

11.09.2014 - 13:00 Uhr

Neue Markenidentität für Britax Römer - gibt Familien "Freiheit im Alltag" / Die weltweite Neupositionierung der Marke spiegelt Engagement für die wandelnden Bedürfnisse von Eltern wider

Ulm (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Britax, Marktführer im Bereich Mobilität für Kinder, kündigte heute seine weltweite Neupositionierung an, um Kunden und Einzelhändlern ein besseres Verständnis seines erweiterten Produktumfangs zu verschaffen. Sie spiegelt das Engagement des Unternehmens wider, sich den wandelnden Bedürfnissen von Familien anzupassen. Von heute an werden alle Bereiche des Unternehmens unter der neuen, modernen Dachmarke Britax geführt. "Freiheit im Alltag" wird zur Markenvision für das gesamte Produktportfolio.

Diese neue Markenpositionierung und -identität, an der seit drei Jahren gearbeitet wurde, basiert auf Untersuchungen sowie Kunden-Feedback. Ihr Konzept reflektiert verstärkt die emotionalen Aspekte des Abenteuers "Elternsein" und ist Teil der Strategie, Mobilität für Familien in allen Situationen besser, einfacher, intelligenter und sicherer zu machen.

Amy Voller, Brand Director bei Britax EMEA erklärt: "Britax ist seit Generationen ein Marktführer und für Innovationen bekannt. Der Fokus liegt auf der Entwicklung erstklassiger, funktionaler und sicherer Produkte für Kinder. Im Anschluss an die jüngsten Akquisitionen, möchten wir das Fachwissen und die Erkenntnisse über unsere gesamte Produktpalette hinweg hervorheben - und unsere moderne, harmonisierte Markenidentität gibt uns dazu die Möglichkeit."

"Wir entwickeln uns immer mit der Zeit, um den sich ändernden Bedürfnissen und Wünschen von Eltern gerecht zu werden und um die Sicherheit der kleinen Passagiere zu gewährleisten - egal, ob es sich um den Kindersitz für die erste Fahrt des Neugeborenen nach Hause oder um einen Kinderwagen für stressfreies Einkaufen mit Kleinkindern handelt. Jetzt schaffen wir eine einheitliche, starke Marke, die unser Ziel, Aktivitäten mit Kindern sicherer und leichter zu vereinbaren, widerspiegelt. Wir möchten, dass Eltern wissen und darauf vertrauen können, dass sie unabhängig von ihren Zielen oder Plänen sicher sind und mit Stil reisen können", so Amy Voller.

Römer und Britax sind seit der Fusion in den 1970er Jahren Teil einer Familie. Seit damals hat das ständig wachsende Unternehmen 2011 auch die Marke BOB (Aktiv-Kinderwagen und Fahrradanhänger) und 2013 die Marke BRIO (Kinderwagen und Auto-Kindersitze) übernommen. Dadurch hat sich das Markenangebot beträchtlich entwickelt. Eine Harmonisierung unter einem weltweit anerkannten Markennamen ist der erste Schritt von Britax internationalen Bemühungen hin zu einer neuen Markenidentität. Römer wird als Untermarke weiterhin maßgebend für Auto-Kindersitze stehen, während Britax BOB, der sportliche kleine Bruder, Produkte für aktive Familien bietet.

Ab Oktober und für die nächsten 12 Monate wird die neue Markenidentität weltweit über alle Britax-Produkte und Kanäle hinweg, einschließlich TV, Druckmedien, Außenwerbung, Digitalmarketing und im Einzelhandel, eingeführt.

Die erste Möglichkeit, die neue Marke kennenzulernen, ist diese Woche auf der Messe Kind + Jugend in Köln, auf der die aktuellen Innovationen der 2015 Kollektion vorgestellt werden.

Dazu zählen:

- Der BRITAX RÖMER KING II ATS - Ein Autositz der Eltern automatisch warnt, wenn die Gurtspannung nachlässt - Ähnlich wie Gurtsysteme bei Autofahrern.
- Der BRITAX RÖMER ADVANSAFIX - Ein Kombinationssitz mit einem 5-Punkt-Gurtsystem, der mit Kindern bis zu 25 kg, anstelle der standardmäßigen 18 kg, mitwächst.
- Die BRITAX GO und GO NEXT Kinderwagen - Stylish Lösungen für Premium-Kinderwagen mit intelligentem Zubehör.

- BRITAX RÖMER TRIFIX THE BLACK EDITION - Ein limitierter Kindersitz, der pure Eleganz mit optimaler Sicherheit vereint.
- BRITAX stellt auch ein brandneues Sicherheitskonzept vor, durch das sein vielseitiger Kinderwagen BRITAX SMILE im Jahr 2015 ergänzt wird - Ein innovatives Bremssystem, das automatisch eingreift, wenn sich keine Hand am Griff befindet.

Diese innovativen, neuen Produkte repräsentieren die Umsetzung der neuen Marke, die alle unter dem Slogan "be free" geführt werden. Die Produkte wurden speziell entwickelt, um Mobilität und Sicherheit für Kinder weiter zu verbessern. Sie bieten Familien eine größere Auswahl und Freiheit, egal, wie aktiv sie sind.

Kontakt:

Weitere Informationen zu Britax finden Sie unter www.britax.de oder <http://www.facebook.com/BritaxRoemerDeutschland>.

Britax Childcare
Britax Römer Kindersicherheit GmbH
Isabell Unseld
Interim Senior Communication Manager EMEA
0731 93 45 255
Isabell.Unseld@britax.com

Britax Römer Pressestelle
Editha Ohnweiler
F&H Public Relations GmbH
089 121 75 108
britax@fundh.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053817/100761258> abgerufen werden.