

13.01.2015 - 14:59 Uhr

## Die Welt mit Kinderaugen sehen und entdecken / Der neue TV Spot von Britax versinnbildlicht die Neupositionierung der Marke und präsentiert Freiheit im Familienalltag

Ulm (ots) -

- Querverweis: Video ist abrufbar unter:  
<http://www.presseportal.de/pm/106558> -

Britax, Marktführer im Bereich Mobilität für Kinder, ist ab heute als einer der ersten Hersteller von Produkten für Kindersicherheit mit einem Werbespot im deutschen Fernsehen präsent. Diese TV-Offensive beruft sich auf die neue Markenidentität und das Engagement des Unternehmens, sich auf die wandelnden Bedürfnisse von Eltern und Kindern einzustellen. "Freiheit im Alltag" soll für alle Familienmitglieder mithilfe der innovativen Produkte von Britax ermöglicht werden. Parallel zum Launch können Eltern die im TV Spot vorgestellten Produkte bis zum 15. Februar über einen Instagram Wettbewerb gewinnen.

Uneingeschränkte Mobilität und im Alltäglichen das Besondere sehen - der neue 30 Sekunden lange TV Spot von Britax visualisiert auf emotionale Weise, wie Kinder die Welt mit ihren eigenen Augen sehen und versinnbildlicht damit die Markenvision. Familienfreiheit bezieht sich nicht nur auf außergewöhnliche Reisen oder Momente, sondern stellt den Alltag und die tägliche Mobilität der Familie in den Mittelpunkt.

Amy Voller, Brand Director bei Britax EMEA erklärt: "Der Spot spiegelt das Engagement von Britax wider, dem Familienleben keine Grenzen zu setzen und dieses mit unseren innovativen Produkten zu unterstützen. Unsere Markenvision geht mit der Entwicklung von erstklassigen, funktionalen und sicheren Produkten für Kinder Hand in Hand."

Der TV Spot zeigt die unterschiedlichen Facetten des Lebens und fängt mehrere Momente ein, in denen etwas Besonderes die Aufmerksamkeit des im Kinderwagen, Auto- oder Fahrradsitz transportierten Babys erregt. Fasziniert von einem sich im Baum verhedderten Luftballon oder einem galoppierenden Pferd, zeigt das Baby auf diese verzaubernden Ereignisse und macht sie somit für die Eltern und gleichzeitig für den Zuschauer sichtbar. "Britax möchte Eltern die Bestätigung geben, dass es nicht Eindrücke geht, die Andere von ihnen haben, sondern um die eigenen Erlebnisse und Glücksmomente, die die Familien machen und erfahren", so Amy Voller über die Neuausrichtung der Marke.

Seit Oktober 2014 und für die folgenden 12 Monate wird die neue Markenidentität mit neuem Logo weltweit über alle Britax Produkte und Kanäle hinweg kommuniziert. Der TV Spot reiht sich als Herzstück in diese vielschichtige Kampagne mit ein, die zum einen Britax als moderne Dachmarke positioniert und zum anderen die neue Markenvision für das gesamte Produktportfolio darstellt. Der TV Spot, der auf den Sendern ProSieben, SAT.1, kabel eins und sixx zu sehen ist, wird durch eine umfassende Werbekampagne in Print und Online ergänzt.

Im Rahmen des neuen TV Spots führt Britax einen Fotowettbewerb über die audiovisuelle Plattform Instagram durch. Inspiriert durch den Werbespot sollen Eltern, passend zu dem Motto "Ein Moment der Freiheit mit Deiner Familie", Bilder auf Instagram hochladen und mit dem Hashtag #Britaxbefree versehen. Alle Teilnehmer haben die Chance, entweder einen Sportkinderwagen BOB Revolution PRO, einen Britax Affinity Kinderwagen mit Kinderwagenaufsatz oder einen Britax Römer DUALFIX Kindersitz zu gewinnen.

Alle Interessierten, die den Spot dennoch im Fernsehen verpassen, können sich diesen auf der Microsite unter <http://lookat.britax.com/> ansehen. Hier finden sie auch detaillierte Informationen und Teilnahmebedingungen zum Gewinnspiel. Mehr zu Britax unter [www.britax.de](http://www.britax.de) oder <http://www.facebook.com/BritaxRoemerDeutschland>.

Kontakt:

Britax Pressestelle  
Editha Ohnweiler  
F&H Public Relations GmbH  
089 121 75 108  
[britax@fundh.de](mailto:britax@fundh.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053817/100767049> abgerufen werden.