****

**Pressmeddelande Stockholm den 14 maj 2014**

**Mammagåva nya svenska namnet för ” Push present”**

*Mammagåva blir det nya svenska namnet för den present som mamman får när barnet föds. Push present är den engelska benämningen och nyligen utlyste branschorganisationen Smycken & Klockor en namntävling.*

* Vi fick in flera bra förslag och tycker att det är kul att så många har engagerat sig i frågan säger Lena Carlsson vd för branschorganisationen. Det tyder på ett stort intresse för frågan. Juryn har utvärderat de olika förslagen och kommit fram till att mammagåva är det ord som bäst beskriver vad det handlar om.
* Det är tre personer som lämnat samma förslag; mammagåva. Vi har bedömt det som mest rättvist att alla tre får dela lika på den totala prissumman på 15.000:-, dvs. 5.000:- vardera. Presentkortet gäller i våra medlemsbutiker.

Att ge en present till mamman när barnet föds börjar blir mer vanligt. Gåvan ska ses som en uppskattning för de nio månaderna som kvinnan burit barnet. Vi gillar att ta efter kändisar och tv stjärnor och seden att ge en mammagåva har aktualiserades i samband med kungahusets tillökning. Från branschorganisationen vill vi uppmuntra till att dela fina stunder i livet med en gåva som har bestående värde.

Juryn har bestått av styrelsen i ”Smycken & Klockor” och Jan Ribbhagen från Kurt Ribbhagen AB. Jan Ribbhagen är en välkänd profil från bland annat Antikrundan.

Mer om vinnarna finns på [www.smyckenochklockor.se](http://www.smyckenochklockor.se)

För mer information, kontakta:

Lena Carlsson, vd Smycken & Klockor

Branschorganisation

070 – 777 49 88
E-post: info@smyckenochklockor.se

[www.smyckenochklockor.se/press](http://www.smyckenochklockor.se/press)

***Om branschorganisationen Smycken & Klockor***

*Smycken & Klockor verkar för ur- och guldsmedsbranschen i Sverige och startades år 2007 och har ca 180 medlemsföretag. Organisationen arbetar för att bilda ett nätverk som tillsammans kan öka tillväxten och förena marknaderna för smycken och klockor samt öka köptryggheten för konsumenter.*