeiten ausschließlich mit lebensmittelechten Druckfarben gemäß EC No 1935/2004) eingesetzt werden. Hier konnten wir aufgrund der Einführung effizienterer Reinigungsutensilien einen Rückgang der gefährlichen Abfälle herbeiführen.  Seiten 55–59

Abfälle an den Produktionsstandorten gesamt und nach Abfallbehandlungsmethode aufgeteilt (in Tonnen)

GRI 306-4, 306-5

	2018	2019	2020
Gesamt	433,9	467,6	461,3
ungefährlich ¹⁾	404,4	432,1	429,3
Recycling	223,0	360,0	354,6
Verwertung	136,6	23,6	24,9
Deponie	44,8	48,5	49,9
gefährlich ²⁾	29,5	35,5	32,0
Verbrennung	29,5	35,5	32,0

1) Ungefährliche Abfälle werden durch übliche Mülltrennung entsorgt (z. B. Restmüll, Papier, Plastik)

2) Gefährliche Abfälle sind Stoffe, die eine potenzielle Gefahr für die Gesundheit und/oder die Umwelt darstellen und deshalb gesondert entsorgt werden (z. B. Lacke oder Waschflüssigkeit in der Produktion)

Jene Abfälle, die sich nicht vermeiden lassen, entsorgen wir fachgerecht, entweder durch Recyclingunternehmen oder das öffentliche Abfallwirtschaftssystem. All unsere Abfälle werden demnach außerhalb unserer Produktionswerke entsorgt. Gemäß GRI 306-4 und 306-5 haben wir die Abfallbehandlung in umgeleitete Abfälle (Recycling und Rückgewinnung) und weitergeleitete Abfälle (Verbrennung und Deponie) aufgeschlüsselt. Der Anteil der recycelten und wiederverwerteten Abfälle lag 2020 bereits bei 82 %. Die Behandlungsart „Verwertung“ bezieht sich hier hauptsächlich auf Bauabfälle, die für weitere Bauvorhaben wieder eingesetzt werden können. Deponiert wird der anfallende Restmüll, der aufgrund mangelnder öffentlicher Verbrennungsanlagen derzeit in Ungarn und Thailand nicht anders entsorgt werden kann. Wir arbeiten daran, mithilfe privater Unternehmen auf nachhaltigere Alternativen umzusteigen und den Anteil an Restmüll weiter zu reduzieren.

 Seiten 55–59

Mitarbeiter*innen

GRI 102-8, 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-9, 404-1, 404-3, 405-1, 412-1

Als Familienunternehmen sind uns die Menschen, die mit uns am Erfolg von MAM mitarbeiten, besonders wichtig. Die Zufriedenheit der Mitarbeiter*innen wird in regelmäßigen Abständen abgefragt, um daraus weitere Verbesserungen und Benefits auf die Belegschaft abzustimmen. In diesem Handlungsfeld gibt es keine Systemgrenze, da die nicht personalisierten Daten aller MAM Kolleg*innen weltweit egal ob in den Vertriebsstandorten oder in den Werken abgefragt wurden.

MANAGEMENTANSATZ

Managementansatz: Kategorie Gesellschaftlich

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Warum ist es wichtig?

- Wesentliche Themen [> Seite 31](#)
- Guter Arbeitgeber [> Seiten 64–65](#)
- Strikte Vermeidung von Kinder-, Zwangs- oder Pflichtarbeit & weitere Menschenrechtsaspekte [> Seiten 66–67](#)
- Vielfalt, Chancengleichheit & Weiterbildung [> Seiten 64–65](#)

Wie wird es gemanagt?

- Nachhaltigkeitszielbereiche: Mitarbeiter*innenzufriedenheit, Werte & Identität
- Managementsysteme/Audits: Sedex/SMETA, Great-Place-to-Work, Audit „Beruf & Familie“
- Verantwortliche, konkrete Maßnahmen, regelmäßige Beurteilung & Anpassungen [> Seiten 28–31](#)

Die Anzahl der Mitarbeiter*innen ist seit vier Jahren konstant. 2020 kam es in Südamerika zu einer Reduktion, jedoch in Asien und Europa zu einem Zuwachs der Beschäftigten. Aufgrund der wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie musste das Team in MAM Brasilien verkleinert werden. Die betroffenen Mitarbeiter*innen wurden mit einem umfangreichen Sozialplan unterstützt.

Der Frauen- und Männeranteil ist mit 75 % und 25 % unverändert geblieben. Auch das Anstellungsverhältnis entwickelt sich weiterhin positiv. Von 2018 bis 2020 waren 98 % der Mitarbeiter*innen unbefristet angestellt. Der Anteil der Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigten ist seit 2018 unverändert. Eine Teilzeitanstellung ist in allen MAM Ländern möglich. Außerdem gelten unsere Mitarbeiter*innen-Benefits für alle gleich, egal ob mit einer befristeten oder unbefristeten oder einer Voll- oder Teilzeitbeschäftigung.

[> Seiten 64–65](#)

Organisationsprofil

GRI 102-8

	2018	2019	2020
Mitarbeiter*innen gesamt	964	958	955
Europa	778 (81 %)	794 (83 %)	809 (85 %)
Asien	119 (12 %)	93 (10 %)	97 (10 %)
Nordamerika	17 (2 %)	20 (2 %)	19 (2 %)
Südamerika	50 (5 %)	51 (5 %)	30 (3 %)
unbefristet	948 (98 %)	939 (98 %)	932 (98 %)
befristet	16 (2 %)	19 (2 %)	23 (2 %)
Vollzeit	907 (94 %)	899 (94 %)	898 (94 %)
Teilzeit	57 (6 %)	59 (6 %)	57 (6 %)
weiblich	719 (75 %)	714 (75 %)	721 (75 %)
unbefristet	710 (99 %)	702 (98 %)	702 (97 %)
befristet	9 (1 %)	12 (2 %)	19 (3 %)
Vollzeit	670 (93 %)	663 (93 %)	672 (93 %)
Teilzeit	49 (7 %)	51 (7 %)	49 (7 %)
männlich	245 (25 %)	244 (25 %)	234 (25 %)
unbefristet	238 (97 %)	237 (97 %)	230 (98 %)
befristet	7 (3 %)	7 (3 %)	4 (2 %)
Vollzeit	236 (96 %)	236 (97 %)	226 (97 %)
Teilzeit	9 (4 %)	8 (3 %)	8 (3 %)

Neu eingestellte Mitarbeiter*innen und Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region

GRI 401-1

	2018	2019	2020
Neue Mitarbeiter*innen gesamt	268	213	131
Anteil an Mitarbeiter*innen gesamt	28 %	22 %	14 %
Europa	203 (76 %)	178 (84 %)	106 (81 %)
Asien	49 (18 %)	19 (9 %)	20 (15 %)
Nordamerika	4 (2 %)	6 (3 %)	3 (2 %)
Südamerika	12 (4 %)	10 (4 %)	2 (2 %)
weiblich	206 (77 %)	156 (73 %)	106 (81 %)
männlich	62 (23 %)	57 (27 %)	25 (19 %)
<30 Jahre	107 (40 %)	94 (44 %)	58 (44 %)
30–50 Jahre	139 (52 %)	98 (46 %)	58 (44 %)
>50 Jahre	22 (8 %)	21 (10 %)	15 (12 %)
Mitarbeiter*innen, die das Unternehmen verlassen haben, gesamt	257	217	131
Fluktuationsrate	27 %	23 %	14 %
Europa	171 (67 %)	158 (73 %)	88 (67 %)
Asien	70 (27 %)	47 (22 %)	16 (12 %)
Nordamerika	2 (1 %)	3 (1 %)	4 (3 %)
Südamerika	14 (5 %)	9 (4 %)	23 (18 %)
weiblich	193 (75 %)	159 (73 %)	95 (73 %)
männlich	64 (25 %)	58 (27 %)	36 (27 %)
<30 Jahre	97 (38 %)	74 (34 %)	40 (30 %)
30–50 Jahre	118 (46 %)	111 (51 %)	78 (60 %)
>50 Jahre	42 (16 %)	32 (15 %)	13 (10 %)

Die Fluktuation nahm in den letzten Jahren kontinuierlich ab. So konnte die Rate innerhalb von zwei Jahren um die Hälfte reduziert werden und liegt nun bei 14 %. Die erhöhte Rate im Jahr 2018 lässt sich auf die partielle Produktionsverlagerung von Hat Yai nach Kabinburi zurückführen. [➔](#) Seiten 64–65

Diversität und Chancengleichheit: Zusammensetzung der Geschäftsleitung und Mitarbeiter*innen nach Geschlecht und Alter

GRI 405-1

	2018	2019	2020
Geschäftsleitung gesamt	58	56	60
weiblich	24 (41 %)	25 (45 %)	31 (52 %)
männlich	34 (59 %)	31 (55 %)	29 (48 %)
<30 Jahre	0 (0 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
30–50 Jahre	37 (64 %)	33 (59 %)	36 (60 %)
>50 Jahre	21 (36 %)	23 (41 %)	24 (40 %)
Mitarbeiter*innen gesamt	964	958	955
weiblich	719 (75 %)	714 (75 %)	721 (75 %)
männlich	245 (25 %)	244 (25 %)	234 (25 %)
<30 Jahre	210 (22 %)	179 (19 %)	200 (21 %)
30–50 Jahre	611 (63 %)	610 (64 %)	588 (62 %)
>50 Jahre	143 (15 %)	169 (18 %)	167 (17 %)
Mitarbeiter*innen in der Produktion	- (-)	506 (53 %)	522 (55 %)
weiblich	- (-)	430 (85 %)	432 (83 %)
männlich	- (-)	76 (15 %)	90 (17 %)
<30 Jahre	- (-)	85 (17 %)	112 (21 %)
30–50 Jahre	- (-)	328 (65 %)	308 (59 %)
>50 Jahre	- (-)	93 (18 %)	102 (20 %)
Mitarbeiter*innen im Verwaltungsbereich	- (-)	452 (47 %)	433 (45 %)
weiblich	- (-)	305 (67 %)	289 (67 %)
männlich	- (-)	147 (33 %)	144 (33 %)
<30 Jahre	- (-)	87 (19 %)	78 (18 %)
30–50 Jahre	- (-)	295 (65 %)	282 (65 %)
>50 Jahre	- (-)	70 (15 %)	73 (17 %)

Bis 2019 lag der Frauenanteil im Management knapp unter der Hälfte. 2020 ist dieser auf 52 % gestiegen und wir haben somit unsere Zielsetzung eines 50 %igen Frauenanteils erreicht. Bei der Hälfte unserer Standorte haben Frauen die oberste Verantwortung und führen die Gesellschaften und auch unser größtes Produktionswerk wird von einer Frau geführt. Seit 2020 besteht somit unser Top-Level-Management (Board und General Manager) aus 50 % Frauen. [➔](#) Seiten 64–65

Gleichberechtigung der Geschlechter

GRI 405-1

	2018	2019	2020
Mitarbeiter*innen gesamt	964	958	955
Frauen	75 %	75 %	75 %
Weibliche Mitglieder der Geschäftsführung	41 %	45 %	52 %
Frauen in der Produktion	78 % ¹⁾	85 %	83 %
Frauen im Verwaltungsbereich	68 % ¹⁾	68 %	67 %
Fluktuation Frauen	27 %	22 %	13 %
Fluktuation Männer	26 %	24 %	15 %
Frauen Teilzeit	7 %	7 %	7 %
Männer Teilzeit	4 %	3 %	3 %

1) Geringfügig andere Berechnungsmethode

75 % unserer Mitarbeiter*innen bei MAM sind Frauen. Mit 52 % Frauenanteil in der Geschäftsführung haben wir seit Beginn unserer Berichterstattung den höchsten Wert erreicht. Bei der Fluktuation gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen Männern und Frauen und der Trend ist gleich abfallend. Der Frauenanteil im Verwaltungsbereich liegt bei annähernd 70 % während sich der Frauenanteil in der Produktion um 85 % bewegt. [➔](#) Seiten 64–65

Familienfreundlicher Betrieb

GRI 401-3, 405-1

	2018	2019	2020
Gesamtzahl Mitarbeiter*innen in Karenz	41	59	75
weibliche Mitarbeiterinnen	39	55	71
männliche Mitarbeiter	2	4	4
Gesamtzahl Mitarbeiter*innen, die nach der Karenz planmäßig an den Arbeitsplatz zurückkehren hätten sollen	19	22	15
weibliche Mitarbeiterinnen	17	17	13
männliche Mitarbeiter	2	5	2
Gesamtzahl Mitarbeiter*innen, die nach der Karenz an den Arbeitsplatz tatsächlich zurückgekehrt sind	18	22	13
weibliche Mitarbeiterinnen	16	17	11
männliche Mitarbeiter	2	5	2
Rückkehrate Frauen	94 %	100 %	85 %
Rückkehrate Männer	100 %	100 %	100 %
Gesamtzahl Mitarbeiter*innen, die nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind und 12 Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren	11	15	15
weibliche Mitarbeiterinnen	7	13	13
männliche Mitarbeiter	4	2	2
Verbleibsrate Frauen	70 %	81 %	77 %
Verbleibsrate Männer	100 %	100 %	40 %
Mitarbeiter*innen mit Kindern	439 (46 %)	415 (43 %)	455 (48 %)
Mitarbeiter*innen ohne Kinder	525 (54 %)	543 (57 %)	500 (52 %)

Familienfreundlichkeit soll bei MAM nicht nur ein Lippenbekenntnis sein, sondern sich auch in den Zahlen widerspiegeln. Denn fast 50 % unserer Mitarbeiter*innen haben Kinder. Nach der Karenz liegt die Rückkehrate bei nahezu 100 %.

In allen MAM Ländern, abgesehen von Thailand, ist sowohl Mutter- als auch Vaterkarenz möglich und gesetzlich vorgesehen. In Thailand ist es Vätern im Privatsektor nicht möglich, in Karenz zu gehen. MAM schnürt deshalb Paternity Leave Packages, die neu gewordene Eltern in unseren Werken in Thailand bestmöglich unterstützen. [➔](#) Seiten 64–65

Weiterbildung und Mitarbeiter*innengespräche

GRI 404-1,
404-3

	2018	2019	2020
Durchschnittliche Weiterbildungszeit gesamt in Stunden	16,9	15,6	13,7
Durchschnittliche Weiterbildungszeit Frauen in Stunden	16	15	12,7
Durchschnittliche Weiterbildungszeit Männer in Stunden	19,5	17,4	16,7
Durchschnittliche Weiterbildungszeit Mitarbeiter*innen in der Produktion	-	13,5	12
Durchschnittliche Weiterbildungszeit Mitarbeiter*innen im Verwaltungsbereich	-	18	15,7
%-Satz der Mitarbeiter*innen gesamt, die Mitarbeiter*innengespräche geführt haben	86 %	88 %	88 %
%-Satz der Frauen, die Mitarbeiter*innengespräche geführt haben	89 %	90 %	89 %
%-Satz der Männer, die Mitarbeiter*innengespräche geführt haben	77 %	83 %	84 %
%-Satz der Mitarbeiter*innen in der Produktion, die Mitarbeiter*innengespräche geführt haben	-	98 %	98 %
%-Satz der Mitarbeiter*innen im Verwaltungsbereich, die Mitarbeiter*innengespräche geführt haben	-	77 %	76 %

Die durchschnittlichen Weiterbildungsstunden für Mitarbeiter*innen hat abgenommen. Das ist auf die COVID-19-Pandemie zurückzuführen, da durch Remote Work die Weiterbildungsmöglichkeiten abgenommen haben. Der Anteil der Beschäftigten, die regelmäßig Mitarbeiter*innengespräche führen liegt in den letzten Jahren bei konstant 88 %.

[→](#) Seiten 64–65

Prüfung und Einhaltung der Menschenrechte

GRI 412-1,
412-2

	2018	2019	2020
Anzahl der Produktionsstandorte mit Prüfung der Menschenrechte im betreffenden Jahr	3	3	3
Anteil der Produktionsstandorte mit Prüfung der Menschenrechte im betreffenden Jahr	100 %	100 %	100 %
Gesamtanzahl der aufgewendeten Stunden für Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	100	45	79

An unseren Produktionsstandorten in Ungarn und Thailand stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter*innen unter fairen Arbeitsbedingungen, die höchsten ethischen Anforderungen entsprechen, arbeiten. Das lassen wir seit 2017 extern nach dem Sedex Standard durch SMETA Audits prüfen und bestätigen.

[→](#) Seiten 66–67

MITARBEITER*INNENGESUNDHEIT

Die Förderung von Mitarbeiter*innengesundheit ist bei MAM bereits seit vielen Jahren ein wichtiges Thema. Durch die Pandemie hat dieser Bereich noch einmal an Bedeutung gewonnen. Daher ist er nun in der Wesentlichkeitsmatrix wesentlich geworden und in den folgenden Details werden die GRI Themen dazu für die Produktionswerke beschrieben. Da Arbeitssicherheit in den Werken deutlich relevanter ist als in den Bürostandorten, haben wir uns für die erste Version dazu entschieden, die Systemgrenze mit den Werken zu setzen. [➔](#) Seiten 61–63

MANAGEMENTANSATZ

Managementansatz: Kategorie Gesellschaftlich

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Warum ist es wichtig?

- Wesentliche Themen [➔](#) Seiten 31
- Gesundheit und Arbeitssicherheit [➔](#) Seiten 61–63

Wie wird es gemanagt?

- Nachhaltigkeitszielbereiche: Managementsysteme/ Audits: Gesetzliche Anforderungen & Rahmenwerk ISO 45001
- Verantwortliche, konkrete Maßnahmen, regelmäßige Beurteilung & Anpassungen: siehe Details

[➔](#) Seiten 28–31

DETAILS

Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

GRI 403-1

Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

- Gesundheits- und Arbeitssicherheitsmanagement richtet sich nach gesetzlichen Rahmenbedingungen und inkludiert alle, die in unseren Werken arbeiten.

GRI 403-3

Arbeitsmedizinische Dienste

- Folgende arbeitsmedizinischen Dienste werden von MAM angeboten: regelmäßige Gesundheitskontrollen, Gesundheitsberatung, Gesundheitsfördernde Maßnahmen, Sicherstellung der Arbeitssicherheit, Erste Hilfe und Notfallbehandlungen
- Verantwortliche: In Thailand sind die internen Health & Safety Officers und in Ungarn die extern beauftragte Arbeitsmedizinerin verantwortlich. Diese gewährleisten auch die Vertraulichkeit der medizinischen Daten der Mitarbeiter*innen.
- Durchführung der arbeitsmedizinischen Dienste: In Vaskeresztes finden alle Services vor Ort statt. In Kabinburi werden Erste Hilfe und Gesundheitsuntersuchungen vor Ort angeboten, die restlichen Services sind ausgelagert. In Hat Yai wird Erste Hilfe am Standort geboten. Alle Services sind während der Arbeitszeit zugänglich.

GRI 403-4

Mitarbeiter*innenbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

- Health & Safety Team: In unseren Werken in Vaskeresztes und Kabinburi gibt es ein Health & Safety Team und im Werk Hat Yai mit weniger als 50 Mitarbeiter*innen einen Health & Safety Officer.
- Für folgende Aufgaben sind die Health & Safety Teams unter anderem verantwortlich: regelmäßige Überprüfung der Folgegesetze und entsprechende Anpassung der Maßnahmen, Arbeitsunfälle untersuchen, aufzeichnen und präventive Maßnahmen ergreifen, Arbeitssicherheitsberichte erstellen und an behördlichen Kontrollen teilnehmen, Persönliche Schutzausrüstung verwalten und bereitstellen, Arbeitssicherheitsrisikobewertung koordinieren, medizinische Untersuchungen veranlassen etc.
- Mitarbeiter*innen an allen drei Standorten werden durch die folgenden Aktivitäten eingebunden: Mitwirkung bei Gefahrenerkennung und Risikobewertung (nur in Thailand, in Vaskeresztes macht das ein Experte), Untersuchung von Unfällen, Definition von Health & Safety Maßnahmen, Audits
- Kommunikation: Informationen über Health & Safety werden über Aushänge und E-Mails kommuniziert.

GRI 403-5

Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

- Schulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz werden allen Mitarbeiter*innen in allen drei Werken zur Verfügung gestellt.
- Umsetzung der Trainings: In Vaskeresztes und Kabinburi sind jährliche Schulungen für alle Mitarbeiter*innen verpflichtend und vor dem ersten Eintritt in das Unternehmen. In Hat Yai finden Trainings bei Bedarf statt.

GRI 403-2

Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen

- Gefahrenidentifizierung: Wesentliche Unfallrisiken/ Gefahrenquellen: Feuer oder Explosion, Stromschlag, Lagerunfälle, nicht sichere Produktionsmaschine, Ausrutschen und Stürzen bei der Arbeit im Produktionsbereich, Schnittverletzungen, Betriebsbusunfall, Unfall bei Anreise zur Arbeit, Verbrennungen

- Gesundheitliche Risiken: Einfluss von Chemikalien, Bluthochdruck und Diabetes (ständige Nachtschicht), Erkrankungen des Bewegungsapparates, Lärm, Kopfschmerzen durch heißes Wetter, Atemwegserkrankung durch Staub, Verschlechterung der Sehkraft (bei Mitarbeiter*innen im Büro)
- Routinemäßige Risikobewertung: In Vaskeresztes werden Risiken alle drei Jahre von einer externen Expertin durchgeführt. In Thailand werden Risiken von den Health & Safety Officers gemeinsam mit den Mitarbeiter*innen mindestens einmal im Jahr evaluiert. Anschließend werden Präventivmaßnahmen abgeleitet.
- Nicht routinemäßige Bewertung: findet bei neuer Technologie, neuer Maschine, neuen Chemikalien, neuen Produktions- und Änderungsarbeitsprozesse etc. statt
- Verhinderung von Repressalien: Alle Mitarbeiter*innen können sich selbstständig aus Gefahren begeben und Gefahren melden, ohne negative Konsequenzen befürchten zu müssen. Dies ist an jedem Standort in eigenen Dokumenten festgehalten (Health & Safety Policy, Safety Manual).

Arbeitsbedingte Verletzungen

GRI 403-9

	2019	2020
Eigene Mitarbeiter*innen		
Anzahl der gearbeiteten Stunden	1.062.805	1.047.210
Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen mit schwerer Folge	0	0
Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schwerer Folge ¹⁾	0	0
Anzahl dokumentierbarer arbeitsbedingter Verletzungen	6	10
Rate dokumentierbarer arbeitsbedingter Verletzungen ¹⁾	5,65	9,55
Leiharbeiter*innen und Kontraktoren		
Anzahl der gearbeiteten Stunden	6.384	6.384
Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen mit schwerer Folge	0	0
Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schwerer Folge ¹⁾	0	0
Anzahl dokumentierbarer arbeitsbedingter Verletzungen	0	0
Rate dokumentierbarer arbeitsbedingter Verletzungen ¹⁾	0	0

1) Rate bezogen auf 1.000.000 Arbeitsstunden

Die Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen in unseren Werken hat höchste Priorität. Deshalb setzen wir alles daran, das Arbeitsumfeld so sicher wie möglich zu gestalten. Unsere Bemühungen schlagen sich in der Statistik nieder: Im Berichtszeitraum kam es zu keinen arbeitsbedingten Todesfällen und keinen schweren Unfällen. Die arbeitsbedingten Verletzungen sind zum Glück begrenzt. Hierbei handelt es sich um Unfälle wie beispielsweise kleine Schnittverletzungen, leichte Verbrennungen, ausrutschen und anhauen.

Um schwere Unfälle zu vermeiden, haben wir die häufigsten Gefahren identifiziert und vorrausschauend entsprechende Präventivmaßnahmen ergriffen wie zum Beispiel Ausweitung der Schutzausrüstungspflicht, verschärfte Verkehrsregeln in der Lagerhalle, Abdeckungsschutz auf den Maschinen verbessern etc.

➔ Seiten 61–63

Wertschaffung

GRI 103-1, 103-2,
103-3, 204-1,
414-1

Im Handlungsfeld Wertschaffung haben wir mit GRI 204 und 414 erstmalig in diesem Bericht eine Datenbasis geschaffen. Denn Nachhaltigkeit hört bei MAM wie bei vielen anderen Organisationen nicht mit der eigenen unternehmerischen Aktivität auf, sondern erstreckt sich über die komplette Wertschöpfungskette. Dabei fordern wir auch von unseren Lieferanten den selben Standard ein, den wir selbst verfolgen. So sind etwa nicht nur die Arbeitsbedingungen in unseren Werken mit Social Audits extern validiert, sondern auch jene von einer Vielzahl unserer Lieferanten. [→](#) Seiten 81–84

97 % unserer Produktkomponenten stammen aus Österreich. Werden alle Hilfs- und Betriebsstoffe und Verpackungsmaterialien hinzugezählt, so ist der Anteil der Lieferanten, die im Umkreis von 400 km unsere Werke beliefern, bei 86 % im Jahr 2020. Dies garantiert regionale Wertschaffung, geringe Transportemissionen und sehr gute enge Zusammenarbeit in persönlichem Austausch. [→](#) Seiten 81–84

MANAGEMENTANSATZ

Managementansatz: Kategorie Wirtschaftlich

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Warum ist es wichtig?

- Wesentliche Themen [→](#) Seite 31
- Nachhaltigkeitsmanagement bei Lieferanten [→](#) Seiten 81–84

Wie wird es gemanagt?

- Nachhaltiges Lieferantenmanagement
- Managementsysteme/Audits: Regelmäßige Lieferanten-audits vor Ort von MAM Mitarbeiter*innen
- Verantwortliche, konkrete Maßnahmen, regelmäßige Beurteilung & Anpassungen [→](#) Seiten 28–31

Anteil der Ausgaben bei lokalen Lieferanten (Umkreis 400 km um Produktionsstätte)

GRI 204-1

	2019	2020
Gesamteinkaufsvolumen in %	100	100
Rohstoffe	0,4	0,4
Zugehörige Prozessmaterialien	0,4	0,3
Halbfabrikate oder Teile	70,3	70,5
Materialien für Verpackungszwecke	25,6	25,6
Andere Materialien	3,3	3,2
Gesamtes lokales Einkaufsvolumen in % ¹⁾	100	100
Rohstoffe	0,3	0,3
Zugehörige Prozessmaterialien	0,3	0,3
Halbfabrikate oder Teile	72,1	72,7
Materialien für Verpackungszwecke	24,2	23,9
Andere Materialien	3,0	2,8
Prozentsatz des gesamten lokalen Einkaufsvolumens	85 %	86 %

1) Für Ungarn: Ungarn & Österreich; für Thailand: Thailand

Neue Lieferanten, die nach sozialen Kriterien geprüft wurden

GRI 414-1

	2019	2020
Anzahl neuer Lieferanten in den Segmenten	5	7
Rohstoffe	0	1
Zugehörige Prozessmaterialien	0	3
Halbfabrikate oder Teile	0	0
Materialien für Verpackungszwecke	5	1
Andere Materialien	0	2
Anzahl neuer Lieferanten in den nach sozialen Kriterien geprüften Segmenten	3	7
Rohstoffe	0	1
Zugehörige Prozessmaterialien	0	3
Halbfabrikate oder Teile	1	0
Materialien für Verpackungszwecke	2	1
Andere Materialien	0	2
Anteil neuer Lieferanten in den nach sozialen Kriterien geprüften Segmenten	60 %	100 %

Wir pflegen seit vielen Jahren eine ausgezeichnete Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Regelmäßige Audits vor Ort vor allem im Bereich Qualität gehören hier zum Standard. In den letzten Jahren sind auch die sozialen Aspekte hinzugekommen. Dies spiegelt sich in der abgebildeten Tabelle wider.

[→](#) Seiten 81–84

GRI Content Index


**MATERIALITY
DISCLOSURES SERVICE**
2021
GRI 102-55

GRI 101: Grundlagen 2016
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016*
Organisationsprofil

102-1	Name der Organisation	1)
102-2	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	Seiten 26–27
102-3	Hauptsitz der Organisation	Seiten 26–27 ¹⁾
102-4	Anzahl der Länder in denen die Organisation operiert	Seiten 26–27
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	1)
102-6	Märkte, die bedient werden	Seiten 26–27
102-7	Größe der Organisation	Seiten 26–27 ²⁾
102-8	Gesamtzahl Beschäftigter nach Arbeitsvertrag, Beschäftigungsart, Region und Geschlecht	Seite 94
102-9	Lieferkette der Organisation	Seiten 32–33
102-10	Wichtigste Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich Größe, Struktur, Eigentumsverhältnisse oder Lieferkette	Seiten 77–80
102-11	Behandlung des Vorsorgeansatzes	Seiten 22–24
102-12	Auflistung extern entwickelte wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Chartas, Prinzipien oder andere Initiativen, die von der Organisation befürwortet oder unterstützt werden	Seiten 28, 81–84, 87–88
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und nationalen oder internationalen Interessensverbänden	Seite 87–88

Strategie

102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation über den Stellenwert der Nachhaltigkeit für die Organisation und die Strategie der Organisation im Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit	Seiten 22–24
--------	---	--------------

Ethik und Integrität

102-16	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen (Verhaltens- und Ethikkodizes) der Organisation	Seiten 28–31, 66–67
--------	---	---------------------

Unternehmensführung

102-18	Führungsstruktur der Organisation, einschließlich der Komitees des höchsten Kontrollorgans	Seite 34
102-20	Verantwortung der Führungsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	Seiten 22–24, 34
102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	Seite 34
102-23	Vorstand des höchsten Kontrollorgans	Seite 34

Stakeholder-Engagement

102-40	Liste der von der Organisation eingebundenen Stakeholder-Gruppe	Seite 87
102-41	Prozentsatz aller Arbeitnehmer*innen, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind	MAM zahlt allen Mitarbeiter*innen (100 %) Löhne und Gehälter, die sich nach lokal marktüblichen Gehältern und Löhnen richten. Diese liegen jedoch immer über den lokal, in den Tarifverhandlungen vereinbarten Löhnen und Gehältern.
102-42	Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder, die eingebunden sind	Seite 87
102-43	Ansatz der Organisation zur Einbindung von Stakeholdern einschließlich der Häufigkeit der Einbindung nach Art und Stakeholdergruppe. Angabe ob eine Einbindung vor allem in der Phase der Berichtsvorbereitung erfolgt ist	Seite 87
102-44	Wichtigste Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind und Reaktion der Organisation auf jene wichtigen Themen und Anliegen	Seiten 29, 87

Berichtsprofil

102-45	Auflistung aller Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten aufgeführt sind.	Seite 26
102-46	Erläuterung des Verfahrens zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung von Aspekten	Die Impact-Bewertung wurde durch interne Workshops durchgeführt.
102-47	Auflistung sämtlicher wesentlicher Aspekte, die im Prozess zur Festlegung der Berichtsinhalte ermittelt wurden	Seiten 29, 86
102-48	Auswirkung jeder Neuformulierung einer Information aus früheren Berichten und die Gründe für solche Neuformulierungen	Seite 29
102-49	Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen	Seite 29
102-50	Berichtszeitraum (z. B. fiskalisch oder Kalenderjahr) für die bereitgestellten Informationen	Abfrage und Konsolidierung der Daten pro Kalenderjahr
102-51	Datum des jüngsten vorhergehenden Berichts (falls vorhanden)	2019 (für den Berichtszeitraum 2017/2018)
102-52	Berichtszyklus (z. B. jährlich, zweijährlich)	zweijährlich
102-53	Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts oder seiner Inhalte	Seiten 87–88
102-54	Von der Organisation gewählte „In Übereinstimmung“-Option („Kern“ oder „Umfassend“)	Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt.
102-55	GRI Content Index	Seiten 101–103
102-56	Darlegung über die Strategie und die gegenwärtigen Praktiken der Organisation hinsichtlich einer externen Prüfung des Berichts	Dieser Bericht wurde nicht extern geprüft. Beratung durch denkstatt GmbH.

GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung der Wesentlichkeit der ausgewählten Themen und die Berichtsgrenzen	Seiten 28–31
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten: Kategorie Wirtschaftlich	Seiten 91, 94, 98, 100
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten: Kategorie Ökologisch	Seiten 91, 94, 98, 100
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten: Kategorie Gesellschaftlich	Seiten 91, 94, 98, 100
103-3	Die Evaluation des Managementansatzes	Seiten 89–91, 94, 98, 100
GRI 200: Wirtschaftliche Standards		
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016		
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	²⁾
GRI 202: Marktpräsenz		
202-2	Anteil der lokal angeworbenen Führungskräfte	Seiten 77–80
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016		
203-1	Infrastrukturinvestitionen und unterstützte Dienstleistungen	Seiten 77–80
203-2	Signifikante indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	Seiten 77–80
GRI 204 – Beschaffungspraktiken 2016		
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	Seite 100
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016		
205-1	Korruptionsbekämpfung – Prüfung	Seiten 66–67
205-2	Korruptionsbekämpfung – Schulungen	Seiten 66–67
205-3	Korruptionsbekämpfung – bestätigte Fälle	Seiten 66–67
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016		
206-1	Rechtsstreitigkeiten für wettbewerbswidriges Verhalten, für Kartell- und für Monopolpraktiken	Keine Rechtsstreitigkeiten im Berichtszeitraum
GRI 300: Umweltstandards		
GRI 301: Materialien 2016		
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Seiten 42–43, 44–47, 92
301-2	Recycelte Materialien	Seiten 42–43, 44–47
GRI 302: Energie 2016		
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Seiten 49–54, 91
302-3	Energieintensität	Seite 92
GRI 305: Emissionen 2016		
305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	Seiten 49–54, 92
305-2	Indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	Seiten 49–54, 92
305-3	Andere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	Seiten 49–54, (derzeit noch unvollständig, da nicht für alle Produktkategorien PCFS durchgeführt)
305-4	Intensität der THG-Emissionen	Seite 92
GRI 306: Abfall 2020		
306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	Seiten 55–58
306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	Seiten 55–58
306-3	Angefallener Abfall	Seiten 55–58, 93
306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	Seiten 55–58, 93
306-5	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	Seiten 55–58, 93
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016		
307-1	Nichteinhaltung der Umweltgesetze und Vorschriften	Umweltgesetze und Vorschriften werden über ISO 14001 eingehalten. Keine Vorfälle von Nichteinhaltung von Umweltgesetzen im Berichtszeitraum
GRI 400: Soziale Standards		
GRI 401: Beschäftigung 2016		
401-1	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	Seite 95
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeiter*innen mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden	Seiten 61–63, 64–65
401-3	Rückkehrate an den Arbeitsplatz und Verbleibrate (nach der Elternzeit nach Geschlecht)	Seite 96
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016		
402-1	Mitteilungsfrist bezüglich operationaler Veränderungen	Zeitnahe Mitteilung bei wesentlichen Änderungen ist bei MAM Standard
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018		
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Seite 98
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	Seiten 61–63, 99
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	Seiten 61–63, 98
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Seiten 61–63, 98
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Seiten 61–63, 99
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	Seiten 61–63
403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	Seiten 40–41, 42–43, 72–73
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	Seite 99
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016		
404-1	Durchschnittliche Fortbildungszeit pro Jahr pro Mitarbeiter*in	Seite 97
404-3	Prozentsatz der Mitarbeiter*innen, die regelmäßig Mitarbeiter*innengespräche führen	Seite 97
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016		
405-1	Diversität der Kontrollorgane und der Mitarbeiter	Seiten 95, 96

GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016		
406-1	Vorfälle von Diskriminierung und Korrekturmaßnahmen	Im Berichtszeitraum gab es keine Fälle von Diskriminierung
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016		
407-1	Vereinigungsfreiheit und Kollektivvertragsverhandlungen	Basierend auf den jeweiligen gesetzlichen Rahmenbedingungen
GRI 408: Kinderarbeit 2016		
408-1	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichen Risiko für Kinderarbeit	Seiten 66–67; Erhöhtes Risiko in den beiden Produktionsstätten in Thailand
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016		
409-1	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko für Zwangs- und Pflichtarbeit	Seiten 66–67; Erhöhtes Risiko in den beiden Produktionsstätten in Thailand
GRI 410: Sicherheitspraktiken 2016		
410-1	Sicherheitspraktiken: Sicherheitspersonal, das in Menschenrechtspolitik und -verfahren ausgebildet wurde	Seiten 66–67 (50 %)
GRI 411: Rechte der indigenen Völker 2016		
411-1	Rechte indigener Bevölkerung	Seiten 66–67
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016		
412-1	Anzahl und Prozentsatz von Tätigkeiten, die Gegenstand von Menschenrechtsüberprüfungen oder Menschenrechtsverletzungen waren	Seiten 66–67, 97
412-2	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	Seiten 66–67, 97
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016		
413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften und Förderprogrammen	Seiten 75, 77–80 (100 % der Produktionsstätten)
413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen und potenziellen negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung	Seiten 77–80
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Seite 100
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Seiten 81–84
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016		
416-1	Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln	Seiten 72–74 (100 %)
416-2	Gesamtzahl der Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit, dargestellt nach Art und Folgen	Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016		
417-2	Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug Information über und die Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen dargestellt nach Art und Folgen	Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle
417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016		
418-1	Schutz der Privatsphäre von Kunden: Erhebliche Beschwerden wegen der Verletzung der Privatsphäre des Kunden und Verluste von Kundendaten	Durch die EU-Datenschutz-Grundverordnung abgedeckt, keine Verstöße im Berichtszeitraum
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016		
419-1	Compliance-Bußgelder	Keine Bußgelder im Berichtszeitraum

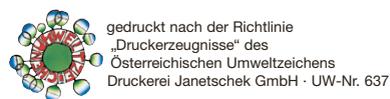
- 1) Eigentumsverhältnisse und Rechtsform: Die MAM Babyartikel GmbH ist wie die MAM Baby AG eine Tochter der Bamed MAM Group Ltd. mit Sitz in Zypern. Oberstes Organ der Gruppe ist die Active Ownership Management Ltd. mit Sitz in Zypern. Die Unternehmensgruppe steht im wirtschaftlichen Eigentum der Familie Röhrig (Peter und Klaus Röhrig). Bei wichtigen strategischen Entscheidungen bedarf es der Zustimmung des obersten Organs der Gruppe. Operativ wird die Unternehmensgruppe von der MAM Baby AG, Schweiz, vertreten durch den Verwaltungsratspräsidenten Niklaus Schertenleib, geführt, wobei sich die MAM Baby AG für Produktion, Marketing und Vertrieb verantwortlich zeigt. Die beiden österreichischen Unternehmen der Unternehmensgruppe, die MAM Health & Innovation GmbH und MAM Babyartikel GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer Ing. Peter Röhrig, sind in Abstimmung mit der MAM Baby AG für die Forschung und Entwicklung sowie für die Markenführung verantwortlich.
- 2) Größe der Organisation inkl. Bilanzzahlen wie Umsatz, Absatz: Die Bamed MAM Group Ltd. ist nicht börsennotiert, somit besteht keine Publizitätspflicht. Wir leben vom Vertrieb eines begrenzten Produktsortiments unter einer Einzelmarke in einer Marktnische mit geringem Wachstum. Auf Weltmarktniveau sind wir das einzige verbleibende mittelständische Unternehmen dieses Zuschnitts. Alle wesentlichen Wettbewerber sind Teil größerer, finanzstarker und diversifizierter Firmenstrukturen. Unter diesen Bedingungen schätzen wir die Gefahr als gegeben ein, dass eine Umsatzveröffentlichung unserer Konkurrenz weitreichende Rückschlüsse ermöglicht, die zu unserem Nachteil verwendet werden können.

* Zur besseren Übersicht bei den allgemeinen Standardangaben sind die Texte der Kennzahlen verkürzt dargestellt, es wird jedoch auf den gesamten Inhalt der Kennzahl im Bericht eingegangen.

Impressum

Herausgeber: MAM Babyartikel GesmbH,
Lorenz-Mandl-Gasse 50, 1160 Wien •
www.mambaby.com, Tel.: +43 1 49 141 0 •
Beratung, Redaktion und Layout:
www.berichtsmanufaktur.de •

Fachliche Beratung: www.denkstatt.eu •
Druck: www.janetschek.at • Fotos: Wenn
nicht anders angegeben MAM Babyartikel





MAM

Sorgfalt
bei allem, was
mich berührt

Offenheit
für gemein-
same Ideen

Respekt
für eure
Arbeitsteilung

Umsicht
mit meiner
Abenteuerwelt

Verantwortung
die für mein ganzes
Universum gilt