

## **Små biler hitter blandt både børn og voksne i krisen**

**Size matters.** I krisetider bliver små biler favorit hos både børn og voksne. Tendensen er, at mens forældre sparer ved at købe mindre biler til den daglige transport, så fylder legetøjsbilen stadig godt i børneværelset. Legetøj er nemlig noget af det sidste, der kommer under sparekniven. Så når pengene er små, udlever far sin drøm om en Ferrari, ved at købe miniudgaven til sønnike. Klassisk legetøj som biler og spil, og kendte brands er ekstra populære i nedgangstider, fordi vi køber holdbar kvalitet, vi stoler på, og som de små kan lære af.

Finanskrisen har sat sit præg på danskernes forbrug af biler – store som små. Bilforhandlerne melder om markant lavere salg af firehjulstrækkere og øget efterspørgsel på små biler. Også på børneværelset har de små biler kronede dage. Nordiske forbrugerøkonomiske undersøgelser fra Nordea viser nemlig, at børnene er det sidste mor og far sparer på, når der er krise. Tendensen er, at vi i krisetider samles om de klassiske værdier i familien, som er symboliseret ved det legetøj, vi har kendt gennem generationer.

Det betyder, at far må leve drømmen om en stor hurtigt accelererende Ferrari ud ved at købe miniatureudgaven til junior i stedet. Og den klassiske manuelle legetøjsbil har fortsat en central plads i drengenes leg til trods for, at udvalget af elektroniske og fjernstyrede biler er eksploderet.

### **Klassisk kvalitet holder**

I over 40 år har legetøjsproducenten Mattel forsynet børnefamilier med Hot Wheels biler. Der bliver solgt ikke mindre end to Hot Wheels biler hvert sekund verden over, og bilen er et godt eksempel på, at det traditionelle legetøj stadig er på mode. Det skyldes ifølge legetøjsforsker, Jørn Martin Steenhold, legetøjets høje kvalitet, samt genkendelsesglæden hos køberen:

”Der er altid nostalgi knyttet til legetøjsvalg – den voksne køber sin egen gamle legefantasi. Samtidig er kvalitetslegetøjsbiler et godt udgangspunkt for barnets egen action fortælling og rollespil, fordi de kan holde til lidt af hvert. Billigt junk legetøj, der hurtigt går i stykker, snyder børnene. Det knuser simpelthen deres fantasi, når legetøjet falder fra hinanden”, siger Jørn Martin Steenhold.

I krisetider sætter forbrugerne endnu mere fokus på at købe holdbart legetøj, der sikrer god leg i lang tid. Legetøjsbilens faste plads i børneværelset handler dog ikke alene om kvalitetsbevidsthed og nostalgi hos køberen, men også om bilens rolle som et grundlæggende læringsredskab:

”Legetøjsbilen er et simpelt, men grundlæggende værktøj for læring. Med bilen i hånden forstår børnene genstande i bevægelse, tyngdekraft, retninger og fart. I legen lærer barnet mere om, hvordan virkeligheden hænger sammen, fordi barnet genkender legetøjsbilen fra den virkelige verden,” siger Jørn Martin Steenhold.

### **Drømme og virkelighed**

Og bilen, som de 4-6-årige drenge leger med, skal ikke blot ligne de moderne biler på markedet; den skal helst ligne den, far har i garagen. Derfor har Mattel udviklet mere end 1.000 Hot Wheels modeller, så der er noget for alle. Selvfølgelig skal der også være plads til

drømme i legen. Så når der holder en Fiat 500 foran barndomshjemmet, og ikke en Jaguar, kan far få stillet fartfantasierne sammen med junior på legetøjsbanen. Mattel har nemlig lavet Hot Wheels modeller i tro kopier af berømte racerbiler, som Formel 1 og Corvette i størrelsesforholdet 1:64.

#### **For yderligere information kontakt venligst**

Marc Birk Østerskov, Mattel Brand Manager Boys, på telefon +45 61 61 15 59 eller mail [marc.osterskov@mattel.com](mailto:marc.osterskov@mattel.com)

#### **For billedmateriale og produktprøver kontakt venligst**

Eva Olhoff, Geelmuyden.Kiese, på telefon +45 33 95 96 97 eller mail [emo@geelmuyden-kiese.dk](mailto:emo@geelmuyden-kiese.dk)

#### **Om Hot Wheels og Trick Tracks**

Hot Wheels® brølede ind på legetøjsmarkedet i 1968. Mere end 40 år senere, er mærket stadig et stort hit, og nu omfatter den også, NASCAR og Formel 1 modeller til voksne og high performance biler og racerbiler til børn i alle aldre.

Mærkets favoritkunder vil altid være børn. I dag er mere end 15 millioner drenge i alderen 5-15 år ivrige samlere, og en gennemsnitssamler har mere end 41 Hot Wheels biler. Faktisk bliver der solgt 2 Hot Wheels biler hvert sekund over hele verden. Hot Wheels mærket forsætter med at være førende inden for legetøjs biler, med nye og innovative produkter relevante for markedet. Nogle af de nyeste idéer er bl.a. Monster Truck, sports linjen samt skateboard og Motocross produkter udviklet af Jeremy McGrath.

HotWheels mærket, der startede med små sprøjtemalede biler, er nu involveret i nærmest alle former for racerbiler i verden, lige fra NASCAR® til Formel 1. Biler, førere, baner og skilte er sprøjtemalet med det letgenkendelige røde og gule flamme logo og kan ses i Formel 1, den amerikanske motorcykel forening og mange andre løbs internationale forbund.

#### **Hot Wheels Fun Facts**

- Der er produceret mere end 1,5 milliarder Hot Wheels® legetøjsbiler siden 1968
- Hvis man sætter alle de Hot Wheels® legetøjsbiler, der er produceret i de sidste 30 år op på en lang række, vil de nå rundt om jorden mere end 2 gange
- Antallet af Hot Wheels® legetøjsbiler, der er solgt gennem de sidste 30 år svarer til at der sælges 2 biler hvert sekund hele året rundt et sted i verden
- I Nord Amerika alene er der mere end 9 millioner børn, i aldrene 3-10 år, der er garvede Hot Wheels® samlere. De ejer i gennemsnit 24 biler hver.
- Der er blevet udviklet mere end 1000 forskellige Hot Wheels® modeller.
- 1968 Hot Wheels® Corvette modellen, som er en reproduktion af den rigtige Corvette, var på hylderne før Chevrolet havde deres nye '68 model ude hos forhandlerne

#### **Om Mattel**

Som den største legetøjsproducent i verden er det Mattels mission at levere sikre og pålidelige produkter til børn, samt at donere 2 procent af koncernens resultat før skat til velgørenhed. Mattel står bag nogle af verdens mest solgte legetøjsmærker, herunder Barbie®, Hot Wheels®, Matchbox®, American Girl®, Radica® og Tyco® R / C, samt Fisher-Price® mærker, herunder Little People® og Power Wheels®. Mattel beskæftiger cirka 30.000 mennesker i 43 lande og sælger produkter i mere end 150 lande.