ur mal so für die nächste Wette am Stammtisch: Der weltgrößte Autohersteller ist nicht Toyota. Und auch nicht VW. Denn keiner hat mehr Autos gebaut als Hot Wheels. Mehr als sechs Milliarden Modelle wurden seit 1968 produziert. Und während Sie diesen Satz lesen, laufen 30 weitere "vom Band". 16 pro Se-kunde sind es, um genau zu sein, die in Malaysia entste-hen. Die Seele der Marke aber

sind Teil von Marketing-aktionen oder dienen als Geschenk für BMW-Kun-

den", bestätigt Tobias He-ger, Produkt- und Lizenz-manager bei BMW Life-style. Wer dabei in Sachen

Lizenz auf wen zugeht, ist von Fall zu Fall unter-

schiedlich. Mal geht der Wunsch von Mattel aus,

mal von den Autoherstel

lern. BMW arbeitet für sol-

che Angelegenheiten mit einer internationalen

Lizenzagentur zusammen.

funktionieren aber auch

bringt Chevrolet zum Ju-biläum in den USA eine

Hot-Wheels-Lizenzen

im Maßstab 1:1. So

nisch: Das allererste Hot-Wheels-Auto war 1968 ein dunkelblauer Chevrolet Camaro. Die kleinen Flitzer im Maßstab 1:64 feiern 2018 also 50. Geburtstag. Entwickelt hatte die Idee dafür ein Ingenieur namens Elliot Handler. Er bot seine Pläne dem US-Spielzeugkonzern

sofort zugriff. Der Cama ro und seine rasch erschie-nenen Nachfolger entsprachen exakt dem Zeitgeist, der auch im Kinderzimmer Einzug gehalten hatte. Bunt, schrill, spaßig – so präsentierten sich die Autos. "Die Cast" nannte sich das Druckgussverfahren der Karosserieherstellung aus Zink, und Hot Wheels versicherte nach allen Regeln



17/2018 45

HOI WHEEL

REPORTAGE 50 Jahre Hot Wheels



die schnellsten Autos der Welt zu bauen – dank der äußerst leicht laufenden Räder, die als Namensgeber fungierten. In West-deutschland warb Mattel in Jugendmagazinen wie "Zack" oder "Yps" mit der Botschaft, die Autos seien selbstverständlich nur etwas "für Höllenfahrer". Die Hefte sind längst Ge-schichte, Hot Wheels aber ist noch immer am Start – obwohl oder gerade weil Spielzeug immer tech-nischer, digitaler und virtueller wird. Natürlich weiß man auch bei Mattel um die veränderten Gewohnheiten der Zielviel Zeit an Computern mit Smartphone oder Laptop. Vermutlich aber erfüllt ein Hot-Wheels-Auto genau das, was Kinder sich trotzdem wünschen unkomplizierten Spaß.

130 Neuheiten pro Jahr locken die Sammler Raus aus der Packung und spielen – so lautet das simple Erfolgsgeheimnis bis heute. 130 neue Auto-kreationen stellen die Designer am Hauptsitz im kalifornischen El Segundo jährlich vor, 20 000 verschiedene Modelle sind weltweit bislang bekannt,

sehr originalgetreue Miniaturen genauso wie

NATION IN 1:1 Den echten Chevrolet Camaro gibt Jubiläum in einer speziellen Hot-Wheels-Version

Das ruft Sammler auf den Plan. Einer der eifrigsten lebt an der US-amerika-nischen Ostküste: Der Immobilienmakler Bruce Pascal hat im Laufe der Jahre 3500 Hot-Wheels-Flitzer zusammengetra-gen. Wert seiner Sammlung: mehr als eine Million US-Dollar. Unter den Schätzen von Pascal befindet sich ein in der Szene "Beach Bomb" genannter äußerst seltener pinkfarbener VW-Bus. Ein solches Exemplar hat andernorts schon mal seinem Vorbesitzer 72 000 US-Dollar eingebracht. Es ist die höchste Summe,

schräge Fantasiemodelle. die je für den Verkauf eines Hot-Wheels-Autos bekannt wurde. Das Phänomen der kleinen Flitzer hat aber auch eine tiefere wirtschafts-psychologische Komponente. Franz-Rudolf Esch, Direktor des Instituts für Marken- und Kommunikationsforschung in Oestrich-Winkel, beschäftigt sich häufig mit dem Imagetransfer von Pro-dukten. Bei Spielzeug sei dies durchaus zu be-obachten: "Kindheitserin-nerungen schaffen eine starke Bindung zu einer Marke", so Esch. Was Spielzeugautos für Mar-kenforscher so interessant macht, ist das frühzeitig mit ihnen verbundene Er-lebnis mit der Vorbildmar-ke, erklärt Esch: "Für die Automobilhersteller ist das Ganze sehr spannend. Viele Miniaturautos wer-den im Erwachsenenalter nämlich zu begehrten Objekten beim Kauf eines Fahrzeugs."

## Modelle als Teil der

Marketingstrategie Für Automarken ist es also durchaus attraktiv, über die kleinen Hot-Wheels-Flitzer ins Kinderzimmer zu gelangen. So zum Bei-spiel bei BMW: "Für uns



DAS VOLLE PROGRAMM Markeninhaber Mattel zog von Anfang an alle Werberegister



Wheels Custom"-Version

Trost für alle, die der Mar-

ke Chevrolet in Deutsch-land hinterhertrauern:

Den Camaro gibt es zum Geburtstag natürlich auch bei uns – 64-fach ver-kleinert, versteht sich.

seines Camaro auf den Markt. Mit an Bord: jede Hot-Wheels-Fakten Menge Zierrat mit Bezug zu den kleinen Rennern, beispielsweise orange Bremsbacken, ein eigenes Hot Wheels startete 1968 auf der New Yorker Spielzeugmesse Sechs Milliarden Autos wurden seitdem produziert Derzeit baut Hot Wheels jährlich 519 Millionen Spielzeugautos In den USA besitzt statistisch jedes Kind 45 Hot-Wheels-Die kleinen Flitzer werden in 150 Ländern vertrieben Alle 30 Sekunden wird der Begriff "#Hot Wheels" in sozialen Netzwerken geteilt Lenkrademblem, ein spezieller Frontgrill, exklusive Sitzkreationen oder 20 Zoll große Spezial-Alus. Knapp 5000 Dollar Aufpreis kostet das Paket beim Händler. Kleiner

Markeninhaber Mattel arbeitet mit fast jedem

Automobilhersteller der Welt zusammen Aneinandergereiht ergäben die bislang produzierten Autos eine Schlange von mehr als 400 000 km Länge



AUTOMOBILPIONIER Der US-Amerikaner Elliot Handler im Jahr 1968 die Idee für die kleinen Spielzeugrenner

46 710 17/2018