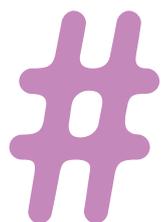




MAM



mybetterfuture

Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018



# Nachhaltigkeit bei MAM

## #mambaby

Österreichisches Familienunternehmen seit

**1976**  
mit  
~1.000  
Beschäftigten

**Was gibt es Nachhaltigeres als für die Zukunft der Babys zu arbeiten?** Diese Mission drückt sich bei MAM in allen Säulen der Nachhaltigkeit aus und wird uns durch Auszeichnungen ganzheitlich bestätigt.  
[www.mambaby.com](http://www.mambaby.com)

Entwickelt, produziert und vertreibt Babyartikel wie Schnuller und Flaschen in

**60**  
Ländern

## #happybaby



Alle MAM-Produkte frei von BPA, BPS und Phthalaten

**400.000**  
Produkttests  
mit 68 verschiedenen  
Testmethoden  
in über

**12.000**  
Arbeitsstunden  
für Flaschen und Schnuller



Auszeichnungen 2017/2018



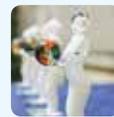
TRIGOS 2017:  
Nachhaltigstes Unternehmen Österreichs



Umweltpreis der Stadt Wien 2017



Great Place to Work 2018:  
Beste Arbeitgeber



ASRA 2017:  
Auszeichnung für den Nachhaltigkeitsbericht



Audit Beruf und Familie 2017



Austrian Living Standards Award 2018



Diverse Produktauszeichnungen 2017 und 2018 wie Mother & Baby-Award

Familienfreundlichster Arbeitsplatz Region Vas (HUN) 2018

# #fairsociety

75%  
Frauenanteil  
im Unternehmen

41%  
weibliche  
Führungskräfte,  
nahezu 100% kehren aus der  
Elternkarenz zurück



10.225  
wissenschaftliche  
Studien

rund um  
Babygesundheit erfasst,  
deren Erkenntnisse  
geben wir weiter an  
~520.000  
MAM-Club-Mitglieder,  
~1.950.000  
Facebook-Fans,  
~250.000  
Instagram-Followers

# #livingplanet

Hohe  
Ressourcen-  
effizienz durch  
abfalllose  
Produktion  
von Schnullern  
und Flaschen



Bis zu  
**85%**  
weniger CO<sub>2</sub>  
und Energie  
mit den  
MAM-Sterilisier-  
methoden für  
unsere Produkte

# #newhorizons

+240%  
Umsatz-  
wachstum  
in den letzten  
10 Jahren

Erschließung  
des chinesischen  
Marktes im  
Berichtszeitraum



Die vier wichtigsten  
Sustainable Development  
Goals für MAM

# # happybaby



# # livingplanet



## 16 Auf das Material kommt es an

Sichere Rohstoffe, ausgewählte Lieferanten



## 28 Emissionen

CO<sub>2</sub> und Energie sparen für Eltern leicht gemacht

## 18 Normgerecht

Bei der Produktqualität gibt es keine Kompromisse



## 32 Weniger Abfall

Die Ressourcen sinnvoll einsetzen



## 21 Produktneuheiten

Fünf Weiterentwicklungen für Babys und Eltern



## 35 F&E

Ein neues Haus für Innovationen entsteht

## 22 Serviceorientiert

Mamas und Papas umfassend beraten



## 25 Erkannt

Stillen und Schnuller schließen einander nicht aus



## 4 Vorwort

Was Sie in diesem Bericht erwartet

## 6 MAM auf einen Blick

Zahlen und Fakten zum Unternehmen



## 8 SDGs

Die MAM-Mission und ihr Beitrag zu den nachhaltigen Zielen der UN

## 12 Wertschöpfungskette

Von A bis Z die Stakeholder im Blick

# Inhalt



### 38 Social Audit

Für faire Arbeitsbedingungen an allen Standorten



### 50 Impact in Ungarn

Werte schaffen in der Region

### 40 Benefits

Als MAM-MitarbeiterIn ist man klar im Vorteil



### 54 Aktiv in China

Mit Wissen und Aufklärung erschließt MAM den Markt



### 42 Vereinbarkeit

Kreative Ideen für mehr Familienfreundlichkeit



### 56 CSR-Workshops

Nachhaltiges voneinander lernen und nachahmen

### 44 Teamgeist

Damit das Wir-Gefühl ausgezeichnet bleibt



### 46 Corporate Giving

Gemeinsam für andere aktiv werden und Gutes tun

### 58 Resümee und Ziele

Der Beitrag von MAM zu den SDGs

### 60 Wesentlichkeitsmatrix

Die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen auf einen Blick



### 61 Verhaltensregeln

Wie wir miteinander und mit anderen umgehen

### 62 Tabellen und Rückschlüsse

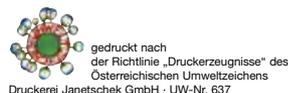
Zahldetails für besonders Interessierte

### 72 CSR-Programm

Wie es weitergeht

### 74 GRI Standards Content Index

Die GRI (Global Reporting Initiative) Standards Angaben in diesem Bericht



**Impressum:** Herausgeber: MAM Babyartikel GesmbH, Lorenz-Mandl-Gasse 50, 1160 Wien ·  
 www.mambaby.com, Tel.: +43 1 49 1410, Fax: +43 1 49 141 404 · Redaktion und Layout:  
 www.egger-lerch.at · Fachliche Beratung: www.csr-and-communication.com ·  
 Fotos: Wenn nicht anders angegeben MAM Babyartikel · Druck: www.janetschek.at



# Für die Babys von heute die Zukunft gestalten

## Liebe Leserinnen und Leser,

► Seit mehr als 40 Jahren arbeiten wir nun bei MAM\* in den Bereichen Gesundheit und Produktsicherheit und haben dabei immer unsere Mission vor Augen, die Gesundheit und das Wohlbefinden von Babys und Eltern auf der ganzen Welt zu verbessern. Mit großer Liebe zum Detail entwickeln wir Produkte für Babys und deren Eltern und arbeiten für deren Zukunft.

Im Jahr 2017 durften wir mit großer Freude den österreichischen Nachhaltigkeitspreis entgegennehmen. Der TRIGOS wird jährlich von einer Jury, bestehend aus VertreterInnen der Zivilgesellschaft, vergeben und würdigte unser Engagement als nachhaltigstes Unternehmen des Jahres. Wir sehen Auszeichnungen wie diese als Bestätigung dafür, dass wir uns auf dem richtigen Weg befinden – wissend, dass noch ein großes Stück des Weges vor uns liegt.

Im vorliegenden Bericht informieren wir Sie über unsere Aktivitäten in den Jahren 2017/18 und deren Beitrag zur Nachhaltigkeit. Wir berichten über Ziele,

die wir uns mit dem letzten Bericht gesetzt hatten, und ob und wie wir diese erreicht haben ► **Seite 68–69**. Gemeinsam mit unseren Stakeholdern möchten wir in unserem neuen Bericht auch in die Zukunft blicken. Denn ihre Gestaltung ist besonders wichtig, weil die Babys von heute morgen darin leben werden.

### Verantwortung übernehmen

Auf eine gute, gemeinsame Zukunft für alle haben sich Ende 2015 die 193 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verständigt: 17 Ziele für nachhaltige globale Entwicklung sollen bis 2030 erreicht werden. Um dies möglich zu machen, sind auch Unternehmen dazu aufgerufen, relevante Beiträge zu leisten. Für uns bei MAM war damit klar, dass wir unsere bestehende Nachhaltigkeitsstrategie kurz-, mittel- und langfristig mit diesen Zielen in Einklang bringen wollen.

Wir haben uns die 17 globalen Ziele – auch SDGs genannt – im Berichtszeitraum genau angeschaut, unsere Nachhaltigkeitsziele überprüft und wo möglich danach ausgerichtet. Im vorliegenden Bericht finden Sie daher einen Überblick über unsere bereits bestehenden, zur Erreichung der SDGs beitragenden Aktivitäten sowie über unsere Arbeit zur Integration der Ziele, wie etwa in unsere Innovationsprozesse.

### Eltern fragen – MAM antwortet

Wie schon in den Jahren zuvor haben wir den Bericht anhand des international anerkannten GRI Standards erstellt. Damit erfüllen wir die Kriterien moderner Nachhaltigkeitsberichterstattung und machen unsere Beiträge zu mehr Nachhaltigkeit transparent und vergleichbar. Die im vorliegenden Bericht behandelten Themen haben wir gemeinsam mit unseren wichtigsten Stakeholdergruppen definiert, mit welchen wir bis hin zur Entwicklung unserer Produkte ständig im Austausch stehen. Wir lassen sie alle in den nachfolgenden Kapiteln zu Wort kommen und antworten dabei auf die gängigsten Fragen von Eltern.

Wichtige Foren für Austausch sind internationale Fach- und Expertengremien sowie Unternehmensplattformen, in welche wir uns aktiv einbringen. Ein solches ist etwa der UN Global Compact: Als Mitglied des österreichischen Netzwerks tauschen wir uns regelmäßig mit anderen Unternehmen und Experten über Themen, Herausforderungen, Chancen und Trends der Verantwortungsübernahme und der Globalen Ziele aus. Als Unterzeichner verpflichten wir uns zur Einhaltung der zehn Prinzipien im Bereich Umweltschutz, Arbeitspraktiken, Menschenrechte und Antikorruptionsmaßnahmen sowie zu Beiträgen zu den SDGs.

\*Aus Gründen der Lesefreundlichkeit wird die Bamed MAM Group Ltd im Bericht auf „MAM“ gekürzt.

### Für glücklichere Babys

Als innovationsbasiertes Unternehmen wollen wir zukunftsfähig bleiben und uns mit Forschungs- und Entwicklungsarbeit zur Erhaltung und Steigerung der Gesundheit und des Wohlergehens von Eltern und Babys einbringen – das zeigt auch unser Projekt mit der FH Krems **↪ Seiten 8–11**. Dazu gehören neue Serviceangebote wie etwa unsere Rundumpackages **↪ Seiten 22–24**. Auf den folgenden Seiten finden Sie im Kapitel #happybaby Antworten auf Fragen von Eltern hinsichtlich der Sicherheit, Qualität und Beschaffenheit unserer Produkte – der für unsere Stakeholder mit Abstand wichtigste Aspekt unserer Arbeit. **↪ Seiten 18–21**

Derzeit befindet sich mit dem Thema Klimaschutz SDG 13 stark im öffentlichen Fokus. Im Sinne des Pariser Klimaabkommens sind von allen Akteuren Maßnahmen gefordert, um die globale Erwärmung zu stoppen. Bei MAM haben wir dazu bereits bestehende Energieeffizienzmaßnahmen in allen Produktionsstätten gesetzt und stellen umweltbewussten Eltern einen CO<sub>2</sub>-Rechner für den klimafreundlichen Gebrauch unserer Produkte zur Verfügung. Auf den folgenden Seiten finden Sie im Kapitel #livingplanet mehr zu unseren Aktivitäten im Bereich der Ökologie sowie auch zum CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Produkte. **↪ ab Seite 28**

### Gesund heranwachsen

Als vitales, expandierendes Unternehmen wird MAM in den kommenden Jahren auf gesunde und verantwortungsvolle Art und Weise weiter wachsen und dabei internationale Standards für verantwor-

tungsvolles Wirtschaften berücksichtigen. Wir werden weiterhin für Eltern und ihre Babys sowie unsere MitarbeiterInnen da sein und beschreiben dazu im Kapitel #fairsociety einige unserer Aktivitäten im Bereich Soziales und Arbeitsbedingungen. **↪ ab Seite 36**

Als verantwortungsvoller Teil der lokalen Gemeinschaft berichten wir nach Einblicken in unsere Arbeit in Thailand in unseren letzten beiden Berichten heuer erstmals sehr ausführlich über MAMs Rolle in Ungarn. Unsere Produktionsstätte in Vaskeresztes trägt dort maßgeblich zur Entwicklung der Region bei. Das Kapitel #newhorizons **↪ ab Seite 48** beschäftigt sich des Weiteren mit unseren langfristigen ökonomischen Überlegungen sowie

den damit verbundenen Herausforderungen und Chancen am Beispiel unseres Markteintritts in China.

### Feedback erwünscht

Wie immer blicken wir Ihren Anregungen und Kommentaren zu unserem Bericht mit Interesse entgegen. Unser CSR-Team freut sich über Feedback an [csr-team@mambaby.com](mailto:csr-team@mambaby.com).

Wir bedanken uns bei all unseren talentierten und engagierten MitarbeiterInnen, ohne deren Einsatz der Erfolg von MAM nicht möglich wäre, und wir freuen uns bereits auf die nächsten gemeinsamen Jahre. Denn nur wer heute Akzente im Bereich Nachhaltigkeit setzt, kann morgen reüssieren. <



Peter Röhrig,  
MAM-Gründer



Niklaus Schertenleib,  
Director der Bamed MAM Group Ltd.



gegründet 1976 von Peter Röhrig

# auf einen Blick

MAM Int. Vertrieb  
Wollerau (Schweiz)

MAM Standorte  
Amerika  
USA  
Brasilien



Vertrieb in  
**60**  
Ländern

**8 PRODUKTGRUPPEN**

**140**  
ARTIKEL

**>30**  
medizinische  
**ExpertInnen**  
arbeiten  
im Rahmen von  
Produktentwicklungen mit

MARKTFÜHRER\*  
FÜR SCHNULLER IN  
11 LÄNDERN UND  
FÜR FLASCHEN IN  
6 LÄNDERN

MAM Int. Marketing & Design Center  
Wien (Österreich)

MAM Forschung und Entwicklung  
Siegersdorf (Österreich)

MAM Produktion  
Vaskeresztes (Ungarn)

MAM Standorte Europa

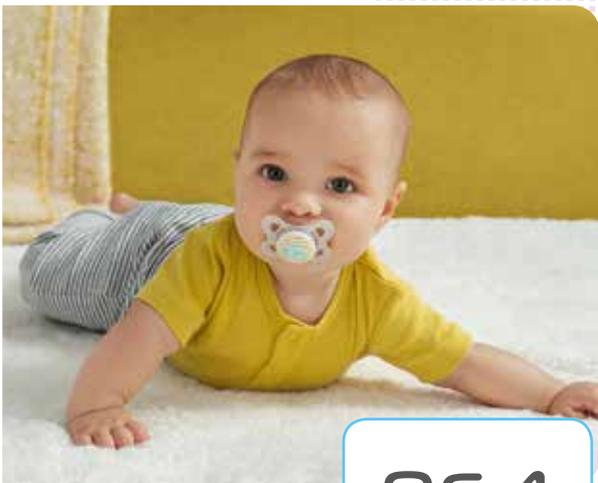
Großbritannien  
Schweden  
Frankreich  
Deutschland  
Griechenland  
Italien  
Spanien  
Schweiz  
Zypern

MAM Produktion  
Kabinburi (Thailand)

MAM Produktion  
Hat Yai (Thailand)

MAM Standort Asien  
China

150  
Produkte  
werden pro Minute  
verkauft



964

MITARBEITERINNEN

UMSATZVERTEILUNG

EUROPA

66%

AMERIKA

27%

REST

7%

>90%

unserer Produktteile  
aus Österreich

PRODUKTTESTS

>400.000

INHOUSE-PRODUKTTESTS  
AUF QUALITÄTSFAKTOREN IN

>12.000

ARBEITSSTUNDEN  
MIT

>68

UNTERSCHIEDLICHEN  
TESTMETHODEN

+240%  
Umsatzzuwachs  
in den letzten 10 Jahren



Babys haben ein Recht auf eine saubere und faire Welt.

# Auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft



## **Sustainable Development Goals.**

Nicht erst seit Jugendliche weltweit freitags die Schule schwänzen und ihrer Sorge um eine lebenswerte Zukunft Ausdruck verleihen, werden wirtschaftliche, soziale und ökologische Entwicklungsthemen international debattiert. MAM hat einen wichtigen Schritt gemacht und die SDGs in der eigenen Innovationsarbeit verankert.

► Um alle Interessen in eine Richtung zu lenken, haben sich die 193 UN-Mitgliedstaaten dazu verpflichtet, bis 2030 auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene 17 Ziele zu erreichen. Diese „Nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen“ (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) dienen Staaten, Unternehmen, Bildungsinstitutionen und der Zivilgesellschaft als Kompass für eine gerechte und saubere Welt für alle.

## **17 globale Ziele**

Die SDGs wurden in einem dreijährigen Prozess, unter Einbeziehung aller Mitgliedstaaten und von ExpertInnen, definiert. Staaten, BürgerInnen und Unternehmen müssen sich gleichermaßen beteiligen. Während Staaten Richtlinien und Gesetze erlassen, um die nötigen Veränderungen



Auch MAM bekennt sich zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung. Im Bericht zeigen wir auf, wo MAM einen Beitrag leistet.

zu ermöglichen, sind Bildungseinrichtungen aufgerufen, Lernenden Inhalte zur nachhaltigen Entwicklung zu vermitteln.

Die Staatengemeinschaft hat sich vieles vorgenommen: Beseitigung von Armut und Hunger, Verbesserung von Gesundheit und Geschlechtergerechtigkeit, Zugang zu Bildung, sauberem Wasser und leistbarer erneuerbarer Energie. Die Wirtschaft hat für menschenwürdige Arbeit bei gleichzeitigem Wirtschaftswachstum zu sorgen, wobei Produktion und Konsum nachhaltig sein sollen. Ungleichheiten sollen verringert, Infrastruktur nachhaltig und lebenswert gestaltet werden. Klimaschutzmaßnahmen sind ebenso nötig wie starke und gerechte Institutionen.

### Die Rolle der Wirtschaft

Bei der Erreichung der SDGs fällt Unternehmen eine wesentliche Rolle zu. Sie haben nicht nur Einfluss darauf, wie Ressourcen verwendet werden, sondern auch auf Arbeitsbedingungen und Konsumgewohnheiten der Menschen. Entscheidungen verantwortungsvoll zu treffen, braucht Erfahrung. Wer sich

bereits strukturiert mit Verantwortungsmanagement beschäftigt, hat einen Startvorteil. „Corporate Social Responsibility“ (CSR), also die Verantwortung von Unternehmen für Umwelt und Gesellschaft, ist weit mehr als nur „Gutes tun“. Sie braucht eine Auseinandersetzung mit den Erwartungen von Interessengruppen und das Wissen um die Konsequenzen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

### Generationengerechtigkeit

Unsere Kinder, Enkel und Urenkel haben ein Recht auf saubere Umwelt, Frieden und Gerechtigkeit. Deshalb müssen wir mit den endlichen Ressourcen des Planeten sorgsam umgehen, die Lebensräume schützen und erhalten – davon hängt ihre Zukunft ab. Seit Gründung von MAM steht das Wohlergehen der nächsten Generationen im Mittelpunkt unserer Tätigkeit. Auch wenn uns die Schritte im Angesicht der Herausforderungen klein erscheinen mögen, so ist doch jeder einzelne ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung.

CSR-Management, sprich strukturiert vorzugehen, ist das Mittel, um dieses Ziel zu erreichen. Seit mehreren Jahren arbeiten



Nachhaltigkeit bei MAM strukturiert auf den Punkt gebracht.

wir ganzheitlich daran, in allen Bereichen der Nachhaltigkeit – Produkte, Ökologie, Gesellschaft und Ökonomie – strategisch und operativ Akzente zu setzen. Dennoch braucht es noch viele Anstrengungen, neue Herangehensweisen und Ideen, um nachhaltige Lösungen für bestehende Herausforderungen, etwa im Gesundheits- oder Umweltbereich, entwickeln zu können.



## ? Welchen Beitrag leistet MAM zu den Nachhaltigen Entwicklungszielen der UN?

### » Für Innovation und Nachhaltigkeit

Als weltoffener Visionär hat MAM-CEO Peter Röhrig unser Unternehmen auf dem tief verwurzelten Streben nach Verbesserung und Innovation begründet. Wir haben uns bei MAM daher entschlossen, unsere CSR-Strategie und die damit verbundenen Ziele bestmöglich in Innovationsprozesse einfließen zu lassen. Dies ist auch für die Wettbewerbsfähigkeit entscheidend. Nur wer heute nachhaltige Akzente setzt, kann morgen reüssieren, ist Röhrig überzeugt.

2017 starteten wir daher einen internen Prozess zur stärkeren Kooperation unserer Abteilungen für Innovationsmanagement und CSR mit externen Partnern. Den Beginn bildete die Teilnahme am Forschungsprojekt der IMC Fachhochschule Krems mit dem Titel „CSR und Innovation“ ([www.csrundinnovation.at](http://www.csrundinnovation.at)). Ziel war es, Instrumente zu entwickeln, um Nachhaltigkeit besser in Innovationsprozesse zu integrieren. Lehre, Forschung und Wirtschaft werden an der IMC FH Krems eng miteinander verschränkt.

Dies kam in dem von der österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft FFG geförderten Projekt insbesondere KMU und Familienunternehmen (mit 50 bis 250 MitarbeiterInnen) zugute.

Über zwei Jahre hinweg entwickelten MAM-MitarbeiterInnen der in Innovationsprozesse involvierten Abteilungen (Innovation, CSR, Produktionswerke, Produkt Design & Development, Technical PM, Packaging Development, Medical Science Cooperation, Marktforschung und Product Management) gemeinsam mit wissenschaftlichen ExpertenInnen der FH Krems ein Modell für einen CSR-getriebenen Innovationsprozess. Sie orientierten sich dabei an den SDGs.

## Was unser tägliches Tun leitet

- **Unsere Leidenschaft ist es, die Bedürfnisse von Babys und Eltern zu verstehen und zu beantworten, damit sie sich auf ihr Familienglück konzentrieren können.** Die Babys von heute sind die Generationen der Zukunft. Es gibt daher nichts Verantwortungsvolleres, als für ihre Gesundheit und Sicherheit zu arbeiten.
- **Wir nehmen diese Aufgabe sehr ernst und entwickeln basierend auf bereits mehr als 40-jähriger Erfahrung Premium-Baby-Produkte, die 100 Prozent sicher, funktionell und benutzerfreundlich sind.** Ihre innovativen, durchdachten Designs funktionieren einwandfrei, sind wissenschaftlich geprüft und unterstützen die Entwicklung des Babys. Zusätzlich bieten wir Service und Experteninformation für Eltern und Healthcare Professionals.
- **Alle MAM-Produkte werden in einem stetigen Dialog mit Eltern und internationalen medizinischen ExpertInnen entwickelt.** Wir agieren global und denken an die Bedürfnisse künftiger Generationen ebenso wie die einzelner Länder. Gewinne machen wir aufgrund unserer ausgezeichneten Produkte und Services und nicht auf Kosten von Mensch und Natur. Wir übernehmen Verantwortung für unsere MitarbeiterInnen sowie für unsere Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft.

MAM-MISSION

... Diese Kooperationsstruktur ermöglicht uns seitdem, von Beginn an Produktinnovationen an den SDGs auszurichten – Innovation, CSR und Nachhaltigkeit sind bei MAM noch besser miteinander verknüpft. Die Projektteams in der Produktentwicklung nutzen Arbeitsunterlagen zu den SDGs, um sich mit den Themen auseinanderzusetzen und Ideen einfließen zu lassen. Wir können nun sicherstellen, dass jedes neue Produkt auf Herz und Nieren darauf überprüft wird, ob es einen Beitrag zur Erreichung der SDGs leistet oder einem solchen vielleicht entgegensteht.

Peter Röhrig zeigte sich mit der Zusammenarbeit mit der FH Krems zufrieden. Das Projekt konnte zeigen, dass die SDGs für MAMs Innovationsarbeit ein guter Wegweiser dafür sind, wo wir wann den Hebel ansetzen können, um unsere Produkte zu verbessern. Sie bestätigen, dass die von uns verwendeten Kunststoffe – überlegt und sparsam eingesetzt – für Babys und Eltern derzeit die sichersten und nachhaltigsten Werkstoffe sind (siehe dazu auch die Artikel zu Materialien, Normen und CO<sub>2</sub> auf den Seiten 16, 18 und 28). ◀

# „MAM war ein idealer Kandidat“

## Herr Mesicek, was hat Sie und Professor Altenburger dazu bewogen, 2015 das Projekt „CSR und Innovation“ ins Leben zu rufen?

Wir konnten seit längerem beobachten, dass CSR in Unternehmen meist zwar operativ verankert war, aber das strategische Potenzial bei Weitem nicht gesehen wurde. Nach Aufarbeitung des Stands der Wissenschaft erkannten wir den Bedarf, Innovationsmanagement mit Nachhaltigkeitsperspektiven und Stakeholdermanagement zu verbinden. Die SDGs kamen im Laufe des Projekts dazu.

## Wie ergab sich die Zusammenarbeit mit MAM?

Wir erstellten Fallstudien von Unternehmen, in denen wir einen Zusammenhang zwischen CSR und Innovation vermuteten. Dabei stellte sich heraus, dass in vielen Fällen keine systematisierte Herangehensweise bestand. Im Rahmen des Projekts wurden dann zwei Unternehmen ausgewählt, um sie wissenschaftlich in der Verknüpfung ihres Nachhaltigkeitsmanagements mit dem Innovationsmanagement zu begleiten. MAM war ein idealer Kandidat, denn das Unternehmen steht für Nachhaltigkeit ebenso wie für Innovation.

## Gab es Überraschungen im Laufe des Projekts?

Die größte und positivste Überraschung war sicherlich die Offenheit, mit der MAM sich auf diesen ressourcenintensiven Prozess eingelassen hat. Das ist eher unüblich und spricht

für die Tiefe der Verankerung des Innovationsgedankens bei MAM. Das Ziel war klar: Die Bereiche Nachhaltigkeit und Innovation sollten noch näher zusammenrücken. Aber der Weg dorthin war offen. Diese Art der ergebnisoffenen Zusammenarbeit mit einer Hochschule ermöglicht Gestaltungsfreiräume ebenso wie neue Forschungskonzepte. Sie unterscheidet sich damit von gängigen, klar definierten Beratungsprozessen, bei denen das Ergebnis von Anfang an klar definiert wird.

## Welche Rolle nahmen die Expertinnen der IMC FH Kream im Prozess ein?

Das Studiendesign, die wissenschaftlichen Grundlagen und Konzepte wurden von uns vorgelegt. Unsere Rolle bestand aus einer Mischung von Impulsgebern und Moderatoren. Dennoch lag die „Ownership“, also die Initiative und tonangebende Rolle, ganz klar bei MAM. Im Zuge des zwei Jahre dauernden Entwicklungsprozesses übernahm das MAM-Team zunehmend die Prozessmoderation. Der Personenkreis wurde immer größer – immer mehr interne, an MAM-Innovationsprozessen Beteiligte wurden einbezogen. Das Nachhaltigkeitsmanagement erwies sich als maßgeblich, es konnte die Innovationsfachleute „infizieren“ und eine tatsächliche Prozessverankerung der SDGs erreichen.

## Zu welchen Ergebnissen kamen Sie in der Studie?

CSR ist zweifellos in der Lage, die Gestaltung der Innovationsprozesse zu



**Roman Mesicek,**  
Studiengangsleiter  
Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement  
IMC an der FH Kream,  
leitet das Projekt  
„CSR und Innovation“  
gemeinsam mit  
Prof. (FH) Dr. Reinhard  
Altenburger.

unterstützen. Die enge Verbindung von CSR mit dem Stakeholdermanagement stellt dabei einen Erfolgsfaktor dar – die Einbindung der Anspruchsgruppen konnten wir klar als eine wichtige Säule für erfolgreiche Innovationsprozesse identifizieren. Abschließend wurde das neu erstellte Prozessdiagramm für Innovation präsentiert, in welchem Nachhaltigkeit und die SDGs verankert wurden. Ein „Ideentrichter“ gewährleistet die frühzeitige Auseinandersetzung mit den in den SDGs geforderten Entwicklungen.

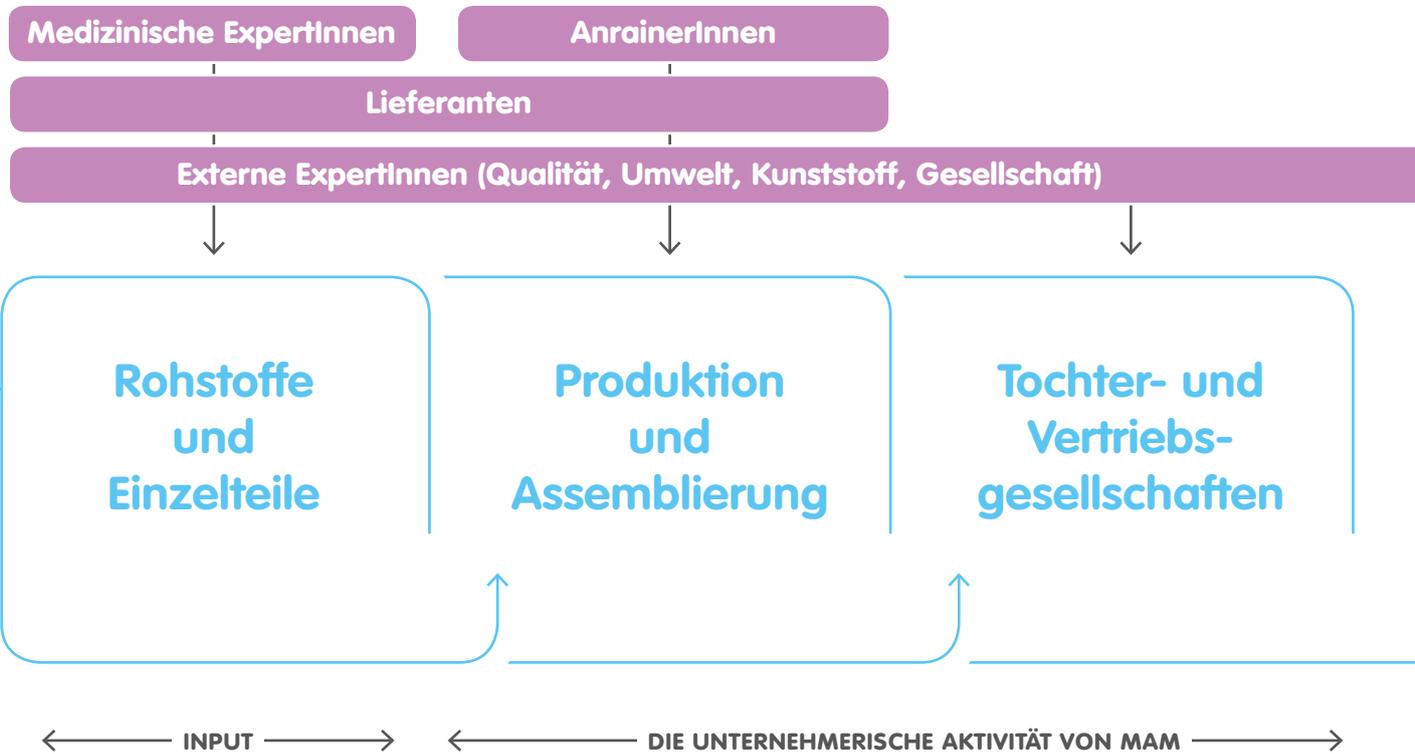
## Was sind aus Ihrer Sicht die Erfolgsfaktoren für die nachhaltige Verknüpfung von CSR und Innovation bei MAM?

Aus meiner Sicht sind das eindeutig die hohe Qualität des Nachhaltigkeitsmanagements und die strategische Verankerung von CSR im Unternehmen. Beides zusammengenommen sind Treiber für Unternehmenskultur ebenso wie für Innovation.

# Nachhaltig Schritt für Schritt

**Lieferkette.** Unsere Produkte durchlaufen viele Stationen, bis sie von Babys und Eltern verwendet werden können. Alle Prozessschritte haben gemeinsam, dass wir stets das Know-how von Lieferanten, ExpertInnen, Eltern & Co. in unsere Produktentwicklung mit einbeziehen. Daher lassen wir in diesem Bericht Stakeholder zu Wort kommen, die über unsere Zusammenarbeit erzählen.

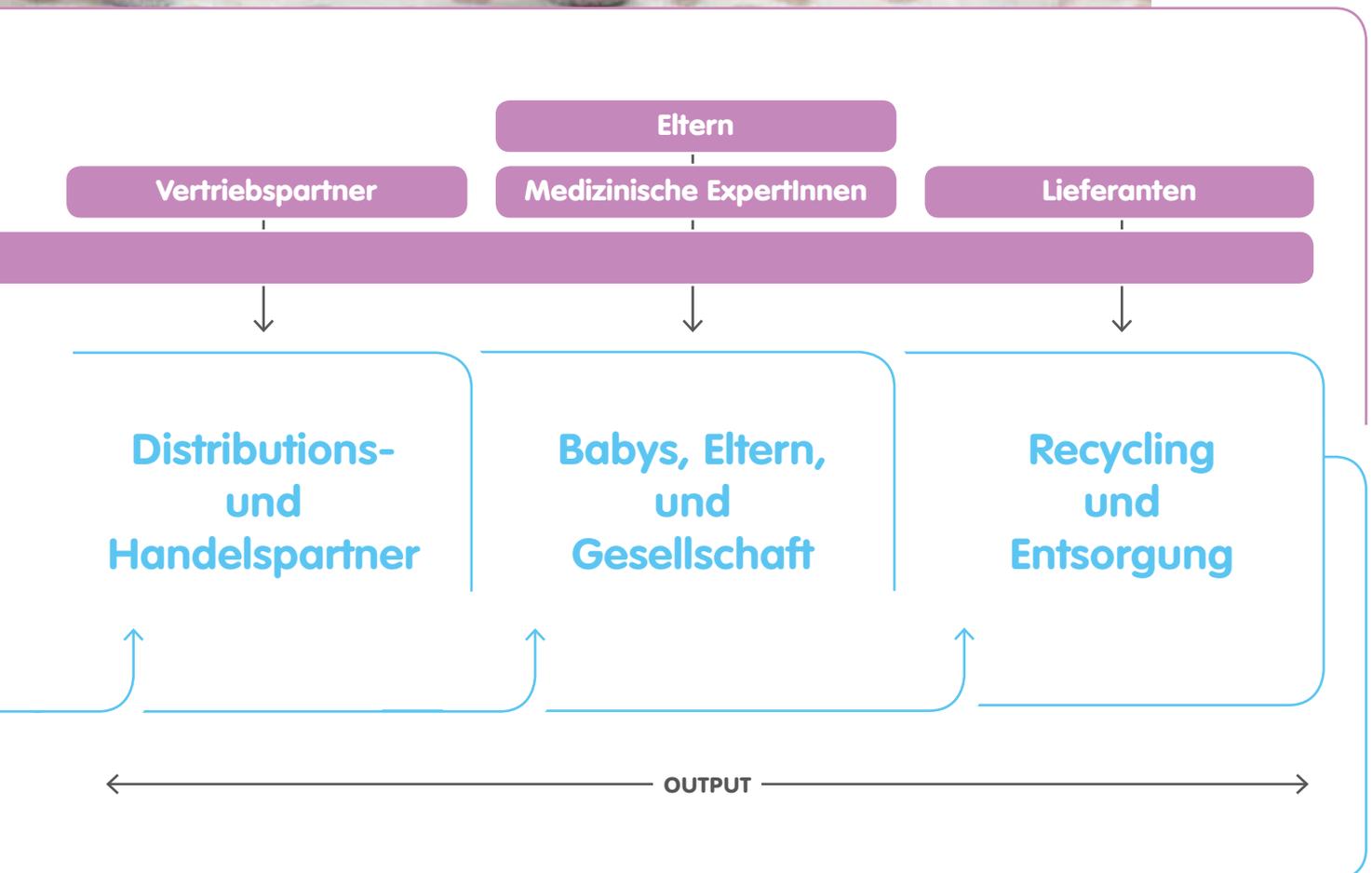
## Externe Stakeholder



## MAM-Wertschöpfungskette



Alle MAM-Produkte werden im engen Austausch mit unseren Stakeholdern entwickelt.



Woraus sind MAM-Produkte gemacht – was nimmt mein Baby da in den Mund?

Seite 16

Ich möchte nur hochwertige Sachen für mein Baby kaufen. Welche Qualitätsstandards gelten für MAM-Produkte?

Seite 18

Ich bin schwanger und suche dazu Infos auf dem letzten medizinischen Stand. Kann MAM mir hier helfen?

Seite 22

Ich stille mein Baby. Darf ich ihm trotzdem ab und zu Schnuller oder Fläschchen geben?

Seite 25



#happybaby

Inwiefern fördern MAM-Produkte die Gesundheit von Babys und Kleinkindern?

Seite 21

## Produkte

**Bereits seit der Gründung** setzen wir uns bei MAM für die Gesundheit, Sicherheit und das Wohlergehen von Babys ein. In den Nachhaltigen Entwicklungszielen (SDGs) der Vereinten Nationen spielt Gesundheit eine zentrale Rolle. SDG 3 setzt Ziele, um ein gesundes Leben für alle Menschen zu gewährleisten. Wir möchten einen Beitrag zum Wohlergehen von Babys und Eltern leisten, denn nicht allen Babys und Kindern geht es heute gleich gut. Noch immer sterben jeden Tag weltweit 16.000 Kleinkinder, viele von ihnen an vermeidbaren Krankheiten. Der Zugang zu Information ist daher entscheidend, um ihre Gesundheit zu verbessern. Wir wollen mit unseren Produkten und Services Eltern über Risiken aufklären und so das Wohlergehen von Babys und Eltern fördern. Gleichzeitig ist uns bewusst, dass wir unsere Produktionsweise verantwortungsvoll gestalten müssen. Der Wandel hin zu mehr Nachhaltigkeit kann aber nur mit Hilfe ebenso verantwortungsvoller KonsumentInnen gelingen. Wir bei MAM fördern daher in unserem Sortiment nachhaltige Produkte und Services und überprüfen bestehende Artikel auf nachhaltige Aspekte.



Alle MAM-Produkte sind frei von BPA, BPS und Phthalaten.



# Die Stoffe, aus denen MAM-Produkte sind

**Der Inhalt zählt.** Wenn es um die Auswahl der Materialien für unsere Produkte geht, steht Sicherheit bei uns an allererster Stelle. Wir arbeiten nur mit den besten Lieferanten zusammen, denen Nachhaltigkeit und Qualität genauso am Herzen liegen wie uns.

► Kunststoff gehört in unserer Gesellschaft zum Alltag dazu und ist mittlerweile Teil unzähliger Anwendungen – von Flaschen über Zahnpastatuben bis hin zu vielen medizinischen Produkten. Aber Kunststoff ist nicht gleich Kunststoff: Es gibt welchen, der gesundheitsgefährdend sein kann und die Umwelt belastet. Es gibt aber auch anderen, der unbedenklich ist und, bei fachgerechter Produktion, Verwendung und Entsorgung, dem Planeten weniger schadet als andere Werkstoffe. Wolfgang Kern,

Professor für Chemie der Kunststoffe an der Montanuniversität Leoben hat die von MAM verwendeten Materialgruppen PP (Polypropylen) und Silikon beleuchtet und ist zu dem Fazit gekommen: „Für die Herstellung von Babyartikeln gibt es derzeit nichts Sichereres und Umweltfreundlicheres als die von MAM bereits verwendeten speziellen Kunststoffe.“ Unsere Materialien und die Art und Weise, wie sie verarbeitet, verwendet und entsorgt werden, stehen im Einklang mit SDG 12.4, das einen umweltverträglichen

Umgang mit Chemikalien und Abfällen fordert. Und das ist noch nicht alles.

### Ja zu PP, Latex und Silikon

Unsere Produkte bestehen aus Materialien, die absolut sicher und für Babys komplett unbedenklich sind. Weil Bio-Kunststoffe aus nachwachsenden Rohstoffen oft zerfallen, wenn sie ausgekocht werden, und es bis dato technisch nicht möglich ist, alle Inhaltsstoffe von recycelten Kunststoffen zu identifizieren, arbeiten wir derzeit vor allem mit drei

## ? Woraus sind MAM-Produkte gemacht – was nimmt mein Baby da in den Mund?

Bis heute hat MAM  
**29**  
technische  
Erfindungen  
in  
**274**  
Patenten  
und  
**4**  
Gebrauchsmustern  
schützen und das Design von  
**55**  
Produkten  
in über  
**252**  
Geschmacksmustern  
sichern lassen.

Materialien als Neuware: PP, Naturkautschuk-Latex und Silikon.

### Nein zu BPA, BPS und Weichmachern

... All unsere eingesetzten Materialien enthalten keine Schwermetalle und Chlorverbindungen sowie kein Bisphenol-A (BPA), das aufgrund seiner potenziell schädlichen Wirkung auf das menschliche Hormonsystem gesetzlich verboten wurde, und kein Bisphenol-S (BPS), das etwa in Druckfarben zu finden ist. „Es sind auch keine Weichmacher wie zum Beispiel Phthalate enthalten – dies würde technisch auch keinen Sinn machen. Dass Kunststoffe generell Weichmacher enthalten würden, ist ein weit verbreiteter Irrtum“, klärt Kern auf. Für die Motive, die auf die Schnullerkappen und Fläschchen gedruckt werden, kom-

men nur hochqualitative lebensmittelechte, pigmentbasierte Farben in Frage, die sich nicht ablösen.

### Eine Frage der Eigenschaften

Bei Schnullern haben Eltern die Wahl zwischen Latex (Naturkautschuk) und Silikon. Beide Materialien sind völlig unbedenklich und haben ihre Vor- und Nachteile: So ist das synthetische Silikon kochfest, temperaturbeständig und glasklar, während das natürliche Latex sehr bissfest und weich, aber von der Farbe her etwas dunkler ist und mit der Zeit porös wird – was bei Silikon nicht der Fall ist.

Bei den Fläschchen gibt es neben der Kunststoffvariante auch noch eine aus Glas. Glas ist temperaturbeständig, langlebig, einfach zu reinigen und nimmt keinen Geruch an. So wie Kunststoff kann es recycelt und wiederverwendet werden, allerdings haben die Kunststofffläschchen den Vorteil, besonders leicht und bruchsicher zu sein – und in der Produktion, beim Transport und in der Verwendung weniger CO<sub>2</sub> zu verursachen (siehe dazu auch Artikel ab Seite 28).

### Und wo kommen die Materialien her?

Wir bei MAM arbeiten ausschließlich mit Lieferanten zusammen, die Nachhaltigkeit mit derselben Priorität behandeln wie wir. Mehr als 90 Prozent unserer Produkteinzelteile stammen von österreichischen Zulieferbetrieben. Uns ist sehr wichtig, unseren Partnern vertrauen zu können, um so langfristige Beziehungen aufzubauen – wie etwa mit ALPLA, einem österreichischen Familienunternehmen, das wie wir weltweit tätig ist und mit dem wir seit 25 Jahren zusammenarbeiten. Mit Energie, Wasser und Material so sparsam wie möglich umzugehen, ist bei ALPLA Teil der Unternehmens-DNA, ein Beispiel dafür ist die angusslose Produktion von Verschlüssen.

Bei der Entwicklung neuer Produkte bezieht MAM-Partner wie ALPLA gerne mit ein. „Wenn es um Einzelheiten in der technischen Ausführung und um die kunststoffgerechte Auslegung der einzelnen Bestandteile geht, sind wir gefragt – wobei die Grundidee für das Produkt immer von MAM kommt“, sagt Reinhard Töpfl, Sales Manager bei ALPLA in Waidhofen an der Thaya. Für die Schnuller bezieht ALPLA in erster Linie hochwertiges Polypropylen von europäischen Kunststoffherstellern. „Wir sind sehr stolz, ein Lieferant der Firma MAM zu sein, weil MAM sehr hohe Qualitätsansprüche an die eigenen Produkte und damit auch an die einzelnen Bestandteile stellt – genauso wie wir“, so Reinhard Töpfl. ◀

„Für die Herstellung von Babyartikeln gibt es derzeit nichts Sichereres und Umweltfreundlicheres als die von MAM bereits verwendeten speziellen Kunststoffe.“

Prof. Wolfgang Kern,  
Montanuniversität  
Leoben



? Ich möchte nur hochwertige Sachen für mein Baby kaufen. Welche Qualitätsstandards gelten für MAM-Produkte?



# Normal ist nicht gut genug

**Qualitätsmanagement.** Produktsicherheit hat für uns bei MAM allerhöchste Priorität. Das ist nicht nur unser Grundsatz, sondern auch etwas, das wir belegen können. Die hohen Standards für Babyprodukte halten wir nicht nur ein, sondern übertreffen sie – und gestalten sie seit vielen Jahren auf Europaebene aktiv mit.

Im betriebseigenen Labor führen MAM-MitarbeiterInnen wie Klotild (Bild rechts) den Produkten verschiedene Härte-tests an Flaschen & Co. durch.

de Normalisation“) entwickelt wurde, in dessen Arbeitsgruppen ForscherInnen, KonsumentInnen, Produkthersteller und MitarbeiterInnen aus der Normung miteinander an der Sicherheit von Babyprodukten arbeiten. MAM war damals schon federführend mit dabei.

## Pionierleistungen in den 1980er-Jahren

Dass Peter Röhrig einer der ExpertInnen in der entsprechenden Arbeitsgruppe („Feeding, drinking, sucking and similar functions“) des CEN war und nach wie vor ist – übrigens von Beginn an als Vorsitzender –, ist kein Zufall. Schon in den 1980er-Jahren hat MAM sich dafür eingesetzt, Schnullernormen für Österreich zu schaffen, denn diese gab es damals nur in den USA, England und Schweden. Dank der Initiative von Peter Röhrig wurde diese Sicherheitsnorm für Österreich eingeführt. Auf europäischer Ebene kamen im Laufe der Jahre einige weitere für Schnuller, Fläschchen und andere Babyprodukte dazu (siehe Infobox) – und bei allen hat MAM mitgewirkt.

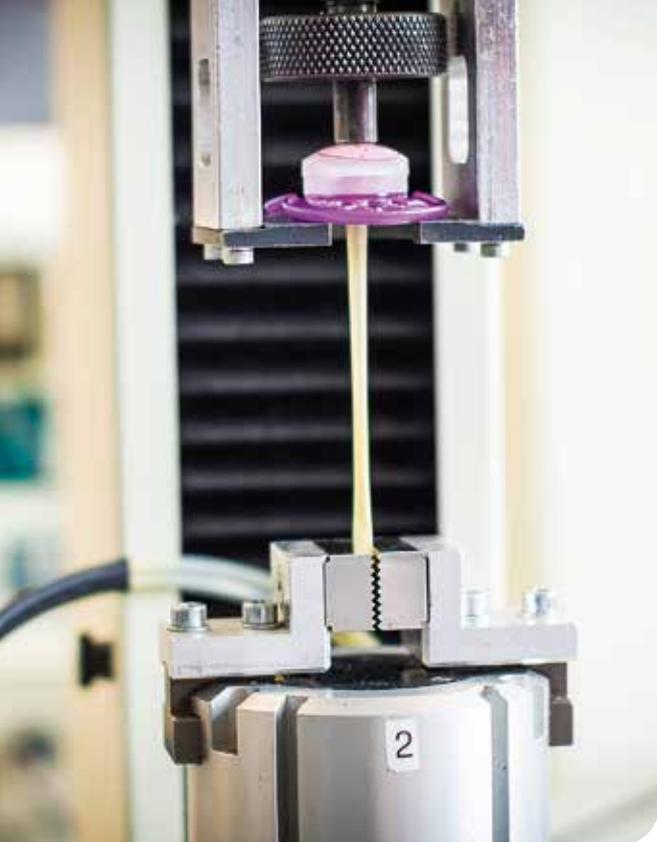
## Ausgezeichnetes Engagement

2018 wurde MAM mit dem Living Standards Award von Austrian Standards,

► EN 12586 heißt einer der Meilensteine bei Babyprodukten. Der Name mag unspektakulär klingen, aber was dahinter steckt, ist es keineswegs. Dank dieser europäischen Norm für Schnullerbänder gab es keine berichteten Todesfälle durch zu lange Schnüre am Schnuller mehr, während es vor ihrer Einführung zu Strangulierungsvorfällen gekommen war. Die Norm sieht vor, dass die Bänder maximal 220 Millimeter lang sind: eine sichere und gleichzeitig praktikable Länge. Fast 20 Jahre ist es her, dass die Norm von ExpertInnen des Europäischen Komitees für Normung (CEN – „Comité Européen



Doris Fiala, Andreas Lausch und Hortenzia Csiszar (v. l.) nahmen den Living Standards Award entgegen.



einer unabhängigen Plattform, die sich für einen transparenten Prozess zur Entwicklung von Produktstandards einsetzt, ausgezeichnet „für die vorbildliche Nutzung, Entwicklung und die strategische Einbettung von Standards“. Zudem kamen wir auf die Shortlist des European Product Safety Awards, des europäischen Preises der EU-Kommission (ob MAM gewonnen hat, war bis Redaktionsschluss nicht bekannt).

#### Win-win-win

Die Tatsache, dass wir Normen mitgestalten, hat vielerlei Vorteile und kommt nicht nur Babys und ihren Eltern zugute. Auch wir als Unternehmen profitieren davon, denn durch die ständige Auseinandersetzung mit den aktuellsten Forschungsprojekten und Statistiken sind wir stets am Puls der Zeit. Unsere TechnikerInnen wissen bestens Bescheid über Trends, Materialien, mögliche Risiken und Gefahren, wenn sie Produkte entwickeln. All das spart Zeit und somit auch Kosten und ermöglicht es uns, unsere Fläschchen, Schnuller & Co. zu vernünftigen Preisen zu verkaufen – übrigens auch ein Punkt, der die Jury des Living Standards Awards überzeugt hat.

Und: Durch unsere Mitwirkung bei der Entwicklung von Normen erhöhen wir nicht nur die Sicherheit unserer eigenen Produkte, sondern auch jene der gesamten Branche. Darauf sind wir besonders stolz, denn dadurch leisten wir unseren Beitrag für eine nachhaltige Welt. Unser Tun ist im Einklang mit dem SDG 3.2: bis 2030 den vermeidbaren Todesfällen bei Neugeborenen und Kindern unter fünf Jahren ein Ende zu setzen. Das Allerwichtigste für uns ist die Gesundheit der Babys und die sichere Anwendung unserer Produkte. Darum gehen wir freiwillig über die bestehenden Normen hinaus – indem wir eigene definieren.

#### Zuhause im Normen-Dschungel

Um eigene Normen definieren zu können, müssen unsere ExpertInnen das ganze Normenalphabet beherrschen und immer up to date sein. Das ist durchaus eine Herausforderung, denn in Brasilien herrschen andere Regeln als in den USA oder Europa. Die MAM-Standards, die dabei entstehen, sehen dann zum Beispiel so aus: Die Schnuller-Norm (EN 1400) legt einen Mindestgrenzwert von 120 Newton für die Reißfestigkeit fest, während die interne MAM-Grenze 130 Newton beträgt. Oder: Die Norm für Trinkgefäße (EN 14350) enthält keinen verpflichtenden Fall-Test, während die interne MAM-Richtlinie einen »

## ... Babyprodukte-Normen auf einen Blick

MAM hat bei der Entwicklung all dieser Normen mitgewirkt und geht in der Qualitätssicherung oft freiwillig darüber hinaus:

- **EN 14350: Norm für Babyflaschen, Trinksauger, Trinkbecher etc.**
- **EN 1400: Norm für Schnuller**
- **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**

INFO

- » Fall-Test mit 10 Mal Fallen aus einer Höhe von 138 cm beinhaltet. Wenn wir Produkte entwickeln und produzieren, halten wir all diese – und noch viel mehr – Regeln penibel ein.

#### Den Härtefest bestehen

Um zu überprüfen, ob unsere Schnuller und Fläschchen die definierten Standards auch bestehen, gibt es unsere QualitätsmanagerInnen. In einem mehrstufigen „Bootcamp“ geht es richtig zur Sache: Schnuller werden nach den Vorgaben der Normen gequetscht, langgezogen, eingefroren. Fläschchen werden zig Mal auf den Boden geschmissen, stundenlang auf höchster Flamme gekocht, Hunderte Male im Geschirrspüler gewaschen. Für jedes Produkt gibt es eine Checkliste, und jene, die auch nur einen Punkt davon nicht erfüllen, fallen durch. So können wir sicherstellen, dass nur die Besten der Besten ins Regal kommen. Denn wenn es um die Kleinsten geht, gibt es für uns keine Kompromisse. ◀



#### IN MEMORIAM DR. PETER WEISS

Traurig und dankbar verabschieden wir uns von Peter Weiss, der am 17.12.2018 im Alter von 76 Jahren verstarb. Mit seinem profunden Wissen, Gespür und seiner

Erfahrung hat der britische Wissenschaftler nicht nur in seiner Rolle als Direktor von MAM England (von 1989 bis 1998) wertvolle Arbeit geleistet. Er galt als einer der führenden Forscher im Bereich Schnuller und war bis zu seiner Pensionierung Inhaber eines Beratungsunternehmens und Vizepräsident der Forschungsabteilung der International Children Medical Research Association (ICMRA). Er leitete außerdem das Sekretariat des Europäischen Komitees für Babyprodukte-Normung (CEN) und fungierte als Berater für das britische Gesundheitsministerium. Unser Mitgefühl gilt seiner Frau, seinen drei Kindern und sieben Enkelkindern.

## 3 Fragen an Dr. Karl Grün, Leiter der Normentwicklung bei Austrian Standards



#### Wieso hat gerade MAM in diesem Jahr den Living Standards Award gewonnen?

MAM nimmt, was Normen bei Babyprodukten angeht, eine Vorreiterrolle ein. Durch den strategischen Weitblick von Herrn Röhrig wurde die Entwicklung für europäische

Standards im Bereich der Produktsicherheit maßgeblich vorangetrieben.

#### Welche Herausforderungen gibt es generell bei der Entwicklung von Standards?

Eine Herausforderung ist, mit den unterschiedlichen Anspruchsgruppen in Dialog zu treten. Denn Normentwicklung ist ein Multi-Stakeholder-Prozess, bei dem sowohl Unternehmen als auch die Zivilgesellschaft mitwirken sollen. EndkonsumentInnen und -konsumenten werden europaweit durch die Verbraucherschutzorganisation ANEC vertreten und können so unmittelbar bei der Standardisierung mitwirken.

#### Was wünschen Sie MAM für die Zukunft?

Herr Röhrig ist schon sehr lange in diesem Bereich aktiv, und ich bin mir sicher, dass er seinen Weg genauso mutig fortsetzen wird, wie er ihn begonnen hat. CSR ist bei MAM-Programm und wird im ganzen Unternehmen gelebt – in diesem Sinne wünsche ich MAM eine wundervolle und nachhaltige Zukunft!

## ? Inwiefern fördern MAM-Produkte die Gesundheit von Babys und Kleinkindern?



# Neues für Babys

**An alles gedacht.** Die gesunde Entwicklung von Babys steht bei MAM an erster Stelle, beim bestehenden Sortiment ebenso wie bei Neuentwicklungen. Die Produkte werden dementsprechend designt und helfen somit etwa Zahnfehlstellungen vorzubeugen. Unterstützt wird MAM dabei von ExpertInnen – von ÄrztInnen bis zu Hebammen.

### MAM Sauger 0

Die einzigartige flache Form des kleinsten Saugers imitiert die Brustwarze der Mutter und erleichtert damit den Umstieg vom Stillen zum Fläschchen. Das innovative MAM SkinSoft™ Silicone legt sich extraweich auf die Lippen. Der langsame Trinkfluss passt auch zum kleinsten Säugling – und ist damit ideal für das Füttern mit Mutter- und Anfangsmilch.



### MAM Perfect Start

Extradünn und flexibel – und damit ideal für Neugeborene – ist hier der Saugerhals. Der Perfect Start Schnuller wurde in Kooperation mit ZahnärztInnen entwickelt, um das Risiko von Zahnfehlstellungen zu vermeiden – ein wichtiger Beitrag zur Babygesundheit. Die Zunge bleibt damit an ihrer natürlichen Position am Gaumen.



### MAM 2in1 elektrische und manuelle Brustpumpe

Muttermilch ist das Beste für Babys, und Füttern soll in jeder Situation angenehm sein. Deshalb hat MAM die 2in1 elektrische und manuelle Brustpumpe entwickelt. Egal ob am Arbeitsplatz, zuhause oder unterwegs kann damit diskret Milch abgepumpt und das Baby später von Mama, Papa & Co. gefüttert werden.



### MAM 6in1 Sterilizer & Express Bottle Warmer

Fläschchen wärmen und sterilisieren war noch nie einfacher. Denn das kompakte Gerät vereint sechs Funktionen, darunter elektrisches Sterilisieren mit Wasserdampf oder in der Mikrowelle – eine flexible und komfortable Lösung für die Jungfamilie. Zusätzlich integriert das innovative Produkt unterschiedliche Arten, um Muttermilch und Formula-Milch rasch zu erwärmen.



### MAM Oral Care Produktserie

Mit der neuen Oral Care Serie im kindgerechten Bärchendesign gewöhnen Eltern Babys spielerisch an eine regelmäßige Mundhygiene. Der Oral Care Rabbit hilft ab den ersten Wochen, Babys Mundraum zu reinigen, und die Massaging Brush kann Zahnungsschmerzen lindern. Ab dem ersten Zahn kommt die Training Brush zum Einsatz: Durch den extralangen Griff lässt sich das Zähneputzen gemeinsam üben. Die Baby's Brush ist ideal für die ersten eigenständigen Putzversuche. Unterstützung kommt vom eigens entwickelten Charakter Brushy Bär. Seine Zahnputzgeschichte und die App helfen Eltern, das Zahnputzritual spannend zu gestalten.



**Eileen Olderg-Hermiston,** Dentalhygienikerin am University of Iowa College of Dentistry: „Eltern sollten lange vor Babys erstem Zahn eine erste Mundpflege-Routine etablieren. Die MAM Oral Care Produkte helfen dabei.“



# Wertvolle Ratschläge für werdende Eltern

**Know-how.** Auf unterschiedlichen Wegen stellt MAM der Gesellschaft und der Fachwelt medizinisches Wissen rund um Schwangerschaft, Geburt und Babys Gesundheit zur Verfügung. Hier ein paar Highlights.

► Welche Nahrungsmittel soll ich in der Schwangerschaft meiden? Wie bereite ich mich auf die Geburt vor? Worauf muss man bei Flaschennahrung achten? Und wie sieht optimale Zahnpflege im Kleinkindalter aus?

... MAM sammelt medizinische Erkenntnisse auf dem letzten Stand der Wissenschaft zu Themen wie Schwangerschaft oder Babygesundheit und verbreitet dieses wertvolle Know-how über unterschiedlichste Kanäle. Hebammen und ÄrztInnen profitieren von den bereitgestellten Informationen ebenso wie werdende Eltern. Allein in der firmeneigenen Datenbank sind über 10.200 Studien zu finden.

## Großputz für kleine Zähne

Mundhygiene für Kleinkinder ist ein wichtiges Thema, in der Beratung von werdenden Müttern kommt sie allerdings oft zu kurz. Um dies zu ändern, hat

MAM Deutschland ein neues Mundhygiene-Schulungs-Programm mit eigenen Fortbildungen und begleitenden Infomaterialien entwickelt. Die Fortbildungen richten sich an Hebammen und andere Fachkräfte, die mit dem Thema in ihrem Berufsalltag zu tun haben. So lernen die TeilnehmerInnen etwa wichtige Funktionen von Milchzähnen kennen oder wie man frühkindlicher Karies von Anfang an vorbeugen kann. Zudem erhalten sie praxisnahe Tipps und Tricks zur optimalen Mundhygiene.

MAM Österreich hat das erfolgreiche Konzept übernommen. „Es gibt viel zu wenig Informationen für die Schwangeren“, begrüßt Tanja Fussthaler das Weiterbildungsangebot. Sie hat die Mundhygiene-Schulung in Österreich besucht und daraus einiges für ihren Berufsalltag als Hebamme mitgenommen. „Uns wurden viele praktische Tipps

„In der Mundhygiene-Schulung werden viele praktische Tipps und interessante Hintergrundinformationen vermittelt, die ich an werdende Mamas weitergebe.“



Tanja Fussthaler, Hebamme Wien und Burgenland





**? Ich bin schwanger und suche dazu Infos auf dem letzten medizinischen Stand. Kann MAM mir hier helfen?**

Ein Herz für Eltern und Babys: MAM nutzt viele Kanäle, um die Mamas und Papas von morgen zu unterstützen.

vermittelt, wie das Zähneputzen schon von Anfang an gelingt. Und auch interessante Hintergrundinformationen, etwa zum Säuregehalt im Speichel, waren Bestandteile der Schulung.“ In Schwangerengesprächen gibt sie das Gelernte an werdende Mamas weiter: „Der Input kommt dazu von mir, nicht von den Schwangeren, weil sie nicht an dieses Thema denken.“

#### „Ask the Doc“ in Italien

Mit monatlichen Live-Chats auf Facebook schafft MAM Italien einen direkten Draht zu ExpertInnen aus dem Gesundheitsbereich. So standen den (werdenden) Müttern im Vorjahr in vier „Ask the Doc“-Events KinderärztInnen bzw. KinderzahnärztInnen sowie eine Hebamme Rede und Antwort. Je nach Thema wurden zwischen 45 und 145 Fragen gestellt. Die Antworten der ExpertInnen erreichten jeweils um die 200.000 User.

Worauf kommt es bei der Zahnhygiene von Babys und Kleinkindern an? Sabrina Dogan gibt schon seit einigen Jahren ihr Wissen als Dentalhygienikerin im Fortbildungsprogramm von MAM weiter. In vielen Einrichtungen schafft sie so Bewusstsein für eine frühe Zahn- und Mundpflege.



#### Tipps im Netz

„Little Big Heart“ ([www.littlebigheart.com](http://www.littlebigheart.com)), das Online-Magazin von MAM, widmet sich in gut recherchierten Artikeln sämtlichen Bereichen rund ums Elternwerden und Elternsein. Besonders befasst sich Little Big Heart, das vom MAM-Headquarter initiiert wurde, mit der Familienplanung, der Geburtsvorbereitung, aber genauso mit Gesundheit und Entwicklung von Babys und Kleinkindern sowie Erziehungsfragen. Hier erfährt man auch, welche Tricks in der Schwanger-

schaft gegen die Sommerhitze helfen, was Babys bei Gewitter beruhigt oder welche Umstandsmode gerade „in“ ist. Ein umfassender Online-Berater für viele Lebenslagen, der praktische Tipps auf Lager hat.

#### Ein Nest mitten in Paris

MAM Frankreich schuf im Sommer 2018 mit weiteren Partnern in Paris „Le Nid“ (das Nest). In 30 Workshops konnten sich Hunderte junge bzw. werdende Mamas zwei Wochen lang mit Hebammen,

»



Ein gemütliches Nest mitten in Paris: „Le Nid“ bot viele spannende Workshops für (werdende) Mamas.



» GesundheitsexpertInnen, PsychologInnen, LogopädInnen und sogar einem Super-Dad-Experten austauschen. Dafür wurde in einem ruhigen Innenhof eines typischen Pariser Hauses ein gemütlicher Raum zum Reden eingerichtet – Babys waren natürlich auch willkommen! Der beliebteste Workshop war jener einer Stillberaterin, die immens viele Tipps parat hatte, wie das Stillen gelingen kann. Er war so gut besucht, dass er vier Mal wiederholt werden musste. Die KollegInnen von MAM Frankreich kooperierten bei dieser Initiative mit „My little Paris“, einem

beliebten Online-Frauenmagazin, das dafür kräftig die Werbetrommel rührte.

#### Topinformiert in Zürich

Eine Fachtagung für rund 150 Hebammen und MitarbeiterInnen im Gesundheitsbereich organisierte MAM Schweiz im Jahr 2018 in Zürich. Eine Premiere, die von Erfolg gekrönt war! Das Interesse war nämlich so groß, dass der ursprünglich reservierte Raum nicht ausreichte. Die Schweizer KollegInnen mussten sich kurzfristig nach einem größeren Veranstaltungsraum umschauen, um mehr

Anmeldungen annehmen zu können. Auch das Feedback der TeilnehmerInnen auf die Inhalte der Konferenz war durchwegs positiv.

#### Eltern werden, Eltern sein

Wie ticken Mütter und Väter? Das wollte MAM Österreich wissen und beauftragte das Meinungsforschungsinstitut marketagent.com mit einer Studie. Wie teilen sich Mama und Papa die Aufgaben in der Kinderbetreuung untereinander auf, wie erziehen sie ihre Kleinen? Was sind die wichtigsten Informationsquellen für sie, wenn sie nach Rat und Wissen suchen? Welche Sorgen und Ängste beschäftigen sie und wie halten sie es mit der Väterkarenz? Diese und mehr Fragen wurden gestellt. Spannend war dabei, dass sich die Vorstellungen von jungen Mamas heute deutlich von jenen ihrer Mütter oder Großmütter unterscheiden. Der Wunsch nach einer fairen Rollenverteilung wurde häufig genannt, die Realität sieht jedoch oft anders aus. Zwar waren 77 Prozent der Väter der Auffassung, dass sie zu gleichen Teilen wie ihre Partnerin in die Kindererziehung eingebunden sind. Dem stand allerdings die Wahrnehmung der Frauen entgegen, die nur zu 44 Prozent von einer gleichwertigen Verteilung sprachen. ◀



Insgesamt 150 TeilnehmerInnen besuchten die Tagung von MAM Schweiz in Zürich.

? Ich stille mein Baby. Darf ich ihm trotzdem ab und zu Schnuller oder Fläschchen geben?



## Gut kombiniert

**Muttermilch ist die beste Babynahrung.** Dass Neugeborene gestillt werden, wird von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) ausdrücklich empfohlen. Ihr Ziel ist es, speziell in den ersten Lebensmonaten hohe Stillraten zu erreichen. Ein neuer Leitfaden schließt Fläschchen und Schnuller aber nicht mehr kategorisch aus.

► Für MAM ist es selbstverständlich, stillende Mütter so gut wie möglich zu unterstützen. Mit der komfortablen Handpumpe lässt sich die wertvolle Milch bequem abpumpen, wenn es einmal notwendig sein sollte. Speziell für die ganz Kleinen hat MAM das Easy Start Anti-Colic Fläschchen entwickelt, mit dem sogar Neugeborene ganz entspannt und in ihrer Geschwindigkeit trinken können. Und wenn sich das Baby so gar nicht beruhigen lässt, kann ein kiefergerecht geformter Schnuller für Eltern und Kind ein wahrer Segen sein.

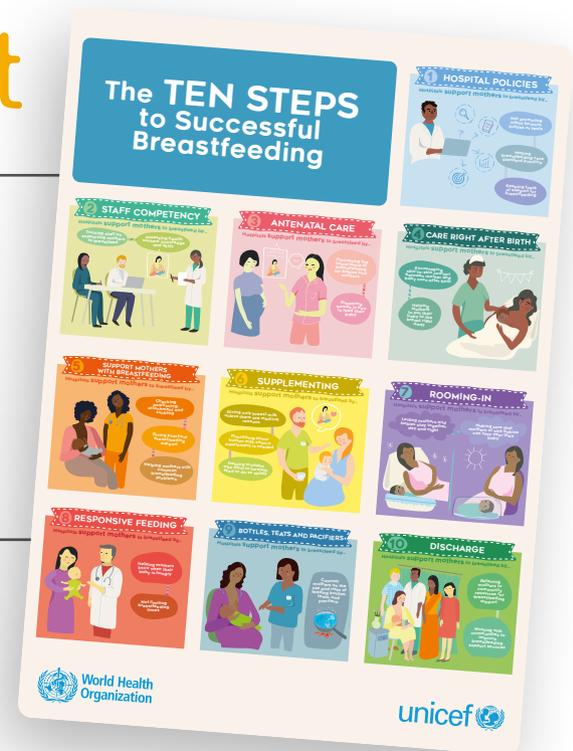
**Studien beweisen: Schnuller sind o. k.** Moment! Stillen und Schnuller oder Fläschchen – geht das überhaupt zusammen? Neue Erkenntnisse sagen eindeutig Ja. Damit das Stillen von Anfang an gut funktioniert, hat die WHO bis vor Kurzem noch von Schnullern und Fläschchen abgeraten. Eine wissenschaftliche Begründung gab es dafür allerdings nie. Im Gegenteil: Eine 2016 publizierte Meta-Analyse<sup>1</sup> kam zu dem Schluss, dass es keinen Unterschied für den Stillerfolg macht, ob Babys auch Beruhigungsschnuller und Fläschchen bekommen



**Prof. Reinhold Kerbl** begrüßt die Änderungen im Leitfaden der WHO für stillende Mütter.

oder nicht. Die WHO änderte daher im Jahr 2018 ihre Empfehlungen für stillende Mütter. Medizinischem Personal rät sie in ihren „Zehn Schritten zu erfolgreichem Stillen“ nun dazu, die jungen Eltern über Verwendung von Fläschchen und Schnullern aufzuklären.

„Die neue Version des Leitfadens berücksichtigt auch mögliche medizinische Bedürfnisse der Neugeborenen sowie die individuelle Entscheidungsfähigkeit junger Eltern“, erklärt Professor Reinhold Kerbl, Primarius der Abteilung für Kinder und Jugendliche am Landeskrankenhaus Leoben. „Die früher beinahe militant vertretenen Meinungen wurden nun auf Basis wissenschaftlicher Evidenz relativiert.“



Stillen leicht gemacht: Die WHO änderte ihre Empfehlungen – auch Schnuller sind erlaubt.

### Was stillende Mütter beachten sollten

Um das Stillen zu etablieren, sind direkt nach der Geburt Hautkontakt und ein erstes Anlegen innerhalb der ersten Stunde wichtig. Häufiges Anlegen sorgt in den darauffolgenden Tagen und Wochen dafür, dass genügend Milch produziert wird. Dennoch können schon früh Beruhigungsschnuller und auch Fläschchen mit abgepumpter Muttermilch gegeben werden, solange die Mutter die Anzeichen erkennt, wann ihr Baby Hunger hat und wann es eher Beruhigung sucht. Eine Ausnahme bilden Frühgeborene, die in den ersten Wochen keine Fläschchen bekommen sollten. ◀

<sup>1</sup> Pérez-Escamilla R, Martínez JL, Segura-Pérez S. Impact of the Baby-friendly Hospital Initiative on breastfeeding and child health outcomes: a systematic review. *Matern Child Nutr.* 2016;12(3):402–17. doi:10.1111/mcn.12294.

Welchen Beitrag leistet MAM zum Klimaschutz? Und welche Rolle spielen wir als Eltern?

Seite 28

Wie entsorge ich MAM-Produkte richtig und was passiert dann mit ihnen?

Seite 32





#livingplanet

Wo werden die MAM-  
Produkte entwickelt?  
Schaut man dort auch  
auf Nachhaltigkeit?

Seite 35

## Umwelt

**Wälder, Berge, Flüsse, Seen und Meere** spielen bei der Erhaltung eines guten, stabilen Klimas eine enorm wichtige Rolle. Die Klimakrise stoppt nicht an Ländergrenzen und beschränkt sich nicht auf einzelne Politikfelder, Wirtschaftszweige oder soziale Gruppen. Die darauf bezogenen SDGs 13, 14 und 15 müssen daher bei wirtschaftlichen Entscheidungen beachtet werden. Für die Zukunft sind Konzepte gefragt, die eine positive ökonomische Entwicklung mit der nachhaltigen Nutzung von Ressourcen in Einklang bringen und dabei den Emissionsausstoß so gering wie möglich halten. Wir ermitteln bei MAM den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte und können so Verbesserungen vornehmen. In der Produktion ebenso wie bei Verwendung und Entsorgung müssen Maßnahmen zur Bekämpfung der Klimakrise ergriffen werden. Wir bei MAM wollen daher mit unseren Produkten, Services, aber auch Information zum umweltfreundlichen Gebrauch dem Klimawandel entgegenwirken.



# Weckruf für die Welt

Das MAM-Werk Kabinburi, nordöstlich von Bangkok, ist auf dem neuesten Stand der Technik – bei möglichst kleinem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck.

**Weniger Emissionen.** In Sachen Klimaschutz ist es allerhöchste Zeit – alle müssen an einem Strang ziehen, und zwar konsequent. Was tun wir bei MAM für die Umwelt, wenn wir unsere Fläschchen und Schnuller produzieren? Und was können Eltern selber tun, um ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bei der Verwendung der MAM-Produkte so klein wie möglich zu halten?



► „Ich spreche nur, wenn es sein muss“, hat die junge Klimaaktivistin Greta Thunberg in ihrem ersten großen Talk gesagt. In letzter Zeit muss es oft sein, denn Greta hat Angst um die Welt. Angst davor, dass es sie nicht mehr lange geben wird, wenn wir weiterhin so sorglos mit ihren Ressourcen umgehen und so tun, als gäbe es keine Klimakrise. Seit einem Jahr verbringt das kluge Mädchen

mit den Zöpfen jeden Freitag streikend vor dem schwedischen Parlament statt lernend in der Schule. „Fridays for Future“ heißt die Initiative, SchülerInnen weltweit sind ihrem Beispiel gefolgt und streiken für das Klima. Die junge Aktivistin mit dem Asperger-Syndrom hat zahlreiche Auszeichnungen für ihr Engagement erhalten – und wurde sogar für den Friedensnobelpreis nominiert.

### Das 1,5-Grad-Ziel und MAM

Was mit der Fassungslosigkeit eines Mädchens begann, ist zu einer pulsierenden Weltbewegung geworden. Sie findet auch eine Entsprechung in den Zielen für nachhaltige Entwicklung der UNO: SDG 13 hat sich der „Bekämpfung des Klimawandels“ verschrieben. Eine konkrete Zielsetzung ist dabei das 1,5-Grad-Ziel. Was es bedeutet? Dass wir die CO<sub>2</sub>-Produktion

## ? Welchen Beitrag leistet MAM zum Klimaschutz? Und welche Rolle spielen wir als Eltern?



Christian Plas,  
Geschäftsführer  
von denkstatt

drastisch reduzieren müssen, damit die Erde sich in den nächsten Jahrzehnten um „nur“ 1,5 bis 2 Grad erwärmt. Denn dass es wärmer wird, ist nicht zu verhindern. Aber wie schnell und intensiv die Erwärmung voranschreitet – mit globalen Konsequenzen wie Hitzeperioden, Wasserknappheit und verschwindenden Gletschern –, das liegt an uns und unserem Verhalten. Auch MAM leistet einen Beitrag, wobei das größte Einsparungspotenzial an CO<sub>2</sub> darin liegt, wie die Produkte tagtäglich gebraucht werden.

### Aktiv werden

Jeder Einzelne kann viel tun in Sachen Klimaschutz, etwa weniger fliegen, weniger Fleisch essen, weniger Energie verbrauchen. Unternehmen können in der Entwicklung, Produktion und Logistik darauf achten, möglichst energiesparend vorzugehen.

... Für MAM ist eine nachhaltige, ressourcenschonende Herstellung schon lange Standard. Eltern, die unsere Fläschchen und Schnuller verwenden, können einiges zum Umweltschutz beitragen. Wie? Nur zwei Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen entstehen in der Produktionsphase, die entscheidenden 98 Prozent werden beim Erwärmen, Reinigen und Sterilisieren erzeugt, also in der Phase der Flaschen-Verwendung. Bei den Schnullern sind es 78 Prozent, da das Erwärmen wegfällt.

Zu diesen Erkenntnissen ist denkstatt, ein renommiertes Umwelt-Beratungsunternehmen, gekommen, als es den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck des MAM Easy Start Anti-Colic Fläschchens und den unserer Schnuller gemessen hat. „Bisher waren die meisten

Firmen der Meinung, dass sie nur das angeht, was innerhalb ihrer Werksgrenzen geschieht. Was davor ist, also die gesamte Lieferkette, und was danach ist, also was die Leute mit ihrem Produkt machen, das könnten sie nicht beeinflussen“, erklärt Christian Plas, Geschäftsführer von denkstatt. Der Umwelt-Berater sieht es als seine Aufgabe an, „das Denken der Unternehmen aufzumachen, sodass sie ihren Verantwortungsbereich größer sehen“. Der Fachausdruck dazu nennt sich Product Stewardship: die ganzheitliche Verantwortung eines Unternehmens für alle Lebenszyklen ihrer Produkte – von der Planung über die Verwendung bis zur Entsorgung.

### Eltern zu Energiesparprofis machen

Für MAM stellte sich damit die Frage: Wie können wir unsere KonsumentInnen dabei unterstützen, unsere Produkte möglichst energieschonend zu verwenden? Eine der Antworten ist, neben Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung und gut aufbereiteter Information, der MAM CO<sub>2</sub>-Rechner. Er ist online ([www.mambaby.com/at/co2-rechner](http://www.mambaby.com/at/co2-rechner)) in 18 Sprachen verfügbar und macht das abstrakte Thema Energieeffizienz sichtbarer. Mit ein paar Klicks können Eltern herausfinden, wie viel CO<sub>2</sub> und Energie sie bei der richtigen Verwendung von Fläschchen und Schnuller einsparen können – was letztlich nicht nur der Umwelt zugutekommt, sondern auch ihrem Kontostand.

Für unsere selbststerilisierenden Fläschchen gilt: Aufwärmen im Flaschenwärmer und nicht im Kochtopf, Reinigen im Geschirrspüler und nicht per Hand,

## Kleines Lexikon der Produktverantwortung

INFO

### Lebenszyklusanalyse, auch Umweltbilanz, Ökobilanz oder Life Cycle Assessment (LCA)

... systematische Analyse der Umweltwirkungen von Produkten während ihrer gesamten Lebensdauer – „von der Wiege bis zur Bahre“ („from cradle to grave“).

### CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, auch ökologischer Fußabdruck oder Carbon Footprint (PCF)

... eine ökologische Messgröße, die angibt, wie viel an Treibhausgasen innerhalb des Lebenszyklus eines Produkts ausgestoßen wird. Je kleiner er ist, umso weniger wird die Umwelt belastet.

### Product Stewardship, auch ganzheitliche Produktverantwortung

... ein betriebswirtschaftliches Konzept, bei dem Unternehmen Verantwortung für die ganze Lebensspanne ihrer Produkte übernehmen.

Sterilisieren in der Mikrowelle und nicht im Topf. Auf diese Weise entsteht bis zu 85 Prozent weniger CO<sub>2</sub>. Hochgerechnet auf ein Jahr ergibt das ein Einsparungspotenzial von 80 Kilogramm CO<sub>2</sub>, was etwa 600 gefahrenen Autokilometern entspricht. Ähnliches gilt für unsere Schnuller: Werden sie im Geschirrspüler gereinigt und mittels der Sterilisier- und Transportbox in der Mikrowelle keimfrei gemacht, können bis zu 77 Prozent an Treibhausgasen und Energie eingespart werden. »

» Dass die Jugend sich zu Wort meldet und auf die Straße geht, sieht Christian Plas als positive Entwicklung. Das erzeuge enormen Rückenwind für bewusstseinsbildende Maßnahmen wie die Sterilisation von Babyprodukten in der Mikrowelle. Genauso wichtig seien aber auch Zahlen und Fakten, und zwar nicht nur für die KonsumentInnen: „Investoren achten immer stärker darauf, ob die Unternehmen, in die sie investieren wollen, zukunftsfähig sind.“ Zukunftsfähig bedeutet unter anderem, dass jene bevorzugt werden, die möglichst umweltschonend produzieren und auf alternative Energiequellen zurückgreifen.

**Ressourcenschonend produzieren**

So energieeffizient wie möglich zu produzieren ist für MAM längst selbst-

verständlich. An den beiden Produktionsstätten in Vaskeresztes, Ungarn, und Kabinburi, Thailand, wurden viele Maßnahmen umgesetzt, um die Emissionen zu reduzieren und Energie sinnvoll zu nutzen.

Der Produktionsstandort in Ungarn wurde stetig erweitert: Mittlerweile ist unser Werk 40 Mal so groß wie noch vor 30 Jahren. 2015 fand der vorerst letzte, wirklich große Umbau statt – mehr dazu im Beitrag ab Seite 50. Die Neubauten verfügen über große Fensterflächen, sodass die Räume von natürlichem Licht geflutet werden und es meist gar nicht nötig ist, den Lichtschalter zu betätigen. Wird er gedrückt, gehen energiesparende LED-Leuchten an. Bewegungsmelder sorgen dafür, dass für die Beleuchtung nicht mehr

Strom als nötig verbraucht wird. Eine der effektivsten Umweltschutz-Maßnahmen in den letzten zwei Jahren ist die Photovoltaikanlage am Dach: Die Energie, die durch die 460 Sonnenpaneele gewonnen wird, deckt etwa fünf Prozent unseres gesamten Bedarfs ab! Eine zusätzliche Solarthermie-Anlage versorgt das Werk mit Warmwasser für Duschkabinen und Co. Sie verfügt zudem über einen Kompressor, der die Zusatzwärme recycelt, die zum Heizen verwendet werden kann. Sonst wird der Produktionsbereich mittels einer modernen, energieschonenden



**Energiesparen?  
Ja zu Geschirrspüler  
und Mikrowelle!**

**Schnuller**  
(Sterilisierung in Transportbox)

<b>STERILISIEREN</b>	Mikrowelle	✓	CO <sub>2</sub> -Ersparnis
	Kochtopf	✗	<b>77 %</b>
<b>REINIGEN</b>	Geschirrspüler	✓	CO <sub>2</sub> -Ersparnis
	Handwäsche	✗	<b>28 %</b>

**Easy Start™  
Anti-Colic  
Flasche**

(selbst-sterilisierend)

<b>STERILISIEREN</b>	Mikrowelle	✓	CO <sub>2</sub> -Ersparnis
	Kochtopf	✗	<b>85 %</b>
<b>REINIGEN</b>	Geschirrspüler	✓	CO <sub>2</sub> -Ersparnis
	Handwäsche	✗	<b>28 %</b>
<b>ERWÄRMEN</b>	Flaschenwärmer	✓	CO <sub>2</sub> -Ersparnis
	Kochtopf	✗	<b>94 %</b>

Jetzt Energiesparpotenzial ausrechnen unter [www.mambaby.com/at/co2-rechner](http://www.mambaby.com/at/co2-rechner)



Auch Mamas und Papas können mit MAM-Produkten CO<sub>2</sub> und Energie sparen.

Wärmepumpe geheizt – und Klimaanlage und Wärmetauscher sorgen dafür, dass die Temperatur bestmöglich geregelt wird. Apropos Temperatur: Deckenventilatoren im Lager, wo unsere MitarbeiterInnen mit extraenergieeffizienten Staplern unterwegs sind, treiben im Winter die warme Luft wieder nach unten. Auch das senkt den Heizbedarf. Um die bestehenden Maßnahmen noch weiter zu optimieren, lassen wir von externen ExpertInnen regelmäßige Energieeffizienz-Checks durchführen.

#### **Thailand: Schatten statt Fenster, Sonnenenergie & Co.**

In Kabinburi, unserem asiatischen Standort seit 2016, sieht es ganz anders aus. Aus klimatischen Gründen und auf Wunsch der thailändischen MitarbeiterInnen gibt es keine Fenster im Produktionsbereich, denn das würde die Räume unnötig aufheizen. Stattdessen wurden LED-Lampen für eine angenehme tageslichtähnliche Atmosphäre installiert. Raffiniert ist auch der zehn Zentimeter breite Luftpolster zwischen Mauer und Außenverschalung, damit die Mauern schön „kühl“ bleiben. Für asiatische Verhältnisse ist es tatsächlich kühl, auch wegen der Grünpflanzen, die rund ums Werk eingesetzt wurden und mit ihrer Verdunstung und Transpiration eine Temperatursenkung von 0,75 bis 1,5 Grad bewirken. Wärmemanagement ist im tropischen



Gesamteinsparung  
CO<sub>2</sub> im MAM-Werk  
Kabinburi in Tonnen  
pro Jahr:

1.070

**DAS ENTSpricht  
DEM AUSSTOSS EINES AUTOS,  
DAS 209 MAL UM DEN ÄQUATOR FÄHRT**

Scheint die Sonne, deckt die Photovoltaikanlage in Kabinburi mehr als den gesamten Strombedarf ab – der Überschuss geht ins öffentliche Netz.

Kabinburi überhaupt ein Riesenthema, daher gibt es auch zwei unabhängige Systeme: einen wärmedichten Trockenkühler in der Produktion und eine unabhängige Kaltwassersatzanlage, die mit modernsten Lüftungsgeräten zur Klimatisierung kombiniert wird. Bewegungsmelder und Temperatursensoren sorgen dafür, dass nur dort gekühlt wird, wo es nötig ist – und zwar bei einer gleichbleibenden Raumtemperatur von 25 Grad und einer relativen Luftfeuchtigkeit von 50 Prozent. So müssen die MitarbeiterInnen nicht, wie es in Thailand sonst oft der Fall ist, mit Jacke im Werk sitzen, weil es zu kalt ist. Die Luftfeuchtigkeit wird übrigens mithilfe der Wärme erzeugt, die bei der Produktion entsteht. Energie geht hier keine verloren. Auch nicht die, die über die Photovoltaikanlage zustande kommt. An besonders sonnigen Tagen schaffen es die Panels, mehr als den gesamten Strombedarf abzudecken. Die überschüssige Energie

kommt dann dem öffentlichen Netz zugute, in das sie eingespeist wird – und das kostenfrei. Außerdem spenden die Platten der Solaranlage Schatten. Sogar verglichen mit europäischen Standards ist Kabinburi ein Vorzeigewerk in Sachen Energieeffizienz: Dank all der getroffenen Maßnahmen können wir jährlich über 1.000 Tonnen CO<sub>2</sub> einsparen.

Als Hersteller von Babyartikeln ist für uns das, was andere als Best Practice wahrnehmen, die Norm. Warum? Weil auch wir unseren Beitrag leisten wollen – so wie Greta, die einmal so treffend formuliert hat: „Einige Leute sagen, dass ich studieren sollte, um Klimawissenschaftlerin zu werden, damit ich ‚die Klimakrise lösen‘ kann. Aber die Klimakrise ist bereits gelöst. Wir haben bereits alle Fakten und Lösungen. Alles, was wir tun müssen, ist, aufzuwachen und uns zu verändern.“ ◀

? Wie entsorge ich MAM-Produkte richtig und was passiert dann mit ihnen?



# Mehr Hirnschmalz, weniger Kunststoff

**Abfallvermeidung.** MAM produziert erstmals einen abfalllosen Schnuller. Das neue Verfahren benötigt weniger Energie und reduziert den Kunststoffverbrauch.

► Plastikmüll ist zu einer großen Belastung für die Ozeane geworden: Jedes Jahr landen zehn Millionen Tonnen Kunststoff in den Weltmeeren, Tiere verheddern sich oder verwechseln ihn mit Nahrung.<sup>1</sup> MAM ist sich dieses Problems bewusst und achtet schon seit Jahren darauf, dass seine Produkte zu so wenig Abfall wie möglich führen. Der entste-

hende Abfall soll wiederum so sinnvoll wie möglich genutzt werden. Das steht in Einklang mit dem Teilziel 12.5 der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Gemäß diesem soll bis 2030 die Menge an Abfall deutlich reduziert werden – etwa durch Prävention, Recycling und Wiederverwendung.

## Ressourcen sinnvoll nutzen

Recycling hat in den vergangenen Jahren große Fortschritte gemacht. Kunststoffabfälle werden etwa zu Granulat verarbeitet, welches wiederum für neue Produkte verwendet wird. EU-weit hat sich die Menge an recycelten Kunststoffen in den letzten zehn Jahren um 79 Prozent erhöht.<sup>2</sup> Auch die thermische Wiederverwertung hat stark zugenommen. Dabei wird Abfall gezielt genutzt, um notwendige Energie für industrielle Produktion oder Haushalte zu gewinnen. Dies ist ebenfalls ökologisch sinnvoll, da dadurch weniger Braunkohle, Erdöl oder



Vorher

Schnuller herstellen, aber möglichst ohne Abfall: Durch die neue Produktionsweise werden jährlich bis zu zehn Tonnen Kunststoff eingespart.



Nachher





**Gerhard Ponez**  
Geschäftsführer  
der Kunststoffirma  
Ponez, freut sich,  
dass sämtliche  
MAM-Schnuller bald  
abfalllos produziert  
werden.

Erdgas verbraucht wird. Die positive Folge: Es landet – zumindest in der EU – immer weniger Plastik auf Deponien.

Es gibt allerdings nach wie vor ein Manko: Bisher werden hauptsächlich Kunststoffverpackungen getrennt gesammelt, aber keine Gebrauchsgegenstände. Die korrekte Mülltrennung ist jedoch das Um und Auf einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft, in der so viel Abfall wie möglich recycelt wird.

Einige Länder wie etwa die Schweiz, Schweden und Großbritannien arbeiten daran, Trennsysteme für Gebrauchsgegenstände aus Kunststoff aufzubauen. So gibt es etwa in einigen Schweizer Kantonen den Kunststoffsammelsack, in dem auch MAM-Produkte entsorgt werden dürfen. Ein großer Teil des so gesammelten Kunststoffes wird recycelt. In Österreich müssen MAM-Produkte im Restmüll entsorgt werden und werden in der Folge ener-

getisch genutzt. Nur ein Prozent der heimischen Kunststoffabfälle landet auf Mülldeponien.<sup>3</sup>

#### Nachhaltigkeit in der Herstellung

Was viele nicht wissen: Abfallvermeidung beginnt schon viel früher, nämlich bereits beim Design und der Herstellung unserer Produkte. Dazu hat MAM einen Pionierschritt gewagt. Gemeinsam mit einem Lieferanten haben wir ein neues Werkzeugkonzept entwickelt, um erstmals

## Wie Eltern Abfall vermeiden und Energie sparen können

### Upcycling statt Recycling

MAM engagiert sich bereits seit Jahren für die Idee, alte Produkte mittels Upcycling sinnvoll weiterzuverwenden. Zu den erfolgreichen Projekten zählen ein Wettbewerb für Studierende der Universität für angewandte Kunst Wien sowie eine internationale „MAM Office Upcycling Competition“. Die brasilianischen MAM-MitarbeiterInnen sorgten bei der Jury für Eindruck, vor allem mit dem upgecyclten MAM Night Schnuller als Nachtlcht. Wer ebenfalls Lust aufs Basteln hat: Auf der Webseite mambaby.com gibt es zahlreiche Basteltipps!

### Kreatives Großbritannien

In Großbritannien führte MAM im Jahr 2017 die „MAM Loves the World“-Kampagne durch, um in den sozialen Netzwerken – vor allem Facebook, Instagram und Twitter – für das Thema Nachhaltigkeit zu werben. BloggerInnen wurden gebeten, ihren FreundInnen und Bekannten mit Fotos vorzuzeigen, wie MAM-Produkte kreativ wiederverwendet werden können. Die Resultate waren ebenso beeindruckend wie zum Teil überraschend: So fanden sich Teile von Babyfläschchen als Blumenvasen, Eierbecher oder Bewässerungshilfen für Zimmerpflanzen wieder.

### Lange verwendbar

Ein Fokus von MAM liegt darauf, den KundInnen mit Tipps zum richtigen Reinigen von Schnullern und Fläschchen beim CO<sub>2</sub>- und Energiesparen zu helfen – mehr dazu auch auf den Seiten 29 bis 30. Die langlebigen Transport- und Sterilisierboxen können beispielsweise als Aufbewahrungsbox für Büroklammern, Bügelperlen und Co. weiterverwendet werden, sobald das Baby den Schnuller nicht mehr benötigt.

einen abfalllosen Schnuller zu produzieren. Gerhard Ponez, Geschäftsführer des Kunststofftechnik-Unternehmens Ponez, erklärt die Technik dahinter: „Will man ein Objekt aus Kunststoff herstellen, so muss dieser zuerst verflüssigt und dann mit hohem Druck in eine Form gespritzt werden.“ Das klingt einfach, ist in der Praxis aber durchaus eine Herausforderung, vor allem bei komplexen Produkten mit zahlreichen filigranen Komponenten. Wird der Kunststoff in die Form geleitet, erstarrt »

<sup>1</sup> Laut „Plastikatlas 2019. Daten und Fakten über eine Welt voller Kunststoff“ von Heinrich-Böll-Stiftung und Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND)

<sup>2</sup> Laut „Plastics – the Facts 2018“ von PlasticsEurope

<sup>3</sup> Kunststoffabfälle in Österreich: Aufkommen und Behandlung, Umweltbundesamt Österreich, 2017



## Nachhaltig bis zum Schluss

### MAM-Gründer Peter Röhrig erklärt, warum Mülltrennung so wichtig ist und woran es in Sachen Recycling in Österreich noch fehlt.

#### Welche Rolle spielt das Thema Abfall in Ihren Überlegungen zum Thema Nachhaltigkeit?

Peter Röhrig: Wir bei MAM achten im gesamten Produktlebenszyklus auf den Schutz der Umwelt – bis zum Schluss. Daher schauen wir auch darauf, was mit unseren Produkten passiert, wenn sie nicht mehr gebraucht werden. Alle unsere Schnuller, Fläschchen und Beißringe sind recycelbar und die Inhaltsstoffe sind alle absolut unbedenklich, für die Babys und für die Umwelt.

#### Die Vermeidung von Abfall ist in den vergangenen Jahren ein großes mediales Thema geworden.

##### Hat das Ihre Wahrnehmung des Problems beeinflusst?

Röhrig: Ich freue mich über das steigende öffentliche Bewusstsein. Ich selbst habe früh begonnen, mich um die optimale Verwendung von Kunststoffen zu kümmern. Anfang der 1990er-Jahre war ich an der Gründung der Altstoff Recycling Austria, kurz ARA, federführend beteiligt. Die ARA hat dazu beigetragen, dass Österreich in Sachen Recycling einen internationalen Spitzenplatz einnimmt. Kunststoff wird in meinem Heimatland zu 99 Prozent stofflich oder thermisch wiederverwertet<sup>4</sup>. Außerdem habe ich den Österreichischen Kunststoff Kreislauf, kurz ÖKK, mit aufgebaut. Dieser Verein hat ebenso mitgeholfen, dass in Österreich fast kein Plastik mehr die Umwelt verschmutzt.

#### Wie können wir zu sauberen Meeren beitragen?

Röhrig: Was derzeit in den meisten Ländern noch fehlt, ist eine getrennte Sammlung von Kunststoffabfällen, die nicht Teil einer Verpackung sind. Hier benötigt es einen Schulterschluss zwischen Politik, Wirtschaft, Abfallverbänden und KonsumentInnen, nicht nur in Europa und Amerika, sondern vor allem am asiatischen und afrikanischen Kontinent, wo noch sehr viel Kunststoff über Flüsse ins Meer gelangt.

#### Warum richtet MAM nicht eigene Rückgabestellen ein?

Röhrig: Das hatten wir bereits angedacht und haben es durchrechnen lassen. Es hat sich jedoch herausgestellt, dass sich individuelles Schnuller-Recycling ökologisch nicht lohnt, da wir zu kleine Mengen haben. Es würde in Summe mehr CO<sub>2</sub> entstehen. Daher braucht es gemeinsame, landesweite Lösungen für den gesamten Kunststoffabfall.

» er bereits auf dem Weg dorthin sehr schnell, da die Leitung kalt ist – dieser Anguss kann nicht mehr verwendet werden. Dies kann durchaus einen signifikanten Anteil des gesamten Materialeinsatzes ausmachen. „Die Lösung war eine Heißkanaldüse, durch welche der Kunststoff durchgehend erwärmt und damit flüssig gehalten wird“, so Ponez. Dieses Verfahren ist im Prinzip nichts Neues. „Aber wir haben es erstmals auf die MAM-Schnuller mit ihrem speziellen Design und ihren hohen Anforderungen angewandt. Aufgrund der hohen Werkzeug-Komplexität mussten wir es durchaus lange entwickeln.“

Die Ergebnisse können sich sehen lassen: Das neue Konzept wird nun bei einigen Schnullern eingesetzt und spart auf diese Weise pro Jahr bis zu zehn Tonnen Kunststoff ein. In naher Zukunft sollen sämtliche MAM-Schnuller abfalllos produziert werden. Dafür muss jedoch das Konzept adaptiert werden, da jeder Schnullertyp etwas anders aufgebaut ist: „Das Ganze ist kein Kuchenrezept“, so Ponez. Noch größere Einsparungen sind damit absehbar. Einen weiteren Vorteil gibt es durch die Innovation: „Wenn einige Tonnen weniger Kunststoff erwärmt werden müssen, dann benötigt man dafür auch weniger Strom. Wir konnten daher sowohl den Material- als auch den Energieverbrauch enorm reduzieren.“ ◀

<sup>4</sup> Laut „Kunststoffabfälle in Österreich. Aufkommen & Behandlung“ des Umweltbundesamts (2017)

? Wo werden die MAM-Produkte entwickelt? Schaut man dort auch auf Nachhaltigkeit?



# Ein grünes Haus für Innovationen

**Platz für Kreativität.** Der F&E-Standort in Siegendorf ist bald Geschichte. MAM errichtet im etwa 15 Autominuten entfernten Großhöflein ein neues Zentrum, wobei Nachhaltigkeit eine große Rolle spielt.



Großzügige, durchdachte Arbeitsbereiche mit viel Licht: Ab April 2021 wird an den MAM-Produkten in einem neuen Setting geforscht und das Sortiment weiterentwickelt.

können sogar zum Arbeiten genutzt werden, etwa für Besprechungen am Dachgarten.

## Mitmachen erwünscht!

„Um das optimale Gebäude zu entwickeln, ist es notwendig, die Menschen, die dort arbeiten werden, von Beginn an miteinzubeziehen“, sagt Caroline Schleiss von der Unternehmensberatung M.O.O. CON. Sie wird den Prozess bis zur finalen Fertigstellung begleiten. In vielen Workshops wurde gemeinsam ein identitätsstiftendes, nachhaltiges Nutzungskonzept erarbeitet, um die Anforderungen an den neuen Standort genau zu definieren.

Alle F&E-Teammitglieder hatten darüber hinaus die Möglichkeit, die beim Architekturwettbewerb abgegebenen Projekte einzusehen und zu bewerten. Letztendlich setzte sich der Entwurf des Architekturbüros INNOCAD durch. Partner Oliver Kupfner erklärt: „Unser Ziel war, die physische, virtuelle und soziale Welt des Arbeitens zu verbinden und eine Umgebung zu schaffen, die inspirierend und gesund ist, die Technologie sinnvoll integriert und den Menschen in den Mittelpunkt stellt.“ ◀



**Caroline Schleiss, M.O.O.CON:**

„Um das optimale Gebäude zu entwickeln, muss man alle, die dort arbeiten, miteinbeziehen.“



**Oliver Kupfner, INNOCAD:**

„Ziel war, eine inspirierende Umgebung zu schaffen, die Technologie sinnvoll integriert.“

► Noch ist die Forschungs- und Entwicklungsabteilung von MAM in Siegendorf in einem Altbau eingemietet – und platzt aus allen Nähten. Etwa 30 MitarbeiterInnen feilen an Ideen, zwei Fokusteams beschäftigen sich mit der Herstellung von Prototypen. 2021 erhalten sie ein neues Umfeld, denn dann soll das neue F&E-Zentrum einzugsbereit sein. Dabei werden nicht nur Büro-, Labor- und Prototypenbereiche eingerichtet, sondern auch wandelbare Räumlichkeiten für die Fokusgruppen. Neben der Gestaltung von großzügigen, lichtdurchfluteten Flächen, die kreatives Arbeiten und Teamwork fördern, waren nachhaltige Parameter die klare Vorgabe.

## Aus der Natur

Für die F&E-KollegInnen entsteht in Großhöflein im Burgenland ein Niedrigstenergiegebäude mit einem effizienten Geothermie-System. Heizen und Kühlen gehen damit besonders umweltfreundlich vonstatten – auf fossile Energieträger wird gänzlich verzichtet. Die Sole-Wasser-Wärmepumpe bezieht die nötige Energie direkt aus der Erde.

Im Sommer spielen die perforierten Außenlamellen mit, um die Kühlleistung niedrig zu halten und dennoch ein angenehmes Raumklima zu schaffen: Je nach Sonnenstand richten sie sich optimal aus. Im Winter halten die dreifach verglasten Fenster die Wärme im Innenraum und senken damit den Heizbedarf. Die Dächer des Gebäudes sind begrünt, was ebenso die Wärmedämmung verbessert. Manche

Kann MAM garantieren, dass auch an fernen Standorten wie Thailand faire Arbeitsbedingungen herrschen?

Seite 38

MAM hat weltweit Standorte. Sind die Arbeitsbedingungen überall auf demselben Level wie in Europa?

Seite 40

Wie begegnet MAM dem Thema „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“?

Seite 42

Was macht die Unternehmenskultur von MAM aus?

Seite 44



#fairsociety

## Gesellschaft

**Menschenwürdige Arbeit** ist weltweit erstrebenswert. Die Einhaltung von Sozialstandards ist dabei ebenso relevant wie Selbstbestimmung für Frauen und Mädchen. Vielfalt, Chancengleichheit und Weiterbildung, wie in SDG 5 festgelegt, bilden Fixpunkte in verantwortungsvoll agierenden Unternehmen. MAM sieht hier seine Verpflichtung, ein guter Arbeitgeber zu sein. Die in SDG 8 festgelegte strikte Vermeidung von Kinder-, Zwangs- und Pflichtarbeit sowie die Einhaltung sämtlicher Menschenrechte gehören selbstverständlich dazu. Sie bilden die Grundlage für nachhaltige gesellschaftliche Entwicklung, welche wir international durch Aufklärungs- und Forschungsarbeit im Gesundheits- und Materialbereich unterstützen. Wir bei MAM fördern Gleichheit, Vielfalt, Weiterentwicklung und Selbstbestimmung – unabhängig von Herkunft, Rasse, Religion, Geschlecht und Alter. Wir achten auf ein freudvolles, von Respekt getragenes Miteinander und unterstützen durch weltweite Corporate-Giving-Programme sozial benachteiligte Familien.

Ist die Hilfe für benachteiligte Menschen nicht nur ein Tropfen auf den heißen Stein?

Seite 45



Im thailändischen Werk wird „Max the Frog“ gefertigt, eines unserer Entwicklungsspielzeuge aus 100 Prozent Natur-Kautschuk.



## Überprüfte Fairness

**Social Audit.** Egal ob in Europa oder in Thailand – MAM stellt sicher, dass alle MitarbeiterInnen unter fairen Bedingungen arbeiten. Im Berichtszeitraum haben wir in unseren Werken erstmals die hohen ethischen Standards in der Produktion von externen ExpertInnen bestätigen lassen.

► „Wir arbeiten hier wie eine Familie zusammen. Es fühlt sich an, als ob ich auf meine eigenen Kinder aufpasse“, erzählt Paveena Kotcharut. Die Thailänderin kümmert sich am MAM-Standort in Hat Yai um den Nachwuchs der MitarbeiterInnen, während diese tagsüber in der Fabrik arbeiten. Die Mütter können sich während der Arbeitszeit jederzeit eine

Pause nehmen, um ihr Baby zu stillen. „Unsere Firma ist anders als andere Unternehmen“, sagt sie.

MAM betreibt insgesamt drei Produktionsstätten. Die älteste und größte befindet sich in Vaskeresztes in Ungarn. Zwei jüngere Fabriken wurden in Thailand errichtet, um den asiatischen Markt

besser beliefern und die Latexmilch, die für die Sauger von Schnullern und Fläschchen benötigt wird, direkt vor Ort verarbeiten zu können. Auch in diesen Ländern stellt MAM sicher, dass alle MitarbeiterInnen faire Arbeitsbedingungen vorfinden. Die strenge Wahrung der Menschenrechte ist eine Selbstverständlichkeit, Kinder-, Zwangs- oder

## ? Kann MAM garantieren, dass auch an fernen Standorten wie Thailand faire Arbeitsbedingungen herrschen?

Pflichtarbeit werden strikt unterbunden – siehe dazu auch Seite 61.

### Vertrauen ist gut, Audit ist besser

Im Berichtszeitraum hat MAM beschlossen, die Arbeitsbedingungen in seinen Produktionsstätten extern überprüfen und bestätigen zu lassen. Eine solche Überprüfung wird „Social Audit“ genannt. Dabei werden hauptsächlich die MitarbeiterInnen – und nicht etwa das Management – nach ihren tatsächlichen Erfahrungen befragt. Sie erfolgt auf Basis des SMETA-Leitfadens, was für „Sedex Members Ethical Trade Audit“ steht und eines der weltweit am häufigsten genutzten Audit-Konzepte ist. Kontrolliert wurden genau definierte Kriterien wie Arbeitszeiten, Löhne und Zuschläge, Kinderarbeit, Arbeitsschutz, hygienische Bedingungen sowie auch Themen wie Umweltmanagement und Geschäftsethik.

**Durch unser Social Audit können wir sicher sein, dass unsere hohen ethischen Ansprüche tatsächlich in die Tat umgesetzt werden. Aber nicht nur das – auch unsere Geschäftspartner wie etwa der Handel können sich darauf verlassen, dass die Herstellung unserer Produkte höchsten Fairness-Standards genügt.**

Immer mehr Handelsunternehmen fordern ein Social Audit als Bedingung, um Produkte überhaupt in ihr Sortiment aufzunehmen.

### Fairness über MAM hinaus

Die hohen Standards gelten nicht nur für MAM-MitarbeiterInnen, sondern auch für die Beschäftigten von Subunternehmen. Dazu zählt etwa das Personal von Security-Diensten. Aber auch Praveena Kotcharut von der Kinderbetreuung. Ihr Arbeitstag beginnt um 7.30 Uhr in der Früh, wenn sie die Kleinen von ihren Eltern

Spielen, vorlesen und spazieren gehen: Praveena Kotcharut versorgt die Kinder der MAM-MitarbeiterInnen in Hat Yai.



in Empfang nimmt. Dann spielt und musiziert sie mit ihnen oder liest Geschichten vor. Die Mittagspause verbringen die Eltern gemeinsam mit ihren Kindern, und am Nachmittag heißt es dann wieder: schlafen, spielen, Windeln wechseln – bis gegen 17 Uhr der Arbeitstag in der Fabrik zu Ende geht. „Das Betreuen der Kinder hält mich fit – und es bringt mich jeden Tag wieder zum Lächeln“, so die Thailänderin.

### Top-Noten und wichtiges Feedback

Das Audit für das Werk im ungarischen Vaskeresztes wurde 2017 durchgeführt. Der Prozess nahm drei Monate in Anspruch – und endete mit einem höchst erfreulichen Ergebnis: MAM erzielte in allen Bereichen Top-Noten. Der Endbericht enthält darüber hinaus einige dezidierte Positivbeispiele. Dazu zählen der eigene Fitnessraum oder der Ruheraum, der allen MitarbeiterInnen als Ausgleich zur körperlichen Arbeit im Werk zur Verfügung steht. Aber auch die Massagen werden erwähnt, die in jeder Schicht direkt in der Produktionshalle angeboten

werden, eigene Wasserspender sowie Systeme zur Mülltrennung.

Das Audit im thailändischen Hat Yai fand ebenfalls 2017 statt. Es verlief mehrstufig und dauerte insgesamt acht Monate. Nach einer ersten Überprüfung wurde das Management auf einige Themen aufmerksam gemacht, bei denen Verbesserungsbedarf bestand. So hatten die Auditoren etwa bei einem Subunternehmer festgestellt, dass deren MitarbeiterInnen die Uniformen selbst bezahlen mussten. Sämtliche Verbesserungsvorschläge wurden in der Folge umgesetzt und eine neuerliche Überprüfung durch externe ExpertInnen führte auch für das Werk in Hat Yai zu einer tadellosen Bewertung. In unserem zweiten Werk in Thailand, in Kabinuri, wird das Audit Ende 2019 durchgeführt.

„Wenn sich die Menschen in einem Unternehmen wohlfühlen, dann engagieren sie sich auch mehr für ihre Arbeit“, sagt Praveena Kotcharut. „Ich jedenfalls liebe es, hier zu arbeiten.“ ◀

? MAM hat weltweit Standorte. Sind die Arbeitsbedingungen überall auf demselben Level wie in Europa?



# Klar im Vorteil

**Benefits.** Wer bei MAM arbeitet, ist rundum versorgt. Denn unsere MitarbeiterInnen profitieren von vielfältigen Leistungen und Aktivitäten – von der Ferienbetreuung für ihre Kleinen bis hin zu Weiterbildungen. Damit leistet MAM einen Beitrag zu SDG 8.8, in dem es darum geht, Arbeitsrechte zu schützen und eine sichere Arbeitsumgebung für alle MitarbeiterInnen zu schaffen.

► Unsere MitarbeiterInnen sind uns wichtig, dementsprechend bieten wir ihnen mehr, als der Gesetzgeber vorschreibt. An den MAM-Standorten weltweit wird einiges dafür getan, um auf die Bedürfnisse aller Teammitglieder einzugehen – sowohl jener an den Bürostandorten als auch in der Produktion.

Unterschiedliche monetäre und geldähnliche Leistungen, beispielsweise geförderte Ansparrfonds für unsere Belegschaft am thailändischen Standort Kabinburi, machen MAM zu einem attraktiven Arbeitgeber. Zusätzlich unterstützen wir mit vielen Aktivitäten das Miteinander. In den MAM-Ländern feiern die Teams besondere Meilensteine,

besuchen Teambuilding-Seminare und machen Betriebsausflüge.

### Eine große Familie

Die Anzahl der MitarbeiterInnen steigt bei MAM kontinuierlich. Fast alle – konkret 98 Prozent seit 2017 – sind unbefristet angestellt, wobei die Anteile der Voll- und Teilzeitbeschäftigten seitdem stabil geblieben sind. In allen Ländern haben die Teammitglieder die Möglichkeit, auf Teilzeit umzustellen, etwa weil sich die familiäre Situation geändert hat. Die Zusatzleistungen stehen den MitarbeiterInnen weiterhin zur Verfügung, egal wie viele Stunden sie beschäftigt sind. Konkrete Zahlen zur Belegschaft finden Sie in den GRI-Tabellen ab Seite 65. ◀



Fürs Miteinander und fürs Arbeitsklima: Das Team Schweiz bei der Osterfeier.

Die KollegInnen von MAM Schweiz veranstalten ein **gemeinsames Mittagessen** pro Monat. Zu Ostern gab es ein Teamfrühstück mit Hasen aus Hefgebäck, Eiern und Schokolade.

MAM Österreich organisierte ein **Kids Camp 2018** für die Betreuung in den Sommerferien. Die Hälfte der Kosten wurde von MAM übernommen.

MitarbeiterInnen im Werk Kabinburi können bis zu 15 Prozent ihres Einkommens in einen **Vorsorgefonds** einzahlen, der von MAM mit 3 Prozent gefördert wird.

Am Family Day bei MAM Brasilien konnten die Kinder den Arbeitsplatz ihrer Mutter bzw. ihres Vaters hautnah erleben.



## Benefits und Team-Aktivitäten weltweit – im Büro und in der Produktion

Ausgewählte Beispiele: Die MitarbeiterInnen von MAM ...

- ... **China** erhalten fünf Urlaubstage mehr als gesetzlich vorgeschrieben.
- ... **Deutschland** nehmen an vielen von ihrem „MAM Impuls Team“ organisierten Aktivitäten teil, etwa Darts-Turnieren oder Team-Picknicks.
- ... **Griechenland** belegen Weiterbildungskurse je nach ihrem persönlichen Interesse.
- ... **Italien** profitieren von einem Pensionsfonds.
- ... **Schweden** nutzen eine private Gesundheits- und Pensionsversicherung.
- ... **Schweiz** sind über MAM unfallversichert und fahren zum Halbp reis mit der Bahn.
- ... **Spanien** organisieren jedes Jahr zwei Teambuilding-Events.
- ... **Thailand** erhalten über ein umfangreiches „Compensations & Benefits“-Paket diverse Zuschüsse, etwa für die eigene Hochzeit oder für die ärztliche Versorgung ihrer Eltern, und können zinsfreie Kredite für die Ausbildung ihrer Kinder aufnehmen. Auch eine betriebsinterne Kinderbetreuung wird geboten.
- ... **Ungarn** werden bei Härtefällen durch eine Stiftung finanziell unterstützt.
- ... **USA** haben ein wöchentliches Team-Mittagessen und zwei Ausflüge pro Jahr.
- ... **Zypern** profitieren von einer privaten Gesundheitsversicherung für sich und ihre Kinder.

## In Brasilien bestens versorgt

In allen MAM-Ländern gelten gleich hohe Arbeitsstandards. Beispielsweise gehen wir auch für unsere MitarbeiterInnen in Brasilien über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus und stellen ihnen ein umfangreiches Package an Benefits zur Verfügung:

- **Gesundheits-, Zahn- und Lebensversicherungen** werden zu 100 Prozent von MAM gefördert
- vergünstigte **Kinderkrippe** für die ersten zwölf Monate
- **Essensgutscheine** für MitarbeiterInnen
- **Kredite zur Ausbildungsförderung**, etwa für Weiterbildungskurse oder zum Nachholen eines Abschlusses
- ein **extra Urlaubstag** im Geburtstagsmonat sowie freie Tage zu bestimmten Anlässen wie an Fenstertagen, bei Karneval oder an Neujahr
- Gutscheine für **öffentliche Verkehrsmittel** für die Fahrt ins Büro
- Rabatte fürs **Fitnesscenter**
- diverse **Team-Aktivitäten**



# Mütter bei MAM: We can work it out!

► Vielleicht eilt uns der Ruf als familienfreundliches Unternehmen voraus. Vielleicht liegt es am Sympathiewert unserer Produkte.

**Fakt ist:** Rund drei Viertel unserer Belegschaft sind Frauen. In Ungarn sind es sogar ganze 81 Prozent. Und das ist kein Zufall. MAM bietet vieles, was jungen Mamas die Rückkehr an den Arbeitsplatz erleichtert. Ein Buddy-System für Wiedereinsteigerinnen, flexible Teilzeitmodelle oder regelmäßige Gesundheitschecks sorgen dafür, dass beinahe 100 Prozent der Mitarbeiterinnen nach der Karenz wieder zurückkehren.



Unser Ansatz dabei ist, gemeinsam eine individuelle Lösung für jede Familiensituation zu finden.

Wie es klappen kann, Beruf und Familie unter einen Hut zu bekommen, zeigen die Beispiele von Adél und Eszter, zwei Mitarbeiterinnen am Produktionsstandort Ungarn:

„Ich finde es toll, dass ich die Arbeitszeiten mit meiner Mutter abstimmen kann!“

Adél Krancz

Bei MAM Ungarn sind 81 Prozent der MitarbeiterInnen Frauen – viele davon sind Mütter und profitieren so von der familienfreundlichen Ausrichtung.



**Vereinbarkeit.** Drei Viertel unserer Belegschaft sind weiblich – und fast 50 Prozent der MitarbeiterInnen bei MAM haben Kinder. MAM bietet ihnen flexible Lösungen für den Wiedereinstieg nach der Karenz und kreative Modelle, um Familie und Beruf unter einen Hut zu bekommen.

### Beispiel 1:

#### Mutter-Tochter-Arbeitsteilung

Im MAM-Werk in Vaskeresztes arbeiten mittlerweile 529 Angestellte. Zwei von ihnen – Brigitta und Adél Krancz – sind Mutter und Tochter. Die beiden teilen sich die Betreuung von Adéls zweijähriger Tochter Sára.

Adél arbeitet seit ihrem Schulabschluss 2010 bei MAM. Damals startete sie in der Versandabteilung, wechselte in die Logistik, dann in die Buchhaltung und stieg schließlich ins Controlling auf. Als sie Mama wurde, nahm sie sich eine einjährige Auszeit. Weil es in ihrem Dorf keine Kleinkindkrippe gibt und auch Sáras Vater tagsüber arbeitet, entwickelte Adél mit MAM ein flexibles Teilzeitmodell, in dem sie das Kind wechselweise mit ihrer Mutter betreut: Nach dem Wiedereinstieg arbeitete sie erst vier, dann sechs Stunden täglich. Seit Kurzem ist sie wieder Vollzeit dabei.



## ? Wie begegnet MAM dem Thema „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“?

### Beispiel 2: Die Wahl haben

Eszter Szép arbeitet seit 2014 als Mitarbeiterin in der Produktion am ungarischen Standort in Vaskeresztes. Vor der Geburt ihrer Tochter Emma, die sie alleine aufzieht, arbeitete sie im Zwei-Schicht-Wechsel. Nun ist sie weniger flexibel. MAM kommt ihr gerne entgegen und lässt sie frei wählen, welche Schicht sie am besten übernehmen kann. Momentan bleibt sie bei der Frühschicht und freut sich, nachmittags und abends Zeit für Emma zu haben.

### Auszeichnung als familienfreundlichster Betrieb

Die Löhne im ungarischen Werk sind im nationalen Vergleich gut. Sollten eine Mitarbeiterin und ihre Familie trotzdem in eine Notlage geraten, greift ihnen der „MAM Family“-Fonds unter die Arme. Weitere Benefits von MAM Ungarn sind ein Gesundheitsprogramm mit regelmäßigen Check-ups, betriebseigene Fitnessräume und Gratis-Massagen. Und zu Nikolo und Weihnachten feiert das Team mit Kind und Kegel gemeinsam. 2018 wurde das ungarische Werk in Vaskeresztes als familienfreundlichster Betrieb der Region ausgezeichnet – eine Auszeichnung, die übrigens auch MAM Österreich seit 2014 verliehen wird. Zwei Maßnahmen daraus schätzen die österreichischen MAM-Mitarbeiterinnen, die aus der Karenz zurückkehren, besonders: das Buddy-System,

bei dem eine aktive Kollegin oder ein aktiver Kollege sie mit Infos versorgt, und die Roadmap Karenzmanagement, in der online alle Möglichkeiten und viele hilfreiche Checklisten zu finden sind, um sich auf den Aus- und Wiedereinstieg in den Job vorzubereiten. Über die Ferienbetreuung im Kids Camp haben wir auf Seite 40 schon berichtet.

### Entspannte Chefinnen, entspanntes Team

Und ja, auch in der internationalen MAM-Führungsetage ist der Frauenanteil mit 41 Prozent vergleichsweise hoch, Tendenz steigend (siehe Seite 67). Unsere Betriebe setzen um, was die Vereinten Nationen in SDG 5.5 fordern: Bei der Vergabe von Führungsrollen sollten Frauen gleiche Chancen haben wie Männer. Wie wir das schaffen? Ein weiteres Beispiel aus Deutschland veranschaulicht es:

### Beispiel 3: Schneller Wiedereinstieg

Stefanie Siegmund, Marketingleiterin bei MAM Deutschland, nahm sich 2015 nach der Geburt des kleinen Laurenz gerade einmal zwölf Wochen Auszeit, um danach wieder Vollzeit in den Job einzusteigen – auf eigenen Wunsch. Denn die Arbeit macht ihr große Freude, ist für sie eine Form der Selbstverwirklichung, auch im Austausch mit ihrem Team. Mit der Unterstützung von Freunden, Familie

und einer Tagesmutter ließ sich beides gut vereinbaren. Praktisch fand sie, dass ihr Arbeitsplatz bei MAM, der ihres Mannes, die Familienwohnung und später auch Laurenz' Kita nur wenige Minuten voneinander entfernt liegen. An den Nachmittagen und Wochenenden genießt sie die Zeit mit ihrer Familie. „Ich hatte es mir schwerer vorgestellt, arbeitende Mutter zu sein“, sagt Siegmund heute. „MAM hat mich unterstützt, indem ich mir meine Arbeitszeit flexibel einteilen konnte.“ ◀

## „Gute Organisation ist alles.“

Stefanie Siegmund,  
Marketingleiterin, MAM Deutschland





# Das Gemeinsame hochhalten

**Teamgeist** ... Das ist ein zentraler Bestandteil der MAM-Unternehmenskultur. Im vergangenen Jahr wurden daher gleich mehrere Maßnahmen gesetzt, um das Bewusstsein für das Miteinander am Arbeitsplatz zu schärfen.

»Wie sieht's mit einer weiteren Upcycling-Challenge aus?«, fragt Sandra Lepur in ihrem Posting und hält dazu lächelnd einen aus Hunderten MAM-Schnullern gefertigten Riesenschnuller in die Höhe, der bunt in allen Farben schillert. Sandra ist Senior Brand Managerin bei MAM Schweiz, und wie die anderen MAM-Beschäftigten auch nutzt sie Workplace, die Social-Media-Plattform von Facebook für Unternehmen, um Informationen weltweit mit KollegInnen an 13 Standorten zu teilen. Erlaubt ist, was informiert oder Spaß macht.

In Sandras Fall ist es eine Anspielung auf die intensiven Bemühungen von MAM im Bereich Recycling (siehe dazu Beitrag auf Seite 33). In anderen Fällen sind es Erfolgsmeldungen (etwa über den gewonnenen Award für den Nachhaltigkeitsbericht) oder aktuelle News zu Messen und Konferenzen. Gemeinsam ist allen Postings, dass sie das Wir-Gefühl stärken, denn je mehr die einzelnen



MitarbeiterInnen über die Aktivitäten anderer Bescheid wissen, desto mehr fühlen sie sich auch als Teil der weltweiten Unternehmenskultur von MAM. 40 sogenannte Workplace-Champions fungieren dabei als TutorInnen. Sie leiten weniger erfahrene KollegInnen an und stehen ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

Bei der Preisverleihung wurde es offiziell: MAM ist ein Great Place to Work.



## MAM ist ein Great Place to Work®

MAM hat 2018 auch zum ersten Mal bei der „Great Place to Work®“-Evaluierung mitgemacht. Seit 30 Jahren arbeitet die gleichnamige Organisation mit führenden Unternehmen aller Branchen auf der ganzen Welt zusammen, um vertrauensbasierte, leistungsfähige Arbeitsplatzkulturen zu identifizieren, aufzubauen und sichtbar zu machen. Unser Anliegen war es, mehr über MAM als Arbeitgeber aus der Sicht der MitarbeiterInnen zu erfahren und Verbesserungspotenziale sichtbar zu machen.

## Gemeinsame Werte

Um Verbindlichkeit in Hinblick auf unsere geschätzte und bewährte Unternehmenskultur herzustellen und diese als Basis für gemeinsame Ziele und als Orientierung greifbar und sichtbar zu machen, haben 2017 über hundert MitarbeiterInnen von MAM in vier halbtägigen Workshop-Sessions auf Hunderten Zeichnungen und Tausenden Post-its festgehalten, was sie gemeinsam wertschätzen und fördern wollen. Das Ergebnis, die „MAM Identity“, wurde definiert als:

- **Mut** zur persönlichen und professionellen Weiterentwicklung und zu klaren Prioritäten.
- **Leidenschaft** für Wachstum, Erfolg und Einzigartigkeit der Marke MAM.
- Das Streben nach **Innovation**
- **Kommunikation**, verstanden als respektvolles, offenes und ehrliches Miteinander
- **Loyalität** der MAM-Community und der globalen Marke MAM gegenüber
- **Engagement**, um Werte und Unternehmenskultur weiter zu stärken
- **Eigenverantwortung** jedes Einzelnen
- **Wertschätzung** durch Respekt für andere und deren Beitrag und die gezielte Förderung von Diversität als Multiplikator für Innovation



„Nachhaltigkeit bei MAM bedeutet, die Menschen in den Mittelpunkt zu rücken – ob als Kunden oder als Mitarbeitende.“

Doris Palz, Managing Director  
Great Place to Work®

Bei der Evaluierung werden die MitarbeiterInnen und das Management im Zuge einer externen, anonymisierten Erhebung zur erlebten Qualität und Attraktivität der Firmenkultur befragt und eine Übersicht zu dahingehenden bestehenden Maßnahmen in der Personalarbeit erarbeitet. In einem unabhängigen Vergleich werden anschließend die besten Arbeitgeber im Zuge einer Benchmark-Studie ausgezeichnet. 2018 belegte MAM Österreich den hervorragenden sechsten Rang in seiner Größenkategorie (50–100 MitarbeiterInnen) und darf daher von Oktober 2018 bis Oktober 2019 das Qualitätszertifikat „Great Place to Work®“ tragen.

Die MitarbeiterInnenbefragung lieferte insbesondere wertvolle Erkenntnisse über die Stärken und Schwächen des Unternehmens, die Wirksamkeit von Maßnahmen und – last but not least – Hinweise auf Innovationspotenziale. Sie war insofern eine aufschlussreiche Standortbestimmung der Arbeitsplatzkultur. Wir freuen uns besonders, dass gerade die Befragungsergebnisse rund um die Themen Stolz und Identifikation mit dem Unternehmen und den Produkten sehr positiv ausgefallen sind.

Und wie sieht der Status quo aus? Dem Arbeitgeber MAM wurde durch eine besonders hohe Teilnahmequote von 97 Prozent ein starkes Vertrauen ausgesprochen. 95 Prozent der Befragten stimmten mit der Aussage „Alles in allem kann ich sagen, dies hier ist ein sehr guter Arbeitsplatz“ überein. Der Trust Index als branchen- und größenunabhängige, vergleichbare Kennzahl, die die gesamte Zustimmung der MitarbeiterInnen zu der Befragung widerspiegelt, lag bei sehr guten 81 Prozent. Zusammengefasst zeichnet sich MAM durch eine positive Fehler- und Wertschätzungskultur aus.

ArbeitnehmerInnen werden zu einer gesunden Work-Life-Balance ermutigt. Insgesamt spürt man, dass das Unternehmen nicht nur ein Interesse an

der Arbeitskraft, sondern auch an der Person hat. Das ist besonders erfreulich, spiegelt es doch exakt die bei MAM gepflegte Philosophie der Vertrauenskultur wider, die den MitarbeiterInnen Freiraum lässt, Diversität fördert und von gegenseitigem Respekt und Teamgeist geprägt ist.

Das bestätigt auch Doris Palz, Managing Director bei Great Place to Work®: „Nachhaltigkeit bei MAM bedeutet, die Menschen in den Mittelpunkt zu rücken – ob als Kunden oder als Mitarbeitende. Dies zeigt sich im Feedback der Menschen, die nicht nur gerne bei MAM arbeiten, sondern auch stolz darauf sind, was sie zum Gemeinsamen beitragen und wie der Alltag miteinander gestaltet wird. Ein Great Place to Work, der den eigenen Werten treu ist.“

MAM Österreich hat den Anfang gemacht – langfristig ist es unser Anliegen, die Teilnahme am Programm und damit die laufende Evaluierung der Unternehmenskultur auch in den Standorten weltweit zu forcieren. ◀



# Freiwillige vor!

**Soziales Engagement.** Mit einer Vielzahl an Initiativen unterstützt MAM benachteiligte Menschen auf der ganzen Welt. Die MitarbeiterInnen helfen tatkräftig mit. Wir stellen einige der Projekte und Aktivitäten vor.

► Mit Sachspenden, finanziellen Mitteln und nachhaltigen Partnerschaften unterstützen wir rund um den Globus viele karitative Einrichtungen – und das aus vollster Überzeugung. Eine wichtige Säule unseres sozialen Engagements sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Im Rahmen des Corporate Volunteering krepeln sie für kranke, geflüchtete, benachteiligte Mitmenschen die Ärmel hoch und lassen auf diese Weise die globale MAM-Familie näher zusammenrücken.

Corporate-Giving-Aktionen können nur einen kleinen Teil der Not lindern. Für die Menschen, die davon profitieren, sind sie dennoch viel mehr als ein Tropfen auf den heißen Stein. Denn MAM unterstützt sie in ihren individuellen Notlagen und begleitet sie in nachhaltigen Projekten, die die Gesundheit und Sicherheit von Babys und Kleinkindern fördern. Das entspricht somit im Kern der Philosophie von MAM.

## MAM Frankreich:

### Auszeit für die Flüchtlingshilfe

Ludovic Maugère, Produktmanager bei MAM Frankreich, arbeitete vier Monate lang auf der griechischen Insel Lesbos für die Flüchtlingsorganisation „One Happy Family“. Er versorgte die Menschen mit Mahlzeiten, arbeitete bei einem Sportprogramm für Flüchtlinge mit und sammelte Spenden. Auch MAM Frankreich zählte zu den Spendern und stellte ihren Mitarbeiter für diesen Hilfseinsatz beruflich frei – bei weiterlaufender Krankenversicherung.

One Happy Family:  
MAM-Mitarbeiter Ludovic Maugère engagierte sich auf Lesbos in der Flüchtlingshilfe.



Lara Eberle (im Bild) und das gesamte Team von MAM Schweiz halfen beim Familientag des Fördervereins für Kinder mit seltenen Krankheiten mit.

## MAM Schweiz: Und Action!

Eine aktive Partnerschaft mit einer kleineren Hilfsorganisation für Kinder wünschte sich MAM Schweiz. Fündig wurde man beim Förderverein für Kinder mit seltenen Krankheiten (KMSK), seit April 2017 läuft die Zusammenarbeit. Seitdem erfreuen Christkindls Helferlein von MAM die Familien jedes Jahr mit einer Weihnachtsshow, allein 2017 schnürten sie über 100 Weihnachtspakete. Betroffene werden auch finanziell unterstützt, etwa nutzte MAM Erlöse aus einer Verbrauchermesse, um zwei Familien unter die Arme zu greifen.

## MAM Schweden:

### Bitte lächeln!

2017/2018 lief bereits die zweite Kampagne zur Unterstützung von Operation Smile, einer Organisation, die weltweit Kindern mit Lippen-Kiefer-Gaumenspalte hilft. Annika Billing, Generalsekretärin der Operation Smile Schweden, sandte uns folgende Dankesbotschaft:



## ? Ist die Hilfe für benachteiligte Menschen nicht nur ein Tropfen auf den heißen Stein?

„Alle Kinder haben das Recht auf die beste medizinische Versorgung. Unser Netzwerk an MedizinerInnen stellt dafür jedes Jahr Hunderttausende Stunden zur Verfügung. Ohne Partner wie MAM wäre das nicht möglich. MAM produzierte eine eigene „Operation Smile“-Schnuller-Kollektion, für jedes verkaufte Stück ging eine Spende an uns. Ein großartiger Weg, um Eltern in Nordeuropa für das Thema zu sensibilisieren und betroffenen Kindern in aller Welt zu helfen. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit MAM.“

### MAM Thailand:

#### Tatkräftige „Nachbarschaftshilfe“

In der Nähe unseres Werks in Kabinburi ist das „Prachinburi Special Education Center“ angesiedelt, das Kinder mit körperlichen und geistigen Behinderungen betreut. Vor allem für dringende bauliche Maßnahmen fehlte es an Geld. Durch den Beitrag von MAM und die tatkräftigen Unterstützung durch die MAM-MitarbeiterInnen konnten einige Verbesserungen vorgenommen werden. Zum Beispiel wurden Ventilatoren und neue Lampen angebracht. Auch der Buddha-Schrein vor dem Haus wurde erneuert. ◀

Gute Nachbarschaft: MAM-MitarbeiterInnen greifen dem „Prachinburi Special Education Center“ unter die Arme.



Kindern mit Lippen-Kiefer-Gaumenspalte helfen – MAM-Schweden-Geschäftsführerin Ingrid Grönfeldt auf ihrer Freiwilligen-Exkursion in Indien.



## So hilft MAM rund um den Globus

- **MAM Brasilien** unterstützt die Organisation „Amparo Maternal“, die schwangeren Frauen in Not eine sichere Bleibe anbietet. Bis sechs Monate nach der Geburt ihres Babys finden sie dort einen Zufluchtsort.
- Gemeinsam mit der Lebenshilfe Rotenburg-Verden setzt sich **MAM Deutschland** für ein möglichst selbstbestimmtes Leben von benachteiligten Menschen ein und vergibt an sie einfache Tätigkeiten.
- **MAM Griechenland** spendet an Familien in Not und soziale Einrichtungen Hilfspakete mit Babyprodukten.
- **MAM UK** entwickelte mit der Organisation CLAPA ein spezielles Soft-Fläschchen für Babys mit Gaumenspalte und ist Partner der Tommy's Charity, die die Ursachen von Fehlgeburten erforscht und betroffene Frauen unterstützt.
- Mit finanzieller Hilfe, medizinischem Know-how und Gratis-Produkten fördert **MAM Zypern** die „Cypriot Premature Babies Association“, einen Verein, der Familien mit Frühgeborenen unterstützt.
- **MAM USA** spendet an das Blythedale Kinderspital, MAM-MitarbeiterInnen kommen zum Betreuen und Spielen vorbei.
- **MAM Österreich** hilft einem SOS-Kinderdorf dabei, es in Schuss zu halten. Die MAM-MitarbeiterInnen haben bereits Laub und Müll eingesammelt, einen in die Jahre gekommenen Spielplatz abgebaut und die Errichtung eines neuen Kletterturms mitfinanziert. Zusätzlich gehen Produkte, weitere Sachspenden und eine finanzielle Unterstützung an die Einrichtung.

Geht MAM am ungarischen Standort verantwortungsvoll mit seiner Rolle als großer Arbeitgeber um?

Seite 50

Haben auch die in China vertriebenen MAM-Produkte die gewohnt hohe Qualität?

Seite 54





#newhorizons

Hört es mit der Nachhaltigkeit auf, sobald die MAM-Produkte im Handel sind?

Seite 56

## Wirtschaft

**Effizienter Ressourceneinsatz,** umweltverträgliche Technologien und Prozesse werden durch Forschung stetig verbessert. Gleichzeitig umspannen Lieferketten heute die ganze Welt und ermöglichen die Einbindung und Entwicklung ländlicher Regionen. Die Anwendung nachhaltiger Verfahren und Einhaltung von Sozialstandards sind ebenso wichtige Instrumente wie die Berichterstattung über nachhaltige Leistungen und Auswirkungen durch Unternehmen. Als regionaler Arbeitgeber ist MAM für Wertschöpfung verantwortlich und an lokaler gesellschaftlicher Entwicklung beteiligt. Eine solche soll, wie in SDG 9 angestrebt, wirtschaftliche Entwicklung und menschliches Wohlergehen unterstützen, mit Fokus auf einen gleichberechtigten Zugang für alle. Denn unabhängig von strategischen Überlegungen legen wir bei MAM immer Wert auf die Einhaltung hoher Arbeits-, Umwelt- und Sozialstandards. Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden von Babys und Eltern bilden die Basis für unser tägliches Handeln – überall auf der Welt.



# Werte schaffen in der Region



**Am Werk.** In den frühen 90er Jahren nahm MAM Ungarn in einer kleinen Produktionshalle mit 376 Quadratmetern den Betrieb auf. Mittlerweile ist der Standort um das 38-Fache vergrößert und ein wichtiger Arbeitgeber für Land und Leute in der Umgebung.

► Um vom MAM Int. Marketing & Design Center in Wien-Ottakring klimaschonend zu unserer Produktionsstätte nach Ungarn zu gelangen, fährt man mit der Bahn über Sopron nach Szombathely. Dort besteigt man den Bus, der einen durch grüne Wiesen und kleine Ortschaften ins beschauliche Vaskeresztes bringt. Die deutsche Übersetzung „Großdorf“ beschreibt den Ort tatsächlich gut: ein etwas größeres Dorf mit 343 EinwohnerInnen, einen Steinwurf von der Grenze zu Österreich entfernt, eingebettet in eine sanfte Hügellandschaft, in der Landwirtschaft und Weinbau dominieren.

Als MAM-Firmengründer Peter Röhrig nach der Wende in Ungarn, im November 1990, die MAM Hungária Kft. in Vaskeresztes ansiedelte, erwarb die Gesellschaft das ehemalige Lagerhaus

der ortsansässigen Genossenschaft als Betriebsgebäude. Potenzielle Risiken und Chancen, inklusive wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Auswirkungen, waren vor jeder Entscheidung untersucht und mit Gemeindevertretern sorgfältig abgewogen worden. Bereits im März 1991 konnte nach raschem Umbau die Produktion mit acht Beschäftigten aufgenommen werden. Die geografische Lage und die unternehmensfreundliche Politik der Gemeindeführung waren von Vorteil, doch tatsächlich ausschlaggebend dafür, die Produktion nach Ungarn zu holen, waren die deutschen Sprachkenntnisse in der Region. Die gemeinsame Sprache auf Dorf- und Regionsebene war aus operativer Sicht ein wichtiger Faktor und verstärkt bis heute die Kooperationsmöglichkeiten mit den österreichischen Standorten und den Lieferanten. Eine ausgezeichnete Basis, um Arbeitsplätze vor Ort zu sichern.

## In die Zukunft investieren

In den frühen Neunzigerjahren, als im Dorf Arbeitsplätze abgebaut worden waren und Beschäftigungsprobleme sichtbar wurden, entschloss sich Unternehmensgründer Röhrig 1994, durch den Zukauf eines Baugrundstücks MAMs Engagement im Ort zu erweitern. 40 Millionen Schilling wurden damals in den Bau einer modernen Produktionsanlage nach neuesten technologischen Standards investiert. Zur Einweihung im Juni 1995 wurden internationale Gäste nach Vaskeresztes eingeladen sowie eine Million Forint an die Freiwillige Feuerwehr des Ortes übergeben, was vielen Bewohnern bis heute in guter Erinnerung geblieben ist.

Vaskeresztes spielt von Anfang an eine bedeutende Rolle in der Geschichte von MAM, das heute mit 529 Angestellten der



**?** Geht MAM am ungarischen Standort verantwortungsvoll mit seiner Rolle als großer Arbeitgeber um?

Am MAM-Produktionsstandort Vaskeresztes werden jedes Jahr etwa 90 Millionen Schnuller und Fläschchen gefertigt.

größte Arbeitgeber der Region ist. Die Produktionsfläche hat sich seitdem von 376 Quadratmetern um das 38-Fache auf 14.350 Quadratmeter erhöht.

Die Arbeitszufriedenheit ist hoch und die Fluktuation gering – durchschnittlich etwas über zehn Jahre beträgt die Verweildauer im Unternehmen. Dies hängt vor allem mit den sehr guten Arbeitsbedingungen zusammen. Eine Vielzahl an unterschiedlichen zusätzlichen, über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehenden MitarbeiterInnen-Benefits sind einer der Hauptgründe für die Belegschaft, für MAM in der Produktion zu arbeiten.

#### Arbeitsplätze sichern

Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter ist für uns wichtig. Deshalb übernimmt MAM, falls die Bestellmenge über einen

Von 376 Quadratmetern im Jahr 1991 (Bild oben) wurde der Standort auf 14.350 Quadratmeter erweitert.



längeren Zeitraum unter der geplanten Menge liegt, größere Produktionsbestände, um alle Arbeitsplätze weiter zu erhalten. Nahezu alle Produktionsangestellte, von der einfachen Arbeiterin bis zu den höchsten Werksangestellten, kommen aus Vaskeresztes und maximal 50 Kilometern entfernten Ortschaften, etwa Horvátlövő, Pornóapáti, Nárái, Ják, Szentpéterfa, Felsőcsatár, Narda, Dozmat, Bucsú, Torony, Sé oder Szombathely.

Unsere Produktion arbeitet seit jeher mit geringen Auswirkungen auf die Umwelt,

das ist uns besonders wichtig. Eines der Hauptkriterien für die Ansiedelung war und ist weiterhin die intakte und saubere Umwelt – am Erhalt arbeiten wir bei MAM auch aktiv mit.

Obwohl das Volumen der hergestellten Produkte, die Größe der Produktion, die MitarbeiterInnenzahl und die Automatisierung seit der Ansiedelung deutlich gestiegen sind und unsere Auswirkungen damit zugenommen haben, führte dies im Zeitraum 2017/18 nicht zu einem signifikanten Anstieg unserer Produktions-emissionen.

»

» Eine weitere Steigerung der Automatisierung wird es uns in Vaskeresztes ermöglichen, noch effizienter zu arbeiten und mit den stetig steigenden Kapazitätsauslastungen umgehen zu können. 90 Millionen Babyprodukte wurden hier im Vorjahr hergestellt – und die Nachfrage steigt. Wir haben daher Ende 2018 unter Einbeziehung zukünftiger Partner, die Experten auf dem Gebiet sind, beschlossen, den Automatisierungsgrad im Werk zu erhöhen, um gleichzeitig die ProduktionsmitarbeiterInnen zu entlasten. Automatisierte Lösungen sollen helfen, monotone oder belastende Bewegungsabläufe zu vermeiden und die Arbeitskräfte in Bereiche zu verlagern, wo Kreativität gefragt ist, interessantere Aufgaben oder komplexere Herausforderungen vorhanden sind und der Arbeitsalltag mehr Spaß macht. Mit der Einführung neuer Technologien wie Scara-Roboter, 6-Achs-Roboter oder Delta-Roboter (Spinne) bieten wir unseren MitarbeiterInnen neue Möglichkeiten, um zu wachsen und Erfahrungen mit modernen Technologien zu sammeln – eine in der Region einzigartige Perspektive.

#### Im Shuttlebus unterwegs

Die Lieferkette wurde von Beginn an unter Berücksichtigung des Umweltschutzes aufgebaut. Unsere Lieferanten und Servicepartner kommen ausschließlich aus dem Umland in Österreich und Ungarn. Das durch unsere Ansiedelung im Ort höhere Verkehrsaufkommen ist die größte und laut Imre Krancz, Bürgermeister von Vaskeresztes, die einzig negative Auswirkung für die EinwohnerInnen. Um sie so gering wie möglich zu halten, aber auch den in drei Schichten arbeitenden Beschäftigten einen sicheren Transport zum und vom Arbeitsplatz zu ermög-

lichen, wurden werkseigene Shuttlebusse organisiert. Diese bringen MitarbeiterInnen gesammelt zu ihrem Arbeitsplatz. Individualverkehr, Shuttlebusse und LKWs tragen insgesamt nicht nur zu mehr Verkehrsemissionen, sondern auch zu höherer Lärmbelastung bei. Alle Transporte werden daher sorgfältig geplant.

Die Luftemissionen werden regelmäßig überwacht und gemessen. Die Konzentration der emittierten Komponenten liegt weit unter den Grenzwerten, welche in Ungarn durch strenge Gesetze reguliert sind. Um Verschmutzungen zu vermeiden, lagern wir unsere Gefahrenstoffe und Abfälle nur in gesicherten und spezifischen Bereichen, gemäß strengen Normen.



**Kati Kiss**  
leitet seit 1997 den MAM-Produktionsstandort in Ungarn.

#### Gleichberechtigt arbeiten

Mit großer Freude können wir auf zahlreiche positive Auswirkungen auf die Region und den Ort Vaskeresztes verweisen, etwa was die gesellschaftliche Stellung von Frauen betrifft. Frauen gewinnen mit einem eigenen Einkommen an Selbstständigkeit und tragen maßgeblich zum Erhalt der Familie bei.



Balázs Takács (li.)  
und Márk Teket sind  
Teil des Projektteams  
Automatisierung.



Im 343-Seelen-Ort unweit der Grenze zu Österreich ist MAM ein wichtiger Arbeitgeber für die Region.



Durch die Ansiedelung des MAM-Werks entstand einiges an Infrastruktur im Ort – auch für die freiwillige Feuerwehr.

Der Frauenanteil ist bei MAM mit 81 Prozent hoch. Damit das so bleibt, investieren wir in die Errichtung eines Kindergartens und des Gemeinschaftshauses im Ort, um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie für Frauen positiv zu gestalten (siehe dazu auch Beitrag auf Seite 42). Im neunköpfigen Top-Management-Team sind mit vier Frauen und fünf Männern, alle aus der Region rund um Szombately, die Verhältnisse nahezu ausgeglichen. Die Geschäftsführung ist mit Katalin Kiss ebenfalls weiblich besetzt.

In den Augen der Gemeindevertreter von Vaskeresztes stärkt MAMs Ansiedelung die finanzielle Stabilität. Im Ort ebenso wie in der Region gilt MAM als sicherer Arbeitgeber, auch aufgrund unserer 2017 und 2018 abgeschlossenen Investitionen. Im September 2018 konnten wir die neue Produktionshalle und das Lagerhaus fertigstellen. Gleichzeitig entstanden der neue Bürotrakt und die Konferenzräume. Die Produktionsbüros und Laborräumlichkeiten wurden renoviert und der Umbau des Zentralgebäudes abgeschlossen. Die Gesamtinvestitionen für den 2015 wegen der starken internationalen Nachfrage begonnenen Ausbau beliefen sich auf einen hohen zweistelligen Millionenbetrag in Euro und wurden direkt von MAM finanziert. Denn der wirtschaftliche Erfolg von MAM mündet sehr oft in Re-Investitionen ins Unternehmen.

MAMs Ansiedelung hat auch positive Auswirkungen auf die Steuereinnahmen der Gemeinde. Hundert Prozent der eingenommenen Gewerbesteuer werden laut Bürgermeister Krancz für die Infrastruktur und Verschönerung von Vaskeresztes verwendet. Ohne diese Einnahmequelle wären vermutlich bis heute nicht einmal fünfzig Prozent der realisierten Projekte, etwa des Gemeindefuhr- und Geräteparks, ausgebaut. Seiner Ansicht nach wäre auch das heutige MAM-Firmengelände noch immer mit alten, zerfallenen Gebäuden gesäumt, Grünflächen verwildert und ungepflegt.

Vaskeresztes und die Region haben sich in den vergangenen 25 Jahren stark entwickelt, was sich auch durch die Eröffnung von Kindergärten, die Einrichtung von lokalen freiwilligen Feuerwachen, Parks, Hotelgewerbe, Zahnheilkunde, Hausarztzdiens, Programme und Veranstaltungen in der Region zeigt. MAM unterstützt Vaskeresztes und die Gemeinde auch spontan bei Problemlösungen und Optimierungen, etwa nach einem Brand im Kindergarten des naheliegenden Dorfes Pornóapáti. So halfen wir beim Wiederaufbau mit Spielzeug und Werkzeugen sowie freiwilliger Arbeit durch MAM-Angestellte. Das Dach der Feuerwache in Horvátlövö wurde repariert, die Feuerwehrleute in

Vaskeresztes und Felsöcsatár wurden unterstützt und Geschenke für Kindertag, Weihnachtsfeiern oder das Faschingsfest im Kindergarten von Vaskeresztes zur Verfügung gestellt. Hilfe und Teilnahme an allen in Vaskeresztes organisierten Veranstaltungen und Programmen sind eine Selbstverständlichkeit für MAM.

#### **Auf der Wunschliste an MAM**

Imre Krancz blickt zufrieden auf die Entwicklung seiner Gemeinde. Die Kommunikation zwischen Geschäftsleitung, Einwohnern und den lokalen Entscheidungsträgern sieht er durchwegs positiv und wünscht sich diese gute Zusammenarbeit auch für seine politischen Nachfolger. Die Wunschliste der Gemeinde an MAM ist jedenfalls noch lang: Sie reicht von Straßenbau über den Bau eines neuen Kulturhauses und einer Brücke über den Fluss Pinka bis hin zu Ökostrom für die Gemeinde. Als Bürgermeister hat er vor allem das Ziel, aus Vaskeresztes einen schönen und lebenswerten Ort für die Menschen zu machen.

Für uns ist eine gute gemeinsame Zukunft von Bedeutung. MAM begreift sich als Teil der lokalen Gemeinschaft, aus der wir schöpfen und an der wir teilnehmen dürfen. Es ist uns wichtig, dies auch weiterhin in unseren Entscheidungen und lokalen Aktivitäten auszudrücken. ◀

**?** Haben auch die in China vertriebenen MAM-Produkte die gewohnt hohe Qualität?



# Pionierarbeit mit Wissen und Qualität

**China.** Ramsch ade! Das Qualitätsbewusstsein im bevölkerungsreichsten Land der Welt entwickelt sich rasant. Während die nationalen Standards bei Gesundheitsschutz und Produktsicherheit stetig steigen, legt MAM mit seinen hochwertigen Produkten vor. Seit drei Jahren erschließt eine eigene Niederlassung den gigantischen Markt – begleitet von einer Wissens- und Aufklärungskampagne.

Auf der weltweit größten Fachmesse für Babyprodukte in Schanghai stellen werdende Mütter viele Fragen zu den MAM-Schnullern. Qualität ist ihnen besonders wichtig.



**Dr. Duan Tao**  
baute Chinas größte Geburtsklinik auf und teilt über MAM sein Wissen mit Müttern.

► China ist mit jährlich 15 Millionen Geburten ein riesiger Markt für Babyprodukte, das verfügbare Einkommen steigt stetig und das Vertrauen in aus Europa importierte Waren ist hoch. Besser könnten die Voraussetzungen für MAM kaum sein, möchte man meinen. Und auch William Wu, General Manager von MAM China,

bestätigt: „Dieses Marktpotenzial kann man nicht ignorieren. Auch andere Babyartikelanbieter versuchen in China Fuß zu fassen.“

#### **Kritische Zielgruppe**

Während China in der Vergangenheit für günstige Massenproduktion stand, ist

das Bewusstsein für Qualität mittlerweile sehr ausgeprägt, auch bei den KonsumentInnen. „Wenn wir unsere Produkte aus extraweichem MAM SkinSoft™ Silikon präsentieren, fragen die chinesischen Mütter kritisch nach, welche Stoffe darin enthalten sind“, berichtet Wu. Beim Thema Produktsicherheit mischen sich allerdings Vorurteile und Wissenslücken. „Schnuller sind noch nicht sehr verbreitet in China“, nennt Wu ein Beispiel. „Viele Eltern haben Angst vor vermeintlichen Zahnfehlstellungen. Hier wollen und müssen wir viel Aufklärungsarbeit leisten.“

#### **Professor Duan klärt auf**

Um wissenschaftlich fundierte Informationen zu verbreiten, arbeitet MAM seit 2018 mit Dr. Duan Tao zusammen. Der Professor für Geburtshilfe und Gynäkologie baute in Schanghai Chinas größte Geburtsklinik auf, in der

## MAM Italien ist geboren

Da der langjährige Distributor mit Ende 2015 den Vertrag kündigte, hat MAM eine eigene italienische Niederlassung gegründet. Der Vertrieb unserer Qualitätsprodukte erfolgt über Apotheken, Babyshops und online. Derzeit arbeitet das Team sehr erfolgreich daran, das MAM-Wissen zu Babygesundheit auch den italienischen Mamas und Papas weiterzugeben (siehe „Ask the Doc“ auf Seite 23) – mit ein Grund dafür, dass MAM in Italien bereits die zweitstärkste Marke ist\*.

\*Quelle: IQVIA Data, April 2019, Pharmacy Channel, Schnuller & Flaschen, Marktanteil

INFO



## „Es gibt hier einen rapiden Wandel“

3 Fragen an William Wu, General Manager von MAM China

### Was genau macht MAM in China?

Wir konzentrieren uns auf den Aufbau der Marke MAM und kommunizieren die Vorteile unserer Produkte über lokale soziale Medien – das sind die Informationskanäle für chinesische Mütter und Väter. Weiters kümmern wir uns darum, dass MAM-Produkte für junge Eltern verfügbar sind, etwa auf der führenden Online-Shopping-Plattform Tmall.

### China wird in Europa oft mit billiger Arbeit und minderer Qualität assoziiert. Stimmt dieses Vorurteil?

Nein, hier gibt es einen rapiden Wandel. China hat zahlreiche Gesetze und Verordnungen geschaffen, um die Produktqualität zu erhöhen. Und qualifizierte Arbeitskräfte werden gut bezahlt, weil sie so gefragt sind.

### Nimmt MAM in China auch an medizinischen Kongressen teil?

Ja, zum Beispiel waren wir auf einem Symposium in Yantai vertreten. Die Vorträge von Professor Reinhold Kerbl vom Landeskrankenhaus Hochsteiermark und Professor Hans-Peter Bantleon von der Universitätszahnklinik Wien lockten viel Publikum an. Alle Handouts zu Prof. Kerbls Vortrag über SIDS, den plötzlichen Kindstod, waren sofort vergriffen. Das Thema ist in China noch nahezu unbekannt, hier wollen wir in Zukunft weiter aufklären.

William Wu leistet Aufbauarbeit in einem wichtigen Zukunftsmarkt.



jährlich über 33.000 Babys das Licht der Welt erblicken, und setzte dabei neue Standards bei Qualität und Sicherheit. Nun teilt er in Kooperation mit MAM sein Wissen mit Frauen und medizinischem Personal in ganz China. So trägt MAM auch zum Erreichen von SDG 3.d bei, die Frühwarnung von Gesundheitsrisiken zu stärken.

„Wir schaffen zum Beispiel professionelle Wissensplattformen und pflegen soziale Netzwerke mit Schwangeren und Jungfamilien“, berichtet Duan Tao. „Es geht darum, die richtigen Botschaften auf die richtige Art und über den richtigen Kanal zu transportieren.“ Dazu zählen auch soziale Medien wie der Messenger-Dienst WeChat und Weibo, das chinesische Pendant zu Twitter. „MAM gilt in China als High-End-Marke, die hochwertige, medizinisch fundierte Produkte anbietet“, so Duan weiter. „Mit verantwortungsvollen

Unternehmen wie MAM arbeiten mein Team und ich gerne zusammen – das bringt eine internationale Sichtweise in unsere Arbeit.“

### Keine Abstriche bei der Sicherheit

Die Industrienormen und Vorschriften bei Babyprodukten sind in China heute ähnlich streng wie in Europa, berichtet Wu: „Selbstverständlich entsprechen alle unsere Produkte den lokalen Regularien.“ Gleichzeitig orientiere man sich an europäischen Standards, dort wo sie über chinesische hinausgehen. Alle Produkte, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen, müssen zudem einen Test des Qualitätsprüfinstituts Schanghai bestehen. ◀

? Hört es mit der Nachhaltigkeit auf, sobald die MAM-Produkte im Handel sind?



# Bitte weitersagen

**Nachahmung erwünscht.** MAM agiert nachhaltig, wo es nur geht. Aber hier endet die Geschichte nicht. In CSR-Workshops wird das Bewusstsein dafür auch an die MitarbeiterInnen in den MAM-Tochtergesellschaften herangetragen – sie entwickeln eigene Ansätze und Initiativen. Und als Vertriebspartner kommen vor allem Unternehmen in Frage, die Nachhaltigkeit selbst großschreiben.

► Seitdem MAM vor über 40 Jahren gegründet wurde, ist das Unternehmen stetig gewachsen. Mittlerweile beschäftigen wir MitarbeiterInnen weltweit: von Österreich über Schweden bis nach Thailand und in die USA. Auch unsere Tochtergesellschaften denken nachhaltig. Um dies voranzutreiben,

veranstalten wir CSR-Workshops, in denen gemeinsam überlegt wird, wie wir unsere Standorte noch verantwortungsvoller gestalten können. Das betrifft viele Bereiche, etwa Energiesparen, Mülltrennung, soziales Engagement oder die Gesundheitsförderung unserer MitarbeiterInnen.

### MAM Deutschland: Vier gewinnt

„Der Workshop hat unserem Team sehr gut gefallen. Seitdem hat sich ein CSR-Team aus vier Leuten aus verschiedenen Abteilungen zusammengefunden. Wir treffen uns alle vier Wochen und überlegen gemeinsam, welche nachhaltigen Initiativen wir an unserem Standort umsetzen möchten“,

Ein folgenschwerer Workshop – im besten Sinne: Nach dem CSR-Treffen wurden bei MAM Deutschland viele nachhaltige Aktivitäten gesetzt.



„Die Gruppenarbeiten waren großartig. Wir konnten richtig kreativ werden und haben danach gleich einiges umgesetzt.“

Jennifer Mitchell,



CEO bei  
MAM  
USA und  
Kanada



Mülltrennung und Recycling sind für das MAM-Team USA sehr wichtig.

sagt Britta Schornstein, Einkaufsleiterin bei MAM Deutschland. Maßnahmen wie die Möglichkeit von Home-Office, eine betriebliche Gesundheitsvorsorge, die Installation einer Photovoltaikanlage sowie die Verwendung von umweltfreundlichen Putzmitteln wurden vom deutschen Team bereits umgesetzt.

#### **MAM USA:**

##### **Kreativ sein und Müll trennen**

Auch in den USA gefiel den Teammitgliedern der Workshop.: „Die Gruppenarbeiten waren großartig, da konnten wir richtig kreativ werden. Und wir haben danach gleich einiges umgesetzt“, berichtet Jennifer Mitchell, CEO bei MAM USA und Kanada. Konkret meint sie damit Dinge wie die Einführung von wiederverwertbaren Edelstahlflaschen für Kaffee oder Tee und das bewusste Sparen von Papier. Auch Mülltrennung wird praktiziert – der Abfall wird direkt zum Recycling-Hof gebracht, da die öffentliche Müllabfuhr den Transport nicht übernimmt.

##### **Über die MAM-Grenzen hinaus**

Ein wichtiger Punkt, der in den Nachhaltigkeits-Workshops bearbeitet wird, betrifft die Zusammenarbeit mit Partnern.

 Mit den Handelsunternehmen ist eine gute Basis besonders relevant, denn MAM-Produkte werden in etwa 60 Ländern auf allen fünf Kontinenten verkauft – in Tausenden Geschäften. Daher

arbeiten wir bevorzugt mit Handelspartnern zusammen, die selbst nachhaltig agieren. Damit leisten sowohl wir von MAM als auch unsere Handelspartner einen Beitrag zu SDG 12.6, indem wir nachhaltige Initiativen umsetzen und darüber berichten. ◀

„Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist in der Kultur und Strategie der Migros verankert und wird entlang der gesamten Wertschöpfungskette umgesetzt. Auch bei unseren Lieferanten ist uns eine nachhaltige Ausrichtung wichtig. MAM ist diesbezüglich ein Vorreiter in der Baby-Branche. Die qualitativ hochwertigen und nachhaltig produzierten Produkte passen perfekt in unser Sortiment.“

**Biljana Ignjatich,**  
Category Field Manager Babycare  
Migros

## Drei MAM-Handelspartner aus drei Ländern

### • **England: Initiativen**

#### **gegen Plastik bei Boots**

2018 hat Boots, ein großer Drogeriefachhandel, den UK Plastics Pact unterschrieben und sich damit verpflichtet, Plastikabfall zu reduzieren und bestimmte Plastikarten nicht mehr in der Produktion zu verwenden. Seit 2015 gibt es keine Pflegeprodukte mit Plastikpartikeln mehr, bis 2020 sollen alle Plastik- durch Papiertaschen ersetzt werden – ein Einsparungspotenzial von 900 Tonnen.

### • **USA: Massive CO<sub>2</sub>-**

#### **Einsparungen bei Walmart**

Eine der derzeit größten Nachhaltigkeitsinitiativen bei Walmart nennt sich Projekt „Gigaton“. Ziel ist, bis 2030 in der globalen Wertschöpfungskette eine Milliarde Tonne an Treibhausgasen einzusparen. Außerdem wurden 2018 bereits 80 Prozent der Produkte von Lieferanten bezogen, die nach einem mit Universitäten und NGOs entwickelten Nachhaltigkeitsindex gut bewertet wurden. Auch die Reduktion von Abfall und die Förderung der öffentlichen Umweltpolitik sind große Themen bei Walmart.

### • **Schweiz: Freilandeier, nachhaltige Milch und mehr bei Migros**

Das Nachhaltigkeitsprogramm der Migros-Gruppe umfasst viele Bereiche: von der energie-, umwelt- und wasserschonenden Produktion über die Arbeitsbedingungen bis zu sozialem Engagement. So sind die verkauften Eier ausschließlich aus Freilandhaltung, die Milch stammt aus nachhaltiger Landwirtschaft und die Verpackungen werden ständig optimiert, damit weniger Abfälle entstehen.

# Inhalte

Als Ergänzung zu den Artikeln bieten wir in diesem Teil viele Detailinformationen und Tabellen – eine Vorgabe für Berichte nach dem international anerkannten GRI Standard. Querverweise bei den Tabellen führen zu den entsprechenden Artikeln und sorgen so für Orientierung.

## 60 Wesentlichkeitsmatrix

Die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen auf einen Blick



## 61 Verhaltensregeln

Wie wir miteinander und mit anderen umgehen

## 62 Tabellen und Rückschlüsse

Zahlendetails für besonders Interessierte

## 72 CSR-Programm

Wie es weitergeht

## 74 GRI Standards Content Index

Die GRI (Global Reporting Initiative) Standards Angaben in diesem Bericht

# Der Beitrag von MAM zur Agenda 2030

**Aktiv werden.** Diese Seite soll eine Übersicht geben, welchen Beitrag auch mittelständische Familienunternehmen wie MAM zur Erfüllung der Ziele der Nachhaltigen Entwicklung der UN leisten können. Wir setzen Maßnahmen in allen 17 Hauptzielbereichen um, möchten jedoch hier einen Überblick über jene Bereiche geben, wo unsere Wirkung am größten ist. Die folgenden Erfolge sind ein Auszug unserer Nachhaltigkeitsbemühungen und stellen eine Zusammenfassung dieses Berichts in Bezug auf die enge Verbundenheit von MAM mit den SDGs dar.



**Unterziel 1.1:** Extreme Armut beseitigen  
**CSR-Aspekt:** Corporate-Giving-Programme der MAM-Gesellschaften (Seiten 46–47)  
**Haupterfolg:** Geld-, Zeit-, Produkt- und Sachspenden für benachteiligte Familien im Rahmen unserer Corporate-Giving-Programme



**Unterziel 3.2:** Den vermeidbaren Todesfällen von Neugeborenen und Kindern unter fünf Jahren ein Ende setzen  
**CSR-Aspekt:** Produktqualität und Normen (Seiten 18–21)  
**Haupterfolg:** Sehr niedrige Reklamationsquote von 30 ppm in 2018



**Unterziel 3.d:** Die Kapazitäten aller Länder, insbesondere der Entwicklungsländer, in den Bereichen Frühwarnung, Risikominderung und Management von Gesundheitsrisiken stärken

**CSR-Aspekt:** Babygesundheit in China (Seiten 54–55)

**Haupterfolg:** Aufklärungsarbeit im Bereich AIDS in China vorangetrieben



**Unterziel 4.7:** Bildung im Bereich nachhaltige Entwicklung/Gesundheit sicherstellen

**CSR-Aspekt:** Aufklärungsarbeit zu Stillen, Mundhygiene, plötzlicher Kindstod und Co. (Seiten 22–25)

**Haupterfolg:** Weitergabe unseres Know-hows im Bereich Babygesundheit an Eltern



**Unterziel 5.5:** Chancengleichheit in Führungsrollen sicherstellen

**CSR-Aspekt:** Vereinbarkeit zwischen Beruf und Familie (Seiten 42–43)

**Haupterfolg:** 41 % weibliche Führungskräfte, nahezu 100 % Rückkehrquote aus der Karenz



**Unterziel 8.7** Maßnahmen gegen Zwangsarbeit und Kinderarbeit ergreifen

**CSR-Aspekt:** Arbeitsbedingungen und Menschenrechte (Seiten 38–39)

**Haupterfolg:** Social Audit bestätigt ausgezeichnete Arbeitsbedingungen, natürlich ohne Menschenrechtsverletzungen jeglicher Art



**Unterziel 8.8:** Die Arbeitsrechte schützen und sichere/angenehme Arbeitsumgebungen für alle ArbeitnehmerInnen fördern

**CSR-Aspekt:** Benefits für MAM-MitarbeiterInnen (Seiten 40–41 und 44–45)

**Haupterfolg:** Viele Zusatzbenefits über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus in allen MAM-Standorten, hohe Beschäftigtenzufriedenheit



**Unterziel 9.1:** Eine hochwertige, nachhaltige regionale Infrastruktur aufbauen, um die wirtschaftliche Entwicklung und das menschliche Wohlergehen zu unterstützen

**CSR-Aspekt:** Regionale Wertschöpfung in Vaskeresztes (Seiten 50–53)

**Haupterfolg:** Seit 20 Jahren angesiedelt, geringe Umweltauswirkungen, alle Führungskräfte aus der Region, 81 % Frauenanteil, Unterstützung der regionalen Infrastruktur



**Unterziel 9.5** Die wissenschaftliche Forschung verbessern, Innovationen fördern und die Anzahl der im Bereich Forschung und Entwicklung tätigen Personen erhöhen

**CSR-Aspekt:** Forschung & Entwicklung (Seite 35)

**Haupterfolg:** Errichtung eines neuen Forschungs- & Entwicklungszentrums in Österreich nach neuestem Stand der Technik, nach Umweltkriterien und für mehr MitarbeiterInnen



**Unterziel 12.4:** Umweltverträglicher Umgang mit Chemikalien und Abfällen während des gesamten Lebenszyklus erreichen, um negative Auswirkungen auf menschliche Gesundheit und Umwelt beschränken.

**CSR-Aspekt:** Materialien & Rohstoffe

**Haupterfolg:** >90 % Produktteil-Lieferanten aus Österreich, Zusammenarbeit mit mehr als 30 medizinischen ExpertInnen im Berichtszeitraum im Rahmen von Produktentwicklungen, 56 Marktforschungsstudien mit 17.095 Eltern aus 11 Ländern



**Unterziel 12.5:** Das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung verringern

**CSR-Aspekt:** Abfall (Seiten 32–34)

**Haupterfolg:** Im Berichtszeitraum erstmalige Produktion eines abfalllosen Schnullers ohne Anguss



**Unterziel 12.6:** Nachhaltige Verfahren einführen und in die Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufnehmen

**CSR-Aspekt:** Vorwort (Seiten 4–5) und CSR-Workshops (Seiten 56–57)

**Haupterfolg:** Mehrfach ausgezeichnete Nachhaltigkeitsberichte, Transparenz durch Offenlegung nicht-finanzieller Daten



**Unterziel 13, 13.2:** Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen

**CSR-Aspekt:** Product Carbon Footprint und CO<sub>2</sub>-Emissionen (Seiten 28–31)

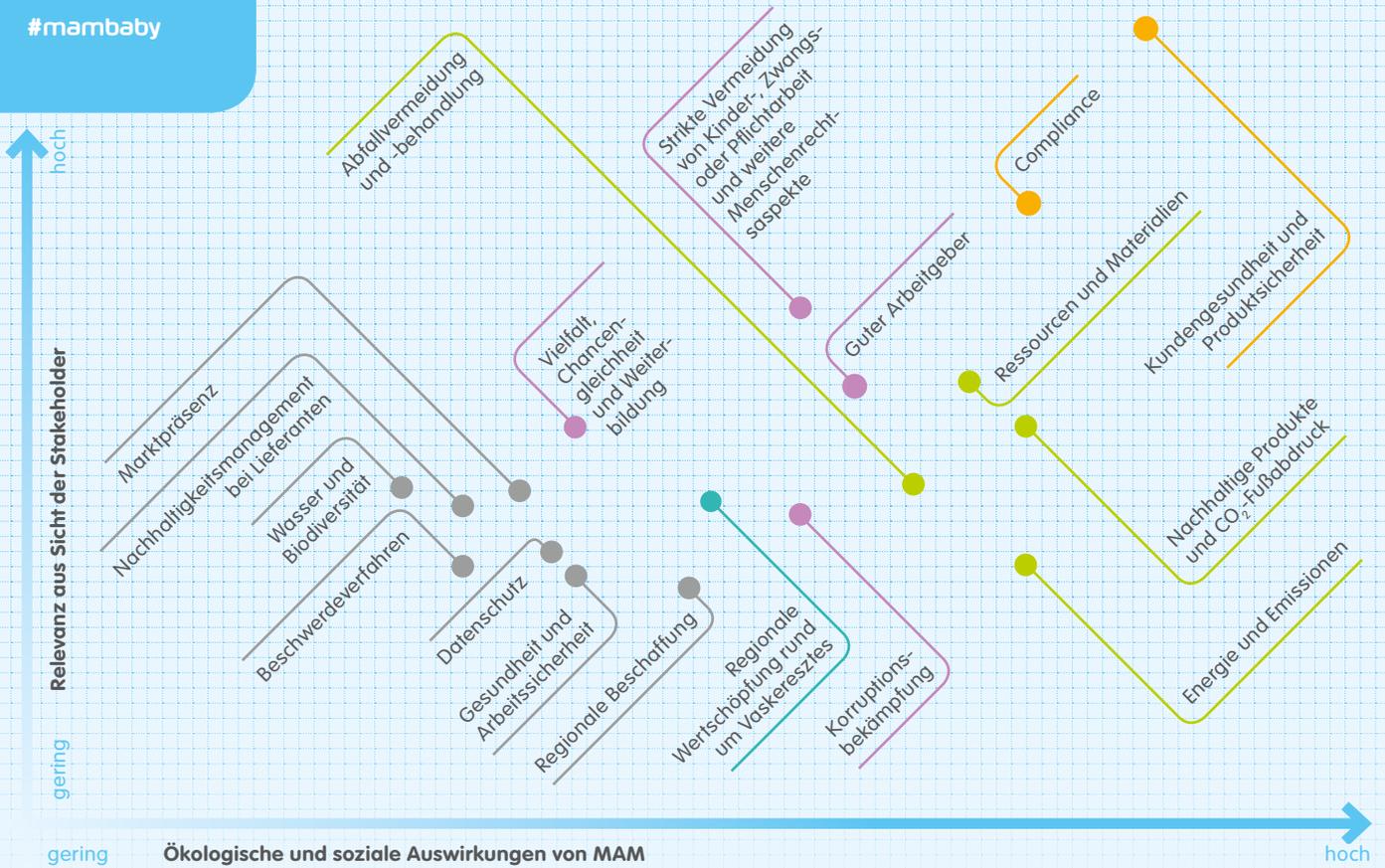
**Haupterfolg:** Mit MAM-Produkten kann man in der Sterilisierung bis zu 85 % CO<sub>2</sub> und Energie sparen



**Unterziel 16.5:** Korruption und Bestechung in all ihren Formen erheblich reduzieren

**CSR-Aspekt:** Compliance (Seite 61)

**Haupterfolg:** Keine Korruptionsfälle im Berichtszeitraum



# Wichtig vor unwichtig

- #happybaby
- #livingplanet
- #fairsociety
- #newhorizons
- weniger relevante Themen

**Wesentlichkeitsmatrix.** Wir stellen sichere Produkte für Babys und Eltern her und rücken gemeinsam mit unseren Stakeholdern die wichtigsten Nachhaltigkeitsaspekte in den Vordergrund. Diese Analyse hilft uns dabei.

► Im laufenden Dialog mit den wichtigsten Stakeholdern beobachten wir, ob und wie sich die Erwartungen an MAM verändern. Alle zwei Jahre evaluieren wir die Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten auf unsere Anspruchsgruppen. Eines bleibt dabei konstant: Nichts geht ihnen über die Gesundheit der Babys und die Sicherheit unserer Produkte. Und das gilt auch für uns.

**Unsere Stakeholder**

Eltern, medizinische ExpertInnen, Vertriebspartner, Lieferanten und unsere MitarbeiterInnen sind die wichtigsten Anspruchsgruppen. Sie fragen wir, was ihnen besonders am Herzen liegt,

etwa bei Produktentwicklung und Nachhaltigkeitsaspekten. In den letzten zwei Jahren ist unser Standort in Ungarn durch Produktionssteigerungen und damit verbundene Investitionen in den Fokus gerückt. Daher werden unsere Stakeholder in der Region im Bericht verstärkt miteinbezogen.

**Elf Themen in vier Kapiteln**

Aufgrund der Gewichtung durch die Stakeholder wurden elf Themen identifiziert, welche wir im vorliegenden Bericht in vier Kapiteln beschreiben. Im Vergleich zum CSR-Report 2015/2016 gab es in den Jahren 2017/2018 zwei Veränderungen: Durch die wirtschaft-

lichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen rund um Vaskeresztes hat sich die regionale Wertschöpfung auf der Y- und der X-Achse nach oben bzw. nach rechts bewegt und wurde daher auf „Regionale Wertschöpfung rund um Vaskeresztes“ umbenannt. „Datenschutz“ wurde Mitte 2018 durch die EU-Datenschutzgrundverordnung zu einem Legal-Compliance-Thema, das bei Verstößen strafrechtliche Konsequenzen nach sich zieht – die CSR-Relevanz hat sich daher sowohl aus Unternehmens- als auch aus Stakeholdersicht verringert. Die grau dargestellten Themen wurden als weniger bedeutend eingestuft und kommen daher im Bericht nur peripher vor. ◀



# Weltweit anständig erfolgreich

**Compliance.** Korrektheit und Anstand in unseren Entscheidungen und Aktivitäten gehören bei uns untrennbar zum Geschäft dazu.

› Als international tätiges Familienunternehmen verleihen wir dieser Haltung Ausdruck, indem wir uns zu den Grundprinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen bekennen. MAM setzt sich so gemeinsam mit weltweit circa 16.000 Unternehmen dafür ein, durch verantwortungsvolles Wirtschaften Teil einer globalisierten Welt zu sein. Wir tragen damit zu einem Unternehmertum bei, das durch Achtung der zehn Prinzipien in den Handlungsfeldern Umwelt, Arbeitsbedingungen und Menschenrechte, so wie in SDG 16 angestrebt, aktiv für die Bekämpfung von Korruption und Bestechung eintritt.

## Es geht ums Prinzip

Unser Verhaltenskodex in Verbindung mit den Maßnahmen im Bereich Antikorruption gelten in allen MAM-Standorten weltweit. In Thailand, wo zwei unserer drei Werke stehen, besteht ein allgemeines Risiko, dass Menschenrechte verletzt werden können – daher schauen wir dort besonders genau hin: Zwangs- und Pflichtarbeit sind ausgeschlossen. Überstunden werden nur freiwillig geleistet, es gibt keine Bedrohungen oder Bestrafun-

gen. Unsere strikte Politik gegen Kinderarbeit und für die Rechte der indigenen Bevölkerung ist im Verhaltenskodex verankert. Seit dem Bestehen von MAM in Thailand gab es keinerlei diesbezüglichen Vorfälle. In Thailand gibt es keine gesetzlichen Kollektivvereinbarungen, doch wir zahlen überdurchschnittlich hohe Gehälter und bieten viele Benefits an (siehe dazu Artikel auf Seite 40).

Darüber hinaus beinhaltet unser Verhaltenskodex Regeln für Geschenke, Reisekosten, den Umgang mit Behörden und andere wichtige Aspekte, die wesentlich zur Stärkung unserer Antikorruptions-Kultur beitragen.



Eine klare Linie für alle Standorte weltweit: Der MAM-Verhaltenskodex enthält einheitliche Regeln.

Im Berichtszeitraum gab es, wie auch bereits in den Berichtszeiträumen davor, keinen Korruptionsfall.

Nichtsdestotrotz hat sich MAM zum Ziel gesetzt, bis zum nächsten Bericht ein Antikorruptionsprogramm ins Leben zu rufen, um MitarbeiterInnen dahingehend zu schulen und die Aufgaben und Prozesse der Ethik-Beauftragten zu definieren.

Zudem war die Überprüfung der Wahrung der Menschenrechte Teil der Social Audits nach Sedex/SMETA, die wir in unseren Werken durchführen haben lassen – mit der Erkenntnis, dass wir hier alles richtig machen (siehe Seite 38). ◀

# #livingplanet

**Umwelt.** Die ökologischen Kennzahlen beziehen sich nur auf unsere Produktionsstandorte in Ungarn und Thailand, da naturgemäß in den Werken der größte Impact besteht. In den Bürostandorten konnten wir keine signifikanten ökologischen Auswirkungen feststellen. Nichtsdestotrotz führen wir mit den MitarbeiterInnen der Tochtergesellschaften CSR-Workshops durch und setzen durch die Umweltteams an den Standorten Umweltmaßnahmen in den Bereichen Beschaffung, Mobilität, Energie, Abfall, Wasser und Bewusstseinsbildung um (siehe Artikel auf Seite 56).

## Eingesetzte Energie an den Produktionsstandorten in MWh

GRI 302-1

	2016	2017	2018
<b>Ungarn</b>	<b>3.507</b>	<b>3.848</b>	<b>4.301</b>
Erdgas	1.664	1.601	2.043
Strom	1.843	2.247	2.258
<b>Thaimed Baby</b>	<b>1.652</b>	<b>1.480</b>	<b>1.189</b>
Heizöl	1.088	942	773
Strom	564	538	416
<b>Thaimed HT</b>	<b>0</b>	<b>402</b>	<b>581</b>
Benzin	0	68	53
Diesel	0	7	33
Flüssiggas	0	0	2
Strom	0	327	493
<b>Gesamt</b>	<b>5.159</b>	<b>5.730</b>	<b>6.071</b>

Der angestiegene Energieverbrauch in Ungarn resultiert vor allem aus dem Werkzubau (Lager, Produktionshalle und Bürofläche). Zusätzlich wurden 2018 neue Produktionsmaschinen angeschafft, die für den erhöhten Erdgasverbrauch verantwortlich sind. Bei unserem Werk in Hat Yai ist ein Rückgang des Energieverbrauchs festzustellen. Dieser lässt sich auf die Produktionsverlagerung zu unserem neuen Standort in Kabinburi zurückführen. Dort nimmt die eingesetzte Energie seit 2017 zu. **» „Weckruf für die Welt“ (Seite 28)**

## Treibhausgasemissionen an den Produktionsstandorten in Tonnen CO<sub>2</sub>

GRI 305-1, 305-2

	2016	2017	2018
<b>Gesamt</b>	<b>1.727</b>	<b>1.929</b>	<b>1.983</b>
davon direkte THG-Emissionen	621	595	641
davon indirekte THG-Emissionen	1.106	1.334	1.342
<b>Ungarn gesamt</b>	<b>1.124</b>	<b>1.284</b>	<b>1.377</b>
davon direkte THG-Emissionen	332	319	407
davon indirekte THG-Emissionen	792	965	970
<b>Thaimed Baby gesamt</b>	<b>603</b>	<b>550</b>	<b>437</b>
davon direkte THG-Emissionen	289	250	205
davon indirekte THG-Emissionen	314	300	232
<b>Thaimed HT gesamt</b>	<b>0</b>	<b>95</b>	<b>169</b>
davon direkte THG-Emissionen	0	26	29
davon indirekte THG-Emissionen	0	70	140

Die direkten Emissionen (Scope 1) resultieren aus dem Einsatz von Erdgas für Heizzwecke und für den Betrieb der Produktionsmaschinen in Ungarn. In Hat Yai stammen die direkten Emissionen hauptsächlich vom energieintensiven Produktionsprozess von Naturkautschuk. In Kabinburi sind für direkte Emissionen lediglich Flüssiggas für die Betriebsküche und Diesel und Benzin für die Transportwege verantwortlich. Die indirekten Emissionen (Scope 2) ergeben sich aus dem Stromverbrauch hauptsächlich durch die Produktionsmaschinen und wurden mithilfe der jeweiligen Länderstrommixe berechnet. Da ein Großteil des benötigten Stroms in Kabinburi durch unsere Photovoltaikanlage hergestellt wurde, konnte hier bei den Scope-2-Emissionen deutlich eingespart werden. **» „Weckruf für die Welt“ (Seite 28)**

Erläuterung: Die Menge der CO<sub>2</sub>e-Emissionen wurde berechnet. Dieser Berechnung liegen die Emissionsfaktoren aus der GEMIS-Datenbank zugrunde, in denen auch vorgelagerte Treibhausgasemissionen (die zum Beispiel bei der Extraktion und Verarbeitung der Primärenergieträger oder bei der Herstellung der Kraftwerke entstanden sind) anteilig enthalten sind. Um jene Treibhausgasemissionen zu berechnen, die durch Stromverbrauch ausgestoßen werden, wurde der jeweilige Länderstrommix herangezogen bzw. Daten für die PV-Anlagen. Die Erhebung von spezifischen Daten war nicht möglich.

Der Materialeinsatz in Ungarn ist von 2017 auf 2018 gesunken und liegt nun wieder ca. auf dem Niveau von 2016. Der Materialeinsatz in Hat Yai hingegen ist deutlich gesunken, wiederum aufgrund der Produktionsverlagerung nach Kabinburi, wo sich die eingesetzten Materialien fast verdreifacht haben. In Hat Yai hat der Energieeinsatz nicht im gleichen Ausmaß abgenommen wie der Materialverbrauch. Das liegt daran, dass weniger energieintensive Prozessschritte nach Kabinburi verlagert wurden und Latex nach wie vor in Hat Yai verarbeitet wird, da wir Naturkautschuk direkt von den Bauern aus der Umgebung beziehen. **» „Die Stoffe, aus denen MAM-Produkte sind“ (Seite 16)**

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

## Eingesetzte Materialien an den Produktionsstandorten in Tonnen

GRI 301-1

	2016	2017	2018
<b>Gesamt</b>	<b>3.474</b>	<b>3.787</b>	<b>3.238</b>
erneuerbar <sup>1</sup>	1.254	1.257	1.083
nicht erneuerbar <sup>2</sup>	2.220	2.529	2.155
<b>Ungarn</b>	<b>3.319</b>	<b>3.573</b>	<b>3.027</b>
erneuerbar <sup>1</sup>	1.197	1.199	1.020
nicht erneuerbar <sup>2</sup>	2.122	2.374	2.007
<b>Thaimed Baby</b>	<b>155</b>	<b>164</b>	<b>67</b>
erneuerbar <sup>1</sup>	57	50	35
nicht erneuerbar <sup>2</sup>	98	114	32
<b>Thaimed HT</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>144</b>
erneuerbar <sup>1</sup>	0	8	28
nicht erneuerbar <sup>2</sup>	0	41	116

## Abfälle an den Produktionsstandorten nach Art der Entsorgungsmethode in Tonnen

GRI 306-2

	2016	2017	2018
<b>Gesamt</b>	<b>413,0</b>	<b>445,5</b>	<b>433,9</b>
ungefährlich <sup>1</sup>	384,6	413,5	404,4
gefährlich <sup>2</sup>	28,4	32,0	29,5
Recycling	87 %	85 %	83 %
Verbrennung	7 %	7 %	7 %
Deponie	6 %	8 %	10 %
<b>Ungarn</b>	<b>387,5</b>	<b>409,9</b>	<b>400,1</b>
ungefährlich <sup>1</sup>	359,1	377,9	371,0
gefährlich <sup>2</sup>	28,4	32,0	29,1
Recycling	86 %	85 %	84 %
Verbrennung	7 %	8 %	7 %
Deponie	7 %	7 %	9 %
<b>Thaimed Baby</b>	<b>25,5</b>	<b>17,6</b>	<b>11,6</b>
ungefährlich <sup>1</sup>	25,5	17,6	11,6
Recycling	100 %	100 %	100 %
<b>Thaimed HT</b>	<b>0,0</b>	<b>18,1</b>	<b>22,2</b>
ungefährlich	0,0	18,1	21,9
gefährlich <sup>2</sup>	0,0	0,0	0,4
Recycling	0 %	83 %	56 %
Verbrennung	0 %	0 %	2 %
Deponie	0 %	17 %	42 %

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. Reinigungsmittel in der Produktion)

Auch bei uns gilt das Prinzip „Reduce, Reuse, Recycle“. Reduce: Wir schauen sehr gezielt auf den Materialeinsatz für unsere Produkte (siehe Artikel zum abfalllosen Schnuller, Seite 32). Wir verwenden alle Materialien, bei denen es Sinn macht, selbst wieder und weiter. Den Rest übergeben wir Recyclingunternehmen oder dem öffentlichen Abfallwirtschaftssystem. Hier die Details zu den Produktionswerken: Im Werk Ungarn lässt sich ein Rückgang bei den Abfallmengen feststellen. Zwar sind im Berichtszeitraum vermehrt Bauabfälle aufgrund der Standorterweiterung angefallen, jedoch konnte etwa der Papierabfall von 2017 auf 2018 um 42 Prozent reduziert werden, da Kartonboxen und -Verpackungen von Lieferanten noch besser weiterverwendet werden konnten. Bei den gefährlichen Abfällen (etwa bei der Verwendung der lebensmittelechten Druckfarben) gibt es eine direkte Korrelation zur Produktionsmenge. Die für die Bedruckung eingesetzten Farben sind pigmentbasiert, unbedenklich und unterliegen strengsten Sicherheitsanforderungen für den Lebensmittelkontakt (EC No 1935/2004). Natürlich werden diese Abfälle fachgerecht und vor allem sicher gelagert und dem Weiterverarbeitungsunternehmen übergeben. Bei Thaimed Baby in Hat Yai wird ein Teil des Abfalls zu 100 Prozent recycelt. Latexabfälle werden zum Beispiel für den Straßenbau weiterverwendet. In Kabinburi werden Kunststoff-, Papier- und Stahlabfälle an Recyclingunternehmen verkauft. Der hohe Deponieanteil in 2018 resultiert noch aus den restlichen Baumaterialien des Werks, die durch Abfallunternehmen entsorgt wurden.

➤ **„Mehr Hirschmalz, weniger Kunststoff“ (Seite 32)**

# #fairsociety

**Sozial verträglich.** Unser Erfolg hängt an den Menschen, die bei und mit uns arbeiten. Wir sind überzeugt davon, dass Beschäftigte, die gerne in die Arbeit kommen, mit mehr Liebe und Leidenschaft ihrer Aufgabe nachkommen. Dies spiegelt sich direkt in unseren Produkten wider. Die MitarbeiterInnen-Kennzahlen wurden in allen MAM-Standorten weltweit erhoben, sowohl in den Werken als auch in den Büros. Auf den Seiten 36 bis 47 wollen wir aufzeigen, wie MAM zu den Themen Menschenrechte, Diversität, Chancengleichheit, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, MitarbeiterInnen-Benefits und sozialer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft steht. In den folgenden Tabellen befinden sich nun die detaillierten Daten dazu.

## Gesamtzahl der Beschäftigten nach Arbeitsvertrag, Beschäftigungsart, Region und Geschlecht

GRI 102-8

	2016	2017	2018
<b>MitarbeiterInnen gesamt</b>	<b>871</b>	<b>953</b>	<b>964</b>
Europa	693 (80 %)	746 (78 %)	778 (81 %)
Asien	109 (12 %)	140 (15 %)	119 (12 %)
Nordamerika	16 (2 %)	15 (2 %)	17 (2 %)
Südamerika	53 (6 %)	52 (5 %)	50 (5 %)
unbefristet	788 (90 %)	932 (98 %)	948 (98 %)
befristet	83 (10 %)	21 (2 %)	16 (2 %)
Vollzeit	807 (93 %)	897 (94 %)	907 (94 %)
Teilzeit	64 (7 %)	56 (6 %)	57 (6 %)
<b>weiblich</b>	<b>670 (77 %)</b>	<b>711 (75 %)</b>	<b>719 (75 %)</b>
unbefristet	608 (91 %)	698 (98 %)	710 (99 %)
befristet	62 (9 %)	13 (2 %)	9 (1 %)
Vollzeit	612 (91 %)	667 (94 %)	670 (93 %)
Teilzeit	58 (9 %)	48 (6 %)	48 (7 %)
<b>männlich</b>	<b>201 (23 %)</b>	<b>242 (25 %)</b>	<b>245 (25 %)</b>
unbefristet	180 (90 %)	234 (97 %)	238 (97 %)
befristet	21 (10 %)	8 (3 %)	7 (3 %)
Vollzeit	195 (97 %)	230 (95 %)	237 (97 %)
Teilzeit	6 (3 %)	8 (5 %)	9 (3 %)

Die Anzahl der MitarbeiterInnen steigt bei MAM kontinuierlich. Dabei bleibt der Frauenanteil seit 2017 mit 75 Prozent konstant gleich. Auch das Anstellungsverhältnis entwickelt sich positiv. Seit 2017 sind 98 Prozent der MitarbeiterInnen unbefristet angestellt. Der Anteil der Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigten ist seit 2017 unverändert. Eine Teilzeit-Anstellung ist in allen MAM-Ländern möglich. Außerdem gelten unsere MitarbeiterInnen-Benefits für alle gleich, egal ob mit einer befristeten oder unbefristeten, einer Voll- oder Teilzeitbeschäftigung. **„Das Gemeinsame hochhalten“ (Seite 44)**

## Neu eingestellte MitarbeiterInnen und Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region

GRI 401-1

	2016	2017	2018
<b>neue MitarbeiterInnen insgesamt</b>	<b>324</b>	<b>356</b>	<b>268</b>
Anteil gesamt an MitarbeiterInnen	37 %	37 %	28 %
Europa	253 (78 %)	221 (62,1%)	203 (76 %)
Asien	50 (15 %)	124 (34,8 %)	49 (18 %)
Nordamerika	2 (1 %)	1 (0,3 %)	4 (2 %)
Südamerika	19 (6 %)	10 (2,8 %)	12 (4 %)
weiblich	253 (78 %)	239 (67 %)	206 (77 %)
männlich	71 (22 %)	117 (33 %)	62 (23 %)
<30 Jahre	144 (44 %)	128 (36 %)	107 (40 %)
30–50 Jahre	157 (49 %)	218 (61 %)	139 (52 %)
>50 Jahre	23 (7 %)	10 (3 %)	22 (8 %)
<b>MitarbeiterInnen gesamt, die das Unternehmen verlassen haben</b>	<b>157</b>	<b>290</b>	<b>257</b>
Fluktuationsrate	18 %	30 %	27 %
Europa	125 (80 %)	164 (56,6 %)	171 (67 %)
Asien	13 (8 %)	113 (39 %)	70 (27 %)
Nordamerika	1 (1 %)	1 (0,4 %)	2 (1 %)
Südamerika	18 (11 %)	12 (4,1 %)	14 (5 %)
weiblich	120 (76 %)	209 (72 %)	193 (75 %)
männlich	37 (24 %)	81 (28 %)	64 (25 %)
<30 Jahre	60 (38 %)	131 (45 %)	97 (38 %)
30–50 Jahre	74 (47 %)	138 (48 %)	118 (46 %)
>50 Jahre	23 (15 %)	21 (7 %)	42 (16 %)

Mit einem Frauenanteil in der Geschäftsleitung von mehr als 40 Prozent liegen wir bereits sehr gut, und das bereits seit mehreren Jahren. In der Hälfte unserer Tochterunternehmen haben Frauen die oberste Verantwortung und führen die Gesellschaften. Auch unser größtes Produktionswerk wird von einer Frau geführt. Hier ist die Zielsetzung klar: 50 Prozent Frauenanteil in der Geschäftsleitung in den kommenden Jahren. Der Weg dorthin ist nicht mehr weit. **➤ „Das Gemeinsame hochhalten“ (Seite 44)**

Der Anteil an neuen MitarbeiterInnen ist 2017 in Asien merklich gestiegen. Diese Veränderung lässt sich durch die Neueröffnung des Werks in Kabinburi erklären. Auch die erhöhte Fluktuationsrate ist auf die partielle Produktionsverlagerung von Hat Yai nach Kabinburi zurückzuführen.

➤ **„Klar im Vorteil“ (Seite 40)**

## Prozentsatz der Mitarbeiter, die regelmäßig Mitarbeitergespräche führen

GRI 404-3

	2016	2017	2018
<b>%-Satz der Mitarbeiter gesamt, die Mitarbeitergespräche geführt haben</b>	<b>70 %</b>	<b>82 %</b>	<b>86 %</b>
%-Satz der Frauen, die Mitarbeitergespräche geführt haben	77 %	84 %	89 %
%-Satz der Männer, die Mitarbeitergespräche geführt haben	46 %	77 %	77 %

Der Anteil der Beschäftigten, die regelmäßig MitarbeiterInnengespräche führen, ist zwischen den Jahren 2016 und 2018 deutlich angestiegen. **➤ „Das Gemeinsame hochhalten“ (Seite 44)**

## Zusammensetzung der Geschäftsleitung und MitarbeiterInnen nach Geschlecht und Alter

GRI 405-1

	2016	2017	2018
<b>Geschäftsleitung gesamt</b>	<b>54</b>	<b>58</b>	<b>58</b>
weiblich	22 (41 %)	24 (41 %)	24 (41 %)
männlich	32 (59 %)	34 (59 %)	34 (59 %)
<30 Jahre	1 (2 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
30–50 Jahre	32 (59 %)	36 (62 %)	37 (64 %)
>50 Jahre	21 (39 %)	22 (38 %)	21 (36 %)
<b>MitarbeiterInnen gesamt</b>			
<30 Jahre	219 (25 %)	157 (17 %)	210 (22 %)
30–50 Jahre	527 (61 %)	706 (74 %)	611 (63 %)
>50 Jahre	125 (14 %)	90 (9 %)	143 (15 %)

## Gleichberechtigung der Geschlechter

GRI 404-1, 405-1

	2016	2017	2018
<b>MitarbeiterInnen gesamt</b>	<b>871</b>	<b>953</b>	<b>964</b>
Frauen	77 %	75 %	75 %
Weibliche Mitglieder der Geschäftsführung	41 %	41 %	41 %
Frauen im Büro	67 %	66 %	68 %
Frauen in der Produktion	82 %	78 %	78 %
Fluktuation Frauen	18 %	29 %	27 %
Fluktuation Männer	18 %	33 %	26 %
Frauen Teilzeit	9 %	7 %	7 %
Männer Teilzeit	3 %	3 %	4 %
<b>Durchschnittliche Weiterbildungszeit gesamt in Stunden</b>	<b>10,8</b>	<b>15,4</b>	<b>16,9</b>
Durchschnittliche Weiterbildungszeit Frauen in Stunden	10	14,3	16
Durchschnittliche Weiterbildungszeit Männer in Stunden	13,6	18,5	19,5

Familienfreundlichkeit wird bei MAM großgeschrieben und das spiegelt sich auch in den Zahlen wieder. Fast 50 Prozent unserer MitarbeiterInnen haben Kinder. Nach der Karenz liegt die Rückkehrate bei nahezu 100 Prozent. In allen MAM-Ländern haben Frauen die Möglichkeit in Karenz zu gehen, für Männer gilt das in 86 Prozent der Länder.

👉 „Mütter bei MAM: We can work it out!“ (Seite 42)

Rund 75 Prozent unserer MitarbeiterInnen sind Frauen. Der Frauenanteil in der Führungsebene liegt konstant bei 41 Prozent. Die durchschnittlichen Weiterbildungsstunden für MitarbeiterInnen steigen kontinuierlich und die geschlechterspezifische Diskrepanz sinkt von Jahr zu Jahr und beträgt nur mehr 3,5 Stunden pro Jahr. 👉 „Mütter bei MAM: We can work it out!“ Seite 42

## Familienfreundlicher Betrieb

GRI 401-3, 405-1

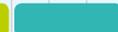
	2016	2017	2018
<b>Gesamtzahl MitarbeiterInnen in Karenz</b>	<b>40</b>	<b>51</b>	<b>41</b>
weibliche Mitarbeiterinnen	39	50	39
männliche Mitarbeiter	1	1	2
<b>Gesamtzahl MitarbeiterInnen, die nach der Karenz planmäßig an den Arbeitsplatz zurückkehren hätten sollen</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>19</b>
weibliche Mitarbeiterinnen	15	12	17
männliche Mitarbeiter	2	4	2
<b>Gesamtzahl MitarbeiterInnen, die nach der Karenz an den Arbeitsplatz tatsächlich zurückgekehrt sind</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>18</b>
weibliche Mitarbeiterinnen	14	10	16
männliche Mitarbeiter	2	4	2
Rückkehrate Frauen	93 %	83 %	94 %
Rückkehrate Männer	100 %	100 %	100 %
<b>MitarbeiterInnen mit Kindern</b>	<b>450 (52 %)</b>	<b>388 (41 %)</b>	<b>439 (45 %)</b>
MitarbeiterInnen ohne Kinder	421 (48 %)	565 (59 %)	525 (55 %)

# Fit for future

**Das MAM CSR-Programm.** Wir haben in den letzten Jahren bereits einiges erreicht, doch es wird uns auch in Zukunft nicht langweilig werden. Einige äußerst spannende und zukunftsfähige neue Ziele und deren Pläne für die Umsetzung liegen bereits auf dem Tisch.

- erreicht
- weiterführen
- zum Teil erreicht
- nicht erreicht
- neues Ziel

	2017	2018	2019	2020	2021+		2017	2018	2019	2020	2021+
<b>CSR-Management #mambaby</b>						<b>Produktspezifische Nachhaltigkeit #happybaby</b>					
Verbesserung des Kennzahlen-Managements bis zum nächsten CSR-Bericht (laufend)	■			■		Sichere Produkte durch Qualitätstests und Erfüllung aller Normen gewährleisten (laufend)	■			■	
Roll-out unseres Nachhaltigkeitsmanagements mit Einzelteil-Lieferanten bis 2020	■	■				Intensive Auseinandersetzung mit den SDGs und Integration in unseren Innovationsprozess (laufend)	■	■		■	
Durchführung von CSR-Workshops in den Tochtergesellschaften und Erstellung/Umsetzung eines Maßnahmenplans vor Ort inkl. MAM CSR-Leitfaden/ E-Training-Plattform bis 2020			■			Enge Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen, um Know-how im Bereich Inhaltsstoffe und Verarbeitung von biobasierten Kunststoffen mit höchstem Sicherheits- und Qualitätsanspruch aufzubauen (laufend)	■			■	
Evaluierung der Bewerbung für ein international anerkanntes Nachhaltigkeitslabel bis 2021			■			Ausrollen des Verhaltenskodex auf unsere Top-10-Lieferanten sowie Aufnahme in den Vertragsabschluss mit allen neuen Lieferanten bis 2020		■		■	
<b>Ökonomische Nachhaltigkeit #newhorizons</b>						Einführung der ISO 13485:2016 für Medizinprodukte im ungarischen Werk bis 2019			■		
Auf Langfristigkeit und Stabilität ausgelegte Unternehmensstrategie mit dem Ziel einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung (laufend)	■			■		<b>Ökologische Nachhaltigkeit #livingplanet</b>					
Weitsichtige Eigenfinanzierung des Unternehmenswachstums und Beibehaltung des hohen Prozentsatzes an Reinvestition (laufend)	■			■		Erweiterung des MAM CO <sub>2</sub> -Rechners für Eltern mittels der Erkenntnisse aus der Studie über den CO <sub>2</sub> -Fußabdruck von MAM-Schnullern bis 2017	■				
Starke Fokussierung auf Forschung & Entwicklung, um als Innovationstreiber aufzutreten (laufend)	■			■							

	2017	2018	2019	2020	2021+
CO <sub>2</sub> -neutrale Produktion: Evaluierung des Projekts „CO <sub>2</sub> -neutrale Produktion“ für Europa bis 2025					
Einführung des im ungarischen Werk genutzten Umweltmanagementsystems nach ISO 14001:2015 für unsere Produktionsstätte in Kabinburi bis 2019					
Einführung des Energiemanagementsystems nach ISO 50001:2011 für unsere beiden Werke in Ungarn und Thailand bis 2021					
Errichtung eines neuen Forschungs- und Entwicklungszentrums in Österreich nach energieeffizienten Richtlinien bis 2021					
100 % unserer Verpackungen recyclebar bis 2020					
<b>Soziale Nachhaltigkeit</b> #fairsociety					
Vernetzung mit mindestens 10.000 medizinischen ExpertInnen wie Hebammen, KieferspezialistInnen, ZahnärztInnen oder KinderärztInnen bis 2020 (2018 waren es 8.000)					
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 (laufend)					
Durchführung eines Social Audits für unsere Produktionsstätten nach Sedex/SMETA inkl. Prüfung der Menschenrechte bis 2018, Wiederholung alle drei Jahre (laufend)					
Weltweiter Roll-out eines Antikorruptions-Programms inklusive Schulungen für MitarbeiterInnen bis 2020					
Zertifizierung nach „Great-Place-to-Work“ für Österreich bis 2018 inkl. eines Top-Rankings und Evaluierung einer internationalen Ausrollung					
Familie und Beruf: Intensivierung von Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf inklusive des Re-Audits Beruf & Familie (laufend)					
Umsetzung unserer jährlich wiederkehrenden Corporate-Giving-Initiativen auf der ganzen Welt durch finanzielle, Zeit-, Sach- und Produktspenden (laufend)					

## Alles zum Bericht

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt. Er wird zweijährlich für unsere Stakeholder wie Eltern, med. ExpertInnen, Handelspartner und MAM-MitarbeiterInnen geschrieben, um unser Nachhaltigkeitsengagement und unsere ökologische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Unternehmensverantwortung zu zeigen und transparent zu machen. Wir achten auf Ressourcen- und Energieeffizienz bei der Entwicklung und Herstellung unserer Produkte und investieren in die Zufriedenheit unserer Belegschaft. Dadurch tragen wir dem Vorsorgeprinzip Rechnung. So führen wir regelmäßig CO<sub>2</sub>-Fußabdruck-Analysen für unsere Produkte durch und geben die Erkenntnis den Eltern weiter (siehe Seite 28) oder lassen unsere Arbeitsbedingungen und die Wahrung der Menschenrechte extern überprüfen (siehe Seite 38).

### Alle Standorte im Visier

Bei der Erhebung der quantitativen Daten wurde der Konsolidierungskreis wie auf den Seiten 6 und 7 dargestellt als Berichtsgrenze festgelegt. Es gibt lediglich zwei Abweichungen: Da Umweltaspekte in erster Linie die Produktionsstandorte betreffen, haben wir die entsprechenden Indikatoren nur für diese erhoben. Betreffend das Thema Menschenrechte haben wir uns auf unseren Standort in Thailand beschränkt, weil nur dort mit unseren beiden Produktionswerken ein erhöhtes Risiko für Gefährdungen besteht.

### Wo ist CSR bei MAM angesiedelt?

Das CSR-Team berichtet direkt an die Geschäftsleitung von MAM, gemeinsam wird die strategische Ausrichtung von CSR festgelegt. So stellen wir sicher, dass alle Themen der Nachhaltigkeit eng mit dem Kerngeschäft verknüpft sind.

### Haben Sie noch Fragen?

Unsere CSR-Abteilung unter der Leitung von Hannes Thaler gibt Ihnen gerne Auskunft zum Inhalt des Berichts sowie zum Dialog mit unseren Stakeholdern: [csr-team@mambaby.com](mailto:csr-team@mambaby.com)

### Nachhaltig auch im Netz

Wir verwenden für unser Printprodukt Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft, zudem wurde er CO<sub>2</sub>-neutral produziert. Die Auflage unseres Nachhaltigkeitsberichts ist sehr begrenzt. Selbstverständlich steht er auf unserer Website zum Download zur Verfügung. Des Weiteren befindet sich dort eine Online-Version, die noch umfangreicher als das Printprodukt ist; mit vielen Infografiken und Slideshows, die unseren Zugang zum Thema Nachhaltigkeit noch mehr verdeutlichen: [www.mambaby.com](http://www.mambaby.com).

# GRI-Inhaltsindex

GRI 101: Grundlagen 2016		
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016		
Organisationsprofil		
102-1	Name der Organisation	Seite 4, Fußnote 1
102-2	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	Seiten 6–7
102-3	Hauptsitz der Organisation	Seiten 6–7, Fußnote 1
102-4	Anzahl der Länder, in denen die Organisation operiert	Seiten 6–7
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	Fußnote 1
102-6	Märkte, die bedient werden	Seiten 6–7; Die Vertriebsstandorte betreuen die belieferten Märkte. Direkte Kunden von MAM sind in erster Linie Distributionspartner, Handelsunternehmen und Apotheken
102-7	Größe der Organisation	Seiten 6–7, Fußnote 2
102-8	Gesamtzahl Beschäftigter nach Arbeitsvertrag, Beschäftigungsart, Region und Geschlecht	Seite 65
102-9	Lieferkette der Organisation	Seiten 12–13
102-10	Wichtigste Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich Größe, Struktur, Eigentumsverhältnisse oder Lieferkette	Seiten 50–53 (Zubau Produktionswerk Ungarn) Seiten 54–55 (Neue Niederlassung in China) Seiten 62–63 (Teil-Produktionsverlagerung von Hat Yai nach Kabinburi)
102-11	Behandlung des Vorsorgeansatzes	Seite 69
102-12	Extern entwickelte wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Chartas, Prinzipien oder andere Initiativen, die von der Organisation befürwortet oder unterstützt werden	Seiten 4–5 (UN Global Compact) Seiten 8–11 (SDGs)
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und nationalen oder internationalen Interessenverbänden	Auszug: respACT, Öster. Kunststoffkreislauf, Altstoff Recycling Austria, Öster. Gesellschaft für Kinder- und Jugendheilkunde, Verband Öster. Kieferorthopäden, SIDS Austria
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 4–5
Ethik und Integrität		
102-16	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen (Verhaltens- und Ethikkodizes) der Organisation	Seiten 8–11, 38–39, Seite 61
Unternehmensführung		
102-18	Führungsstruktur der Organisation, einschließlich der Komitees des höchsten Kontrollorgans	Fußnote 1
102-20	Verantwortung der Führungsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	Seite 69
102-23	Vorstand des höchsten Kontrollorgans	CFO
Stakeholder-Engagement		
102-40	Liste der von der Organisation eingebundenen Stakeholdergruppen	Seite 60
102-41	Prozentsatz aller Arbeitnehmer, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind	MAM zahlt allen MitarbeiterInnen (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 60
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 60
102-44	Wichtigste Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekomen sind, und Reaktion der Organisation auf jene wichtigen Themen und Anliegen.	Seite 60
Berichtsprofil		
102-45	Auflistung aller Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten aufgeführt sind	Seiten 6–7, Seite 69
102-46	Erläuterung des Verfahrens zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung von Aspekten	Seite 60, Seite 69
102-47	Auflistung sämtlicher wesentlicher Aspekte, die im Prozess zur Festlegung der Berichtsinhalte ermittelt wurden	Seite 60
102-48	Auswirkung jeder Neuformulierung einer Information aus früheren Berichten und die Gründe für solche Neuformulierungen	Seite 60
102-49	Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen	Seite 60
102-50	Berichtszeitraum (z. B. fiskalisch oder Kalenderjahr) für die bereitgestellten Informationen	Seite 69
102-51	Datum des jüngsten vorhergehenden Berichts (falls vorhanden)	2017 (für den Berichtszeitraum 2015/2016)
102-52	Berichtszyklus (z. B. jährlich, zweijährlich)	zweijährlich, Seite 69
102-53	Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts oder seiner Inhalte	Seite 5, Seite 69, csr-team@mambaby.com
102-54	Von der Organisation gewählte „In Übereinstimmung“-Option („Kern“ oder „Umfassend“)	Seite 69
102-55	GRI Content Index	Seiten 70–71
102-56	Darlegung über die Strategie und die gegenwärtigen Praktiken der Organisation hinsichtlich einer externen Prüfung des Berichts	Der Bericht wurde nicht extern geprüft. Beratung durch „csr and communication e. U.“

<sup>1</sup> Eigentumsverhältnisse und Rechtsform: Die MAM Babyartikel GmbH ist wie die BAMED AG eine Tochter der Bamed MAM Group Ltd. mit Sitz in Zypern. Oberstes Organ der Gruppe ist die Tamilno Import & Advisory LP mit Sitz in Zypern die im wirtschaftlichen Eigentum der Familie Röhrig (Peter und Klaus Röhrig) steht. Bei wichtigen strategischen Entscheidungen bedarf es der Zustimmung des obersten Organs der Gruppe. Operativ wird die Unternehmensgruppe von der BAMED AG, Schweiz, vertreten durch den Verwaltungsratspräsidenten Niklaus Schertenleib, geführt, wobei sich die BAMED AG für Produktion, Marketing und Vertrieb verantwortlich zeigt. Die beiden österreichischen Unternehmen der Unternehmensgruppe, die Bamed GmbH und MAM Babyartikel GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer Ing. Peter Röhrig, sind in Abstimmung mit der BAMED AG für die Forschung und Entwicklung sowie für die Markenführung verantwortlich.

<sup>2</sup> 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. AufWeltmarktniveau 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.

Im Rahmen des Materiality Disclosure Services hat GRI Services überprüft, dass der GRI-Inhaltsindex klar aufgebaut ist und dass die Verweise der Angaben 102-40 bis 102-49 mit den dazugehörigen Abschnitten im Bericht einhergehen. Dieser Service wurde für die deutsche Version des Berichts durchgeführt.

<b>GRI 103: Managementansatz 2016</b>		
103-1	Erläuterung der Wesentlichkeit der ausgewählten Themen und die Berichtsgrenzen	Seite 60 (für alle Angaben unter GRI 200 Wirtschaftliche Standards, GRI 300 Umweltstandards, GRI 400 Soziale Standards)
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten: Kategorie Wirtschaftlich	Seiten 68–69, Auszug: ISO 9001, alle weltweiten Normen für unsere Produktkategorien, SDGs (für alle Angaben unter GRI 200 Wirtschaftliche Standards)
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten: Kategorie Ökologisch	Seiten 68–69, Auszug: ISO 14001, Rahmenwerk ISO 50001, Energieaudit, SDGs (für alle Angaben unter GRI 300 Umweltstandards)
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten: Kategorie Gesellschaftlich	Seiten 68–69, Auszug: Sedex/SMETA, Great-Place-to-Work, audit Beruf und Familie, SDGs (für alle Angaben unter GRI 400 Soziale Standards)
103-3	Die Evaluation des Managementansatzes	Seiten 68–69 (für alle Angaben unter GRI 200 Wirtschaftliche Standards, GRI 300 Umweltstandards, GRI 400 Soziale Standards)
<b>GRI 200: Wirtschaftliche Standards</b>		
<b>GRI 202: Marktpräsenz 2016</b>		
202-2	Anteil der lokal angeworbenen Führungskräfte	Seiten 50–53
<b>GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016</b>		
203-1	Infrastrukturinvestitionen und unterstützte Dienstleistungen	Seiten 50–53
203-2	Signifikante indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	Seiten 50–53
<b>GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016</b>		
205-1	Korruptionsbekämpfung – Prüfung	Seite 61
205-2	Korruptionsbekämpfung – Schulungen	Seite 61
205-3	Korruptionsbekämpfung – bestätigte Fälle	Seite 61
<b>GRI 206: Wettbewerbswürdiges Verhalten 2016</b>		
206-1	Rechtsstreitigkeiten für wettbewerbswürdiges Verhalten, für Kartell- und für Monopolpraktiken	keine Rechtsstreitigkeiten im Berichtszeitraum
<b>GRI 300: Umweltstandards</b>		
<b>GRI 301: Materialien 2016</b>		
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Seiten 16–17, Seite 63
301-2	Recycelte Materialien	Seiten 16–17
<b>GRI 302: Energie 2016</b>		
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Seiten 30–31, Seite 62
<b>GRI 305: Emissionen 2016</b>		
305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	Seiten 30–31, Seite 63
305-2	Indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	Seiten 30–31, Seite 63
305-3	Andere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	Seiten 29–30
<b>GRI 306: Abwasser und Abfall 2016</b>		
306-2	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	Seiten 32–34, Seite 64
<b>GRI 307: Umwelt-Compliance 2016</b>		
307-1	Nichteinhaltung der Umweltgesetze und Vorschriften	Umweltgesetze und Vorschriften werden über ISO 14001 eingehalten. Keine Vorfälle von Nichteinhaltung von Umweltgesetzen im Berichtszeitraum
<b>GRI 400: Soziale Standards</b>		
<b>GRI 401: Beschäftigung 2016</b>		
401-1	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	Seite 66
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden	Seiten 40–41, Seiten 44–45, Seite 65
401-3	Rückkehrate an den Arbeitsplatz und Verbleibrate (nach der Elternzeit nach Geschlecht)	Seiten 42–43, Seite 67 (Rückkehrate) Verbleibrate: keine valide Daten, wird im nächsten Bericht evaluiert
<b>GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016</b>		
402-1	Mitteilungsfrist bezüglich operationaler Veränderungen	Zeitnahe Mitteilung bei wesentlichen Änderungen ist bei MAM Standard.
<b>GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016</b>		
404-1	Durchschnittliche Fortbildungszeit pro Jahr pro Mitarbeiter	Seite 67
404-3	Prozentsatz der Mitarbeiter, die regelmäßig Mitarbeitergespräche führen	Seite 66
<b>GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016</b>		
405-1	Diversität der Kontrollorgane und der Mitarbeiter	Seiten 66–67
<b>GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016</b>		
406-1	Vorfälle von Diskriminierung und Korrekturmaßnahmen	keine Fälle von Diskriminierung im Berichtszeitraum
<b>GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016</b>		
407-1	Vereinigungsfreiheit und Kollektivvertragsverhandlungen	Seite 61; basierend auf den jeweiligen gesetzlichen Rahmenbedingungen
<b>GRI 408: Kinderarbeit 2016</b>		
408-1	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko für Kinderarbeit	Seiten 38–39, Seite 61
<b>GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016</b>		
409-1	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko für Zwangs- und Pflichtarbeit	Seiten 38–39, Seite 61
<b>GRI 410: Sicherheitspraktiken 2016</b>		
410-1	Sicherheitspraktiken: Sicherheitspersonal, das in Menschenrechtspolitik und -verfahren ausgebildet wurde	Seite 39, Seite 61
<b>GRI 411: Rechte der indigenen Völker 2016</b>		
411-1	Rechte indigener Bevölkerung	Seite 61
<b>GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016</b>		
412-1	Anzahl und Prozentsatz von Tätigkeiten, die Gegenstand von Menschenrechtsüberprüfungen Menschenrechtsverletzungen waren	Seiten 38–39, Seite 61; keine Verletzung von Menschenrechten im Berichtszeitraum
<b>GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016</b>		
413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften und Förderprogrammen	Seiten 46–47, Seiten 50–53
413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen und potenziellen negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung	Seiten 50–53
<b>GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016</b>		
416-1	Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln	Seiten 18–20 (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	keine Vorfälle im Berichtszeitraum
<b>GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016</b>		
417-2	Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Information über und die Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen dargestellt nach Art und Folgen	keine Vorfälle im Berichtszeitraum
<b>GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016</b>		
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
<b>GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016</b>		
419-1	Compliance Bußgelder	keine Bußgelder im Berichtszeitraum

Ich möchte nur hochwertige Sachen für mein Baby kaufen. Welche Qualitätsstandards gelten für MAM-Produkte?

Seite 18

# happybaby

Welchen Beitrag leistet MAM zum Klimaschutz? Und welche Rolle spielen wir als Eltern?

Seite 28

# livingplanet

Wie begegnet MAM dem Thema „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“?

Seite 42

# fairsociety

Hört es mit der Nachhaltigkeit auf, sobald die MAM-Produkte im Handel sind?

Seite 56

# newhorizons