



Qeridoo GmbH

Mit Sicherheit Richtung Marktführerschaft

Sie sind aus keinem Stadtbild und von keinem Ausflugsort mehr wegzudenken: Kinderfahrradanhänger. Nikolai Boldt, Gründer der Qeridoo GmbH, spricht jedoch lieber von Kindersportwagen, weil seine Produkte mehr als nur Anhängsel sind: Sie sind auch als vollwertige Kinderwagen oder Jogger einsetzbar. Als solche müssen sie hohen Sicherheitsanforderungen genügen. Und so ist für diese Entwickler mit Sitz in Buchholz Sicherheit gleichbedeutend mit Innovationserfolg.

Für den Fall, dass sich ein Kinderfahrradanhänger überschlägt, wird vom TÜV nur ein bestimmter Sicherheitsabstand des Kinderkopfes vom Verdeck gefordert. Aus Sicht des Geschäftsführers Boldt ein eher unwahrscheinliches Szenario. Viel häufiger kommt es vor, dass diese Anhänger kippen, beispielsweise wenn man eine Bordsteinkante zu schräg anfährt. Dann besteht die Gefahr, dass das Kind seitlich mit dem Kopf auf die Straße schlägt. Deshalb verfügen die Anhänger von Qeridoo als einzige über patentierte Kopfprotektoren, die den Kopf seitlich abfangen und einen Aufprall verhindern. Dass auch nach seinem entsprechenden Hinweis an den TÜV die Norm noch nicht geändert wurde, darüber kann der Erfinder Boldt nur den Kopf schütteln.

Sicherheit mit Komfort

Dass Sicherheit an der Praktikabilität scheitern kann, weiß Boldt selbst nur zu genau. Um ein Kind sicher anzuschnallen, müssen verschiedene Gurte nacheinander straff gezogen werden – mit einem quengelnden Kind kann das schnell zu einer Herausforderung werden. Deshalb hat Qeridoo ein eigenes Gurtsystem entwickelt und patentiert: Für das An- und Abschnallen ist nur ein Gurt nötig. Auch für das

einfache System, mit dem sich statt der Sitzbank eine Autobabyschale in das Gestell des Anhängers einclippen lässt, haben die Entwickler ein Patent. Weitere Herausforderungen sind es, die Wagen leichter zu machen und auf die höheren Geschwindigkeiten abzustimmen, die mit E-Bikes gefahren werden können. Beides soll in einer Entwicklungspartnerschaft mit der Uni Saarbrücken gelöst werden.

Marketing durch Mundpropaganda

Weil so viele Eltern von dem „Qeridoo“ begeistert sind, spart sich das Unternehmen ein üppiges Marketingbudget. Die Geschäftsführung steht mit ihren Kunden stattdessen lieber in direktem Kontakt. Boldt ist selbst aktiver Nutzer und kennt die Probleme der Zielgruppe. „Aus unserer Zielgruppe kommen viele Wünsche und Verbesserungstipps, die dann auch sehr schnell realisiert werden“, erklärt der Geschäftsführer. Sein Credo ist, immer das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu erreichen. Jeder soll sich einen „Qeridoo“ leisten können. Dass die Kunden das schätzen, zeigt sich daran, dass Qeridoo auf dem Markt inzwischen auf Platz zwei steht. Und das mit deutlichem Drive auf der Überholspur.

Qeridoo GmbH

53567 Buchholz
www.qeridoo.de
Beschäftigte (D): bis 50
Konsumgüter



Geschäftsführer

Nikolai Boldt