

## »UNBEKÜMMERT REISEN«

Es ist das Dauerthema und wird es bleiben. Sichere Autokindersitze stehen bei der Entwicklung im Vordergrund.

Sicherheit, Komfort und Funktionalität sind die zentralen Kriterien beim Kauf eines Autokindersitzes. Der im letzten Jahr eingeführte EU-Standard i-Size bietet Eltern eine zusätzliche Option beim Kauf eines passenden Kindersitzes. Wurden bisher Kindersitze in Gewichtsklassen eingeteilt, schreibt i-Size den rückwärtsgerichteten Transport von Kindern bis zu einem Alter von 15 Monaten vor. Solche Reboarder, so die Bezeichnung für Sitze, in denen das Kind entgegen der Fahrtrichtung sitzt, benötigen zwar oft mehr Platz und bringen mehr Gewicht auf die Waage, bieten dafür aber auch ein hohes Maß an Sicherheit und Seitenaufprallschutz, weil bei einem Unfall die Halswirbelsäule geschützt und das Verletzungsrisiko weiter minimiert wird. Das sieht man beim Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels, der



»Wir möchten, dass Eltern wissen und darauf vertrauen können, dass sie unabhängig von ihren Zielen und Plänen sicher und mit Stil reisen können.«

AMY VOLLER,  
BRITAX RÖMER

seit Jahren mit der ‚Aktion Autokindersitz‘ für mehr Sicherheit wirbt, genauso.

### BERATUNGSINTENSIVE PRODUKTE

Sukzessive bieten immer mehr Hersteller nach i-Size zugelassene Kindersitze an. Allerdings fand sich im ADAC Kindersitztest 2014 unter den insgesamt 28 getesteten Sitzen lediglich ein i-Size-Modell, das zwar nicht die Bestnote erzielte, aber doch unter den besten Modellen landete. Was nicht ist, kann ja noch werden. So schickt sich der nach eigenen Angaben Marktführer im Bereich Mobilität für Kinder an, sich neu zu erfinden und seine Sitze zukünftig unter einer Marke zu positionieren, um Kunden und Einzelhändlern ein besseres Verständnis zu liefern. „Wir entwi-

22 % aller Kinder, die 2012 in Deutschland geboren wurden, hatten eine Mutter, die zum Zeitpunkt der Geburt 35 Jahre oder älter war. In sieben EU-Staaten waren späte Geburten häufiger als in Deutschland.

22%

ckeln uns immer mit der Zeit“, sagt Amy Voller, Brand Director Britax Römer, „um den sich ändernden Bedürfnissen und Wünschen von Eltern gerecht zu werden... Wir möchten, dass Eltern wissen und darauf vertrauen können, dass sie unabhängig von ihren Zielen und Plänen sicher und mit Stil reisen können.“ Sicherheit ist aber nur ein Aspekt bei der Kaufentscheidung, anwenderfreundliche Bedienbarkeit ein anderer. Großer Wert wird dabei auf einfache Handhabung gelegt, um das Risiko von Fehlinstallationen zu minimieren. Doch unabhängig von der Philosophie, ob Kinder lieber in oder gegen die Fahrtrichtung platziert werden sollten, unstrittig ist, dass Autositze heute beratungsintensive Hightech-Produkte sind.



»Kompetenz bei Autokindersitzen zahlt sich für den Händler in Euro und Cent aus und bringt zufriedene Kunden.«

WILLY FISCHEL,  
GESCHÄFTSFÜHRER BVS

Händler, die ihre Verkäuferinnen und Verkäufer für die Beratung fit machen wollen, profitieren von den Verkaufstrainings der AKTION AUTOKINDERSITZ. 85 Prozent aller Trainingsteilnehmer sagten 2014: „Mit diesem Training verkaufen wir mehr Autokindersitze.“ Händler, die ihre Mitarbeiter auch erfolgreicher machen wollen, können sich per [bvs@einzelhandel.de](mailto:bvs@einzelhandel.de) für die nächsten Trainingstermine vormerken lassen. BVS-Geschäftsführer Willy Fischel: „Kompetenz bei Autokindersitzen zahlt sich für den Händler in Euro und Cent aus und bringt zufriedene Kunden.“

Der Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels prognostiziert für 2014 eine stabile Umsatzentwicklung bei Spielzeug sowie Baby- und Kinderausstattung. Seine Hoffnung begründet er mit einer stabilen Geburtenentwicklung. Tatsächlich stieg die Zahl der Lebendgeborenen, wie es bei den Bundesstatistikern heißt, in den letzten beiden Jahren. 2013 registrierte Wiesbaden 682.069 Kinder, also einen leichten Anstieg gegenüber dem Vorjahr. Im Jahr 2000 waren es allerdings noch 766.999 Kinder.

766.999

