

# Pressemitteilung

FREI ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG

AB 29. FEBRUAR  
IN ÜBER 630 **dm** FILIALEN



**MYCLARELLA MACHT DAS LEBEN NACH DER GEBURT LEICHTER FÜR JUNGE MÜTTER. START-UP JETZT ERSTMALS BREIT IM STATIONÄREN HANDEL VERTRETEN. ERFOLGSGESCHICHTE EINER DEUTSCHEN GRÜNDERIN.**

Mannheim, 27. Februar 2024 – MyClarella®, ein Vorreiter-Start-up im Bereich der Mütterpflege und des Wochenbetts, erreicht einen bedeutenden Meilenstein in seiner Unternehmensgeschichte. Die Produkte des 2021 gegründeten Unternehmens sind erstmals breit im deutschen stationären Handel vertreten. Damit gelingt es MyClarella® nicht nur, ein weiteres Kapitel der unternehmerischen Erfolgsgeschichte zu schreiben, auch ein wichtiges gesellschaftspolitisches Ziel wird erreicht: Das Thema Mütterpflege im Wochenbett rückt in den Fokus der Öffentlichkeit. Ziel des Unternehmens ist es, Mütter in der oft schwierigen Zeit nach der Geburt mit geeigneten Produkten und Informationen zu versorgen.

Clara Fiorella Teschner (31) gründete MyClarella®, nachdem sie mit der Geburt ihres Sohnes und dem anschließenden Wochenbett die Lücke im Markt schmerzhaft am eigenen Leib erfahren hatte. Sie rief ein Unternehmen ins Leben, das sich ausschließlich um das Wohl der Mütter kümmert und die Rolle der Mutter in den Fokus rückt. „Who mothers the mother?“ ist nicht nur der Slogan, sondern eine Frage, die gesellschaftlich zum Nachdenken anregen soll. Lange wurde die Zeit nach der Geburt vernachlässigt und die Bedürfnisse der Mütter wurden nicht angemessen berücksichtigt. MyClarella hat es sich zur Aufgabe gemacht, dieses Tabu zu brechen, und bietet eine breite Palette an innovativen Produkten und fundiertem Wissen für Schwangerschaft, Wochenbett und Stillzeit.

Bereits seit 2023 sind die Produkte von MyClarella® bei renommierten Vertriebspartnern wie dm Online und Rossmann Online vertreten (weitere: ShopApotheke, Otto, Avocado Store). Ab dem 29. Februar 2024 sind MyClarella®-Produkte während einer Display Aktion in 635 Filialen des deutschen Drogeriemarktführers dm landesweit erhältlich, ab August in 2100 Filialen. Damit werden Pflege- und Wochenbett-Hygieneprodukte für Mütter zum ersten Mal deutschland-, aber auch europaweit, breit im stationären Handel präsentiert.

Die Zusammenarbeit mit dm ermöglicht es MyClarella®, noch mehr Frauen zu erreichen und die Bekanntheit der Marke weiter zu steigern. Seit dem Start 2021 ist das Unternehmen jedes Jahr um 400% Prozent gewachsen und ist heute schon profitabel. 2025 soll ein Umsatz von über 10 Mio. Euro erreicht werden. MyClarella® wäre damit Start-Up-Marktführer im Bereich Mütterpflege in Deutschland.

Das stetig wachsende MyClarella® Produktportfolio bestehend aus Hygieneprodukten (Binden aus Bio-Baumwolle, Intimdusche, Stilleinlagen), Funktionsunterwäsche und pflegender Naturkosmetik, bietet eine moderne und innovative Alternative zu den auf dem Markt bestehenden Produkten. So gehört zum Beispiel hautirritierende Netzunterwäsche dank der wiederverwendbaren MyClarella® The Mama Panty der Vergangenheit an. Evidenzbasiertes Wissen und Aufklärung erhalten die Kundinnen auf dem MyClarella® Blog, Social Media Kanälen und bald auch in einem kompakten digitalen Format.

Für Presseanfragen oder Interviews steht die Gründerin und Geschäftsführerin Clara Teschner zur Verfügung.

Anfragen an: [press@myclarella.com](mailto:press@myclarella.com)

