



Warum wir tun, was wir tun: #weilwirkinderlieben

Hamburg, im April 2020 – Frage: Was verbindet die Menschen hinter Ergobaby mit all den Eltern, die ihnen – im überTRAGENen Sinne – überall auf der Welt das Wohl ihrer Kinder anvertrauen? Antwort: Das vielleicht stärkste Gefühl, das Menschen füreinander empfinden können: Liebe. Sie stiftet das innige Band zwischen Eltern und ihrem Nachwuchs, sie bildet die unendlich wertvolle Basis des Vertrauens und der Nähe, den Grundstein für eine glücklich ins gemeinsame Leben startende Familie. Ohne diese Liebe zu den Kleinsten und Aller kleinsten gäbe es deshalb auch Ergobaby nicht. Denn was die frischgebackene Mutter Karin Frost damals im Jahr 2002 dazu bewogen hat, eine leicht anzuwendende Babytrage mit einzigartigem Tragekomfort für Eltern und Baby zu entwerfen, ist bis heute die Kraft und Motivation, die alle Menschen hinter der Marke – vom CEO über die Produktentwickler bis zum Vertrieb – antreibt. Dieser innere Antrieb führt zu einem Qualitäts- und Funktionsanspruch an Produkte, die immer die gesunde körperliche und seelische Entwicklung der Babys und den Aufbau einer innigen und sicheren Eltern-Kind-Bindung zum Ziel haben. Wir wollen als Begleiter auf der Reise ins und durchs Familienleben unterstützen. Denn wir tun, was wir tun: #weilwirkinderlieben.

Frischgebackene Familien bei den Freuden und „Leiden“ des Familiendaseins zu unterstützen, macht den Kern der Marke Ergobaby aus. Dabei zu helfen, Nähe und Bindung aufzubauen und sicher als Familie zusammenzuwachsen, steht daher im Zentrum allen Handelns bei Ergobaby. Es ist unsere Grundüberzeugung (und übrigens auch wissenschaftlicher Forschungsstand), dass eine anschiessame, enge körperliche Verbundenheit von Eltern und Kind das A und O für den gelungenen und gesunden Start in ein glückliches Familienleben und den Aufbau einer sicheren Bindung ist, die weit über das Kindesalter hinaus positiv wirkt. Dieses zweifellos sinnstiftende Element bei der Entwicklung und Vermarktung unserer Produkte führt zu einer großen Motivation und Leidenschaft, die jeden Mitarbeiter morgens zur Arbeit gehen lässt. Ebenso führt dies zu einer gewissen von uns gefühlten Nähe und Verbundenheit zu den Müttern und Vätern, die Ergobaby im übertragenen Sinne das Wohl ihrer kleinen Lieblinge anvertrauen, wenn sie sich für eine Tragehilfe, einen Schlafsack, Stillkissen oder Buggy entscheiden.

„Spätestens wenn das Kind endlich da ist, wird das Leben der frischgebackenen Eltern erst einmal ordentlich durcheinandergewirbelt. Alles ist jetzt neu und wahnsinnig aufregend, Mütter und Väter befinden sich im emotionalen Ausnahmezustand. Dass tausend Fragen, aber auch Unsicherheiten da an der Tagesordnung sind, ist vollkommen normal“, weiß Robin Homolac, Brand Manager Ergobaby Europe und als Vater von zwei Kindern ein echter Familienprofi. „Hier mit Rat und Tat ganz dicht dran zu sein, im engen Austausch mit den Eltern Erfahrungen zu sammeln, die wir dankbar in die



Neuentwicklung und ständige Verbesserung unserer Produkte einfließen lassen, Fragen beantworten und Unsicherheiten nehmen zu können – das alles empfinden wir täglich aufs Neue als im wahrsten Sinne des Wortes verantwortungs- und sinnvolle Aufgabe. Manchmal fühlt es sich sogar so an, als wären wir Teil der Familien, die wir in diesen prägenden Jahren ihrer Reise begleiten dürfen. Mit dafür Sorge zu tragen, dass gerade die Kleinsten auf diesem Weg in eine gemeinsame Zukunft Nähe und Geborgenheit erfahren, ist ein schon fast intimes Gefühl.“

Ein Gefühl, das auch Gunnar Dahl nur allzu gut kennt. Wie Robin Homolac ist auch der Managing Director von Ergobaby Europe erfahrener Papa, der eine genaue Vorstellung davon hat, was Ergobaby für ihn ausmacht: „Vielleicht kann man es so sagen: Als Unternehmen wollen wir Produkte entwickeln und vermarkten, die unser Versprechen an Funktionalität und Qualität hinsichtlich höchster Ansprüche an Ergonomie, Komfort, leichte Anwendung und Haltbarkeit optimal erfüllen. Als Mütter und Väter, Tanten und Onkel, Kolleginnen und Kollegen tun wir das, weil es uns erfüllt und zufrieden macht, an etwas so Sinnvollem, nämlich ein Familienleben zu bereichern, teilzuhaben. Diesen inneren Antrieb oder Daseinszweck unseres Unternehmens machen wir jetzt für unsere Mitarbeiter, Partner und Kunden auch sichtbar in #weilwirkinderlieben. Das schafft ein einmaliges Gefühl der Verbundenheit, das wir begleitend auch in unserer globalen Dachkampagne *together #inmyergo* zum Ausdruck bringen“, erklärt Gunnar Dahl abschließend.

Bildzitate / BU:

Robin: „Wie in jeder normalen Familie geht es auch bei Ergobaby manchmal ziemlich stressig zu. Aber das gehört einfach dazu, wenn man sich mit Herz und Seele für dafür begeistert, Groß und Klein auf dem Weg in das gemeinsame Familienleben zu begleiten. Selbst Vater von zwei tollen Kindern, weiß ich, warum ich gern zur Arbeit gehe. Das ist ein beglückendes Gefühl, das sich mit nichts vergleichen lässt.“

Gunnar: „Wenn Eltern uns schreiben, dass ihre Ergobaby Trage oft und gern zum Einsatz kommt, wir also erfolgreich helfen konnten, Nähe und Geborgenheit zwischen Eltern und dem kleinen Schatz zu stiften, dann ist das die schönste Bestätigung für meinen Job, die ich mir nur wünschen kann.“