



Cool und stylish unterwegs

Coole Longboards in hippen Designs, das sind Must-haves für alle, die sportlich unterwegs sind. Mit den Schildkröt-Longboards, die sich durch Super-Fahreigenschaften auszeichnen, kann man jeden Tag Spaß haben und auch längere Distanzen problemlos überwinden. Das Freeride-Shape 41" ist mit einem abgesenkten Deck aus neunfach verleimten Ahorn-Holz ausgestattet. Durch die Drop-Through-Technologie ist der Schwerpunkt weit nach unten verlagert. Dadurch liegt das Board sicher und stabil auf der Straße. Für einen sicheren Halt sorgt auch das feinkörnige schwarze Griptape mit Logo-Print.

Echt stylish sind die drei Designs „Hot Engine“, „Cool Chimp“ und „God Feather“. Weitere Highlights: die in schwarz pulverbeschichteten 7"-Aluminium-Trucks mit farbigen Bushings, die schwarzen PU-Rollen 70 x 51 mm für beste Laufeigenschaften sowie die hochwertigen ABEC-11-Kugellager.

mts-sport.de

„The difference between men and boys is the size of their toys“ sagte einst Dr. Dieter Stadlbauer, der langjährige Carrera-Chef und auch heute, wo neben der roten Boys Toys-Marke, die blaue, nämlich Revell, steht, ist diese Aussage für uns symptomatisch für die Kategorie Boys Toys. Mit über 2000 Produkten sprechen wir mittlerweile jedes Boys-Alter an, vom „Toddler“, der mit seinen Peppa Pig Revellino Auto aus Plüsch problemlos gegen die Möbel seiner Eltern fahren kann, über die Vorschulkinder, die ihre Lieblingshelden von Paw Patrol oder Mario Kart auf der Carrera-First-Bahn zum Leben erwecken oder ihr handwerkliches Geschick mit den neuen Revell-First-Construction-Fahrzeugen üben, bis zu den Schulkindern, die auf Carrera Go!!! gegeneinander antreten oder mit Revell Easy Click ihre ersten richtigen Revell-Modelle zusammenstecken.



Für jedes Jungesalter halten wir ein breites Sortiment an Lizenzen und Spielerlebnissen bereit. Wenn die Jungs dann älter werden und Gefallen am Spiel mit der Carrera-Rennbahn oder am Bau von Revell-Modellen gefunden haben, mündet dies oft in ein lebenslanges Hobby mit unseren Carrera-Digitalbahnen oder unseren klassischen Revell-Modellen von Level 3-5. Und selbst „ältere“ Boys können wir häufig noch neu für unsere Marken begeistern, wenn sie durch unsere Adventskalender in der Vorweihnachtszeit wieder an unsere Produkte herangeführt werden.

Die Entwicklung des Segments zeigt, dass wir gerade bei den älteren Konsumenten ein riesiges Potenzial haben, welches durch leichteren Zugang zu den Produkten und attraktive Lizenzen aus dem Erwachsenenbereich gehoben wurde und weiter wird. Ein spannender Markt mit mehr Potenzial als die Spielware allein.

Stefan Krings, CEO Carrera Revell Group