

K(LE)ine WUNDERDINGE

DAS WIENER UNTERNEHMEN MAM WEISS, WAS
BABYS WOLLEN. MIT SCHNULLERN UND FLÄSCHCHEN,
INNOVATIONEN UND NACHHALTIGKEIT HAT ES
SICH AM WELTMARKT ETABLIERT.

INTERVIEW: CHRISTIANE REITSHAMMER



MAM

P E T E R R Ö H R I G

1976 gründete Peter Röhrig das Unternehmen MAM in Wien-Ottakring. Nachhaltigkeit und CSR waren ihm dabei immer wichtig. Anfang der 1990er-Jahre war der Firmenchef auch an der Etablierung der Altstoff Recycling Austria AG (ARA) beteiligt.



Röhren und Bottiche aus Plexiglas, gefüllt mit Hunderten Schnullern in verschiedenen Designs, kleine „Schaufenster“ in den Gangwänden mit brandneuen Kollektionen von Babyartikeln und eine „Wall of Fame“ mit Auszeichnungen für Design, Marketing, Produkte oder Mitarbeiterführung: In den Firmenräumen von MAM in Wien ist nicht zu übersehen, wer hier im Mittelpunkt steht: das Baby. Und dessen Mutter bzw. Eltern.

Seit 1976 produziert das von Ing. Peter Röhrig gegründete Unternehmen MAM Babyartikel GmbH Schnuller; später auch Fläschchen, Beißringe, Zahnbürsten, Still- und Ess-Lern-Produkte sowie diverses Zubehör. Über 70 Millionen Schnuller und Fläschchen – in etwa 300 verschiedenen Farb- und Motivkombinationen – gehen jährlich über die Ladentische und das in 60 Ländern auf allen Kontinenten. „Jedes dritte Kind in den USA hat einen MAM-Schnuller, mehr als zwei Drittel der Kinder in den skandinavischen Ländern, in der Schweiz und in Israel“, sagt der Firmenschef stolz. Dass das „Startup“ aus Ottakring sich derart erfolgreich international als Marktführer entwickeln sollte, war nicht unbedingt absehbar. „Natürlich haben wir an den Erfolg gedacht, aber wir hätten uns nicht ausgemalt, welche Größe das haben wird, dass wir heute in 60 Länder verkaufen und Österreich dabei zwei Prozent des Umsatzes ausmacht“, so Röhrig. ➤





WIR WOLLEN ES MUTTER UND KIND LEICHTER MACHEN. WIR SCHAFFEN NICHT ALLES, KEINE WUNDERDINGE, ABER WIR KÖNNEN FREUDE BEREITEN MIT MEDIZINISCHER EXPERTISE.



Peter Röhrig



Und gibt es ein Rezept für den Erfolg? „Es ist sicher eine Summe von Maßnahmen, aber auch Glück. Man muss intensiv arbeiten. Ob von Wien aus oder von einem anderen Standort, das ist nicht der Hauptgrund.“ Die Auswahl des Produktes habe aber sicher eine Rolle gespielt: „Was Design und Medizin betrifft, war und ist Österreich weltführendes Land, da gibt es Ressourcen.“ Und was für ihn von Anfang an und bei der Weiterentwicklung der verschiedenen Produkte wichtig war: Benutzerfreundlichkeit, Sicherheit und Umweltfreundlichkeit.

Ein Startup der 70er

Zehn Jahre lang arbeitete Röhrig im Betrieb seines Vaters, einem Kunststoffingenieur – damals als einer der Ersten weltweit, der diese Ausbildung hatte. In dem „typischen Zulieferunternehmen“, in dem auch bereits Teile für

Babyartikel produziert wurden, wollte der Tüftler aber nicht bleiben, sondern etwas Eigenes machen. Als sein Vater in Pension ging, nahm Röhrig seine ihm zugesprochenen Anteile und begann, neue Dinge zu entwickeln. „Wir haben zehn Produkte ausgewählt

DAS MEISTE WIRD IN EINEM UMGEBUNGSKREIS VON 250 KILOMETERN VON WIEN PRODUZIERT UND MONTIERT.

und untersucht, was geeignet ist. Der Schnuller hat als Idee gewonnen. Ein „Startup“-Produkt, so nennt man das heute.“ 1976 wurde die MAM Gesellschaft gegründet, es folgten Niederlassungen in der Schweiz, in Großbritannien, Deutschland, Ungarn, Spanien, USA, Griechenland, Frankreich usw.



Peter Röhrig

sowie Vertriebszentren weltweit. Derzeit hat das Unternehmen etwa 1.000 Mitarbeiter, davon ca. 100 in Österreich und ist im Schnitt fast immer gewachsen, Rückschläge habe es nur wenige gegeben. Was ihm sein Vater mitgegeben hat? „Die Basis war: agil sein, unternehmerisch tätig sein, immer Ideen haben, Neues suchen, Dinge verbessern – diese Werte wurden immer gelebt bei uns“, erklärt Röhrig.

Form follows function

Von Anfang an arbeitete MAM gemeinsam mit Ärzten, Hebammen, Orthopäden sowie dem Designer Ernst Beranek, damals Professor an der Hochschule für Angewandte Kunst in Wien, zusammen, um bestmögliche medizinische Funktion, Sicherheitstechnik und Ästhetik zu erreichen. „Die Kunst war, etwas zu machen, was schön ist, gut funktioniert, gut angreifbar und



gut zu halten ist. Das war Teamarbeit – eine Grundvoraussetzung für perfektes und erfolgreiches Industriedesign.“ Mit Ideen in der Badwanne werde man nicht reich. „Die besten Ideen haben wir, wenn wir in Gruppen sitzen und an Ideen feilen, in welche Richtung wir gehen wollen“, so der Unternehmer.

MAM arbeitet konsequent – und im Dialog mit Eltern und medizinischen Experten – an der Weiterentwicklung von Produkten. So hilft der MAM Perfect Schnuller, der dünner und flexibler gebaut ist, dabei, das Risiko von Zahnfehlstellungen wie Überbiss (Overjet) und offenem Biss zu verringern. Die Anti-Colic-Flasche hat ein spezielles Bodenventil, das Koliken und Aufstoßen vermeiden soll. Dazu kommt noch eine Funktion zur raschen Sterilisierung der Flasche – dabei wird die Flasche einfach neu zusammengesetzt,

mit etwas Wasser gefüllt und für wenige Minuten in die Mikrowelle gestellt. Bei den Silikon- oder Latex-Schnullern übernimmt die mitgelieferte Transportbox diese Aufgabe. „Beim Auskochen von Flaschen wird drei bis viermal so viel Energie verbraucht“, erklärt Röhrig den Hintergrund.

Von Wien bis Fernost

Der Schnuller mache an den Umsätzen noch den größten Anteil aus, der Bereich Flasche wachse am stärksten und übernehme in manchen Ländern schon die Mehrheit, wie Röhrig erzählt. Das hänge oft von der Konkurrenz und den lokalen Firmen am jeweiligen Markt ab. In Fernost z. B. sei man noch nicht so an Schnuller gewöhnt, auch sei der zahnärztliche Background weniger ausgeprägt.

Die Produktentwicklung findet in Wien und im Burgenland statt. Pro-

duziert wird bei MAM hauptsächlich in Ungarn (90 Prozent) und in Thailand, wobei das Unternehmen hier noch im Aufbau ist. Ein Gummiwerk und die dazugehörigen Kautschukplantagen gibt es bereits seit Längerem, seit 2002 wird hier im Namen von MAM Naturlatex hergestellt. Eine neue Produktionsstätte wurde erst im Jänner 2018 in Kabin Buri, östlich von Bangkok, eröffnet. Bei der Errichtung des hochmodernen Werks wurde besonders auf Energieeffizienz geachtet. In Asien sieht Röhrig großes Zukunftspotenzial, mit dem eigenen Werk können auch die Transportwege kürzer gehalten werden.

Ein hoher Prozentsatz der Rohstoffe kommt aus Europa, von international tätigen Firmen wie Borealis. „Das meiste wird in einem Umkreis von 250 Kilometern von Wien produziert und montiert“, so Röhrig, etwa von Fir- ➤

1976

wurde der erste MAM-Schnuller verkauft. Die Entwicklung erfolgte gemeinsam mit Ärzten, Hebammen, Orthopäden sowie dem Designer Ernst Beranek.

men aus Ober- und Niederösterreich. Ein Beispiel dafür sind starlim//sterner Werkzeugbau und Silikon Spritzguss in Marchtrenk („auch ein Familienbetrieb, super Qualität, tolles Wachstum, super Leute!“) oder die Kunststoffverpackungsfirma Alpa aus Hard in Vorarlberg mit Standorten in Niederösterreich („haben 150 Betriebe rund um die Welt, auch ein Familienbetrieb“).

Der Wirtschaftsstandort Österreich habe sich für ihn mittlerweile wieder „deutlich verbessert“, („nach Schlüssel war wirtschaftspolitischer Stillstand“), es werde wieder begonnen, Österreich konkurrenzfähiger zu machen. „Wenn ich sehe, was sich im Fernen Osten tut, da sind wir viel zu langsam. Aber es wird besser“, so Röhrig. Auch die schulische Ausbildung, etwa im elektronischen Bereich, kritisiert Röhrig. Hier liege Österreich zurück. „Bildung ist die absolute Basis für unseren Wohlstand in der Zukunft. Wir müssen Begabungen wirklich fördern und andere auf ein Level bringen, dass sie für Österreich da sein und auch was schaffen können. Das passiert nicht mit Gleichmacherei.“

Gesund und/oder nachhaltig

Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility sind große Themen bei MAM, für Röhrig ganz logisch: „Wo denn, wenn nicht bei Babys? Wenn es um Zukunft geht? Wobei vor dem Umweltgedanken noch Gesundheit und Sicherheit an erster Stelle stehen. Aber auch da gibt es eine logische Folgerung: „Werkstoffe, die Babys nicht schaden, können auch nicht schädlich für die Umwelt sein.“ Verwendet werden bei MAM z. B. Naturkautschuk, Silikon und Polypropylen, jedoch keine BPS- und BPA-hältigen Werkstoffe. Eine Einschränkung gibt es auch bei recycelten Materialien bezüglich Unbedenklichkeit. „Da haben wir keine 100-Prozent-Garantie, was drinnen ist. Wir können nicht jedes Kilo kontrollieren.“ In Sachen Kunststoffrecycling war jedoch MAM bzw. Peter Röhrig bereits Anfang der 1990er-Jahre engagiert und an der Etablierung der Altstoff Recycling Austria AG (ARA) beteiligt. „Es ist uns gelungen, dass Kunststoffe zu 98 % wieder gesammelt und verarbeitet werden.“ Auch Fenster von Abbruchhäusern, Teile von Elektrogeräten etc. gehören dazu – nicht nur Verpackungsmaterial. „Viele Stoffe werden heute weiterverarbeitet und aufbereitet. In Österreich können wir



etwas unter der Hälfte der gesamten Kunststoffe zu neuem Kunststoff machen. Die andere Hälfte ersetzt Braunkohle als Energielieferant. Es ist zwar etwas unfair, aber jedes Plastiksackerl, das nicht verkauft oder gebraucht wird, bedeutet, dass Braunkohle importiert wird. Unfair deswegen, da die Produktion für ein Sackerl auch Energie verbraucht.“ Das Problem liegt für Röhrig gar nicht in

DIE KUNST WAR, ETWAS ZU MACHEN, WAS SCHÖN IST, GUT FUNKTIONIERT, GUT ANGREIFBAR UND GUT ZU HALTEN IST.

Europa: „Wir müssen uns weltweit anstrengen“. Mit der Einsammlung von Kunststoffen in den Ländern der dritten Welt wäre viel getan und erreicht: Recycling von wertvollen Materialien, Energieerzeugung und ein Einkommen für die Bevölkerung. „Das würde viel Geld bringen“, meint Röhrig. Dabei müssten die Firmen eingebunden werden, Vorschriften seien da notwendig.

Hoher Anspruch

Was sich verändert hat in den vergangenen Jahrzehnten: Die Konsumenten sind anspruchsvoller geworden, sie setzen sich mit den Themen stärker auseinander. „Eine Schwangerschaft ist heutzutage eine überlegte Entscheidung. Eltern bzw. Mütter beschäftigen sich von Anfang an damit. Sie erkundigen sich in den Medien, in Fachgeschäften bei Freunden und Bekannten.

“

Peter Röhrig

70

Millionen Schnuller und Fläschchen gehen jährlich weltweit über die Ladentische. In den USA wächst jedes dritte Kind mittlerweile mit einem MAM-Schnuller auf.

Auch Männer haben sich verändert. Ein Kind zu bekommen, ist doch der emotionalste Moment!“

Die hohen Ansprüche seien aber der Vorteil für das Unternehmen: „Kritische Stimmen sind wichtig. Aber wir haben auch viele positive Meldungen“, freut sich der Firmenchef. Die Artikel werden ständig getestet, auch gemeinsam mit Müttern, die ihre sehr geschätzten Meinungen dazu sagen. Die Designs werden laufend, etwa ein- bis zweimal im Jahr, verändert, so wie sich auch die Mode ständig ändert: „Wir passen uns an und schauen, was bei Kindern modern wird.“ Auch die Formen werden angepasst, wenn auch nicht so häufig. Die Verbesserung der verschiedenen Waren steht im Vordergrund: „Wir wollen es Mutter und Kind leichter machen. Wir schaffen nicht alles, keine Wunderdinge, aber wir können Freude bereiten mit medizinischer Expertise. Und die Produkte sind auch noch schön anzuschauen.“

Familie MAM

Wenn von MAM die Rede ist, wird auch oft von der „MAM-Familie“ gesprochen. „Unsere Mitarbeiter fühlen sich einfach wohl und schätzen das familiäre Verhältnis mit den Kollegen und damit auch mit mir – im Gegensatz zu einem Großbetrieb.“ Sein Sohn Stefan werde ihm im Betrieb folgen. So habe dieser bereits vor dreieinhalb Jahren die Niederlassung in New York aufgebaut. Derzeit betreibt er sein eigenes Startup in Boston, welches er nach seiner Zeit an der Harvard Business School gegründet hat und bereitet sich so auf seine Aufgabe vor. „Ihm ist klar, dass er absolut wieder zurück will ins Unternehmen“, betont Röhrig. Sein zweiter Sohn, Investmentunternehmer, sei indirekt als „Berater“ in einer Art „Aufsichtsratsfunktion“ tätig. „Er kennt sich mit Unternehmensführung aus“, weiß der Vater.

Die Vater-Sohn-Beziehung im Unternehmen hat für ihn eine ähnliche Bedeutung wie die Beziehung zu den Mitarbeitern. „Es ist eine Mischung aus verschiedenen Erfahrungen aus verschiedenen Bereichen, Jung und Alt, Frauen, Männer. Die Wechselwirkung ist wichtig. Und es hat mit Einstellung und gegenseitiger Achtung zu tun. Es kommt auch immer drauf an, wie man in den Wald hineinruft. Ich hatte immer das Glück, dass es so zurückgekommen ist.“ ◀