‘Meeste speelgoedzaken zijn veredelde magazijnen’

21-11-2014 08:01

De fysieke speelgoedwinkels moeten beleving bieden om in de huidige tijd relevant te blijven voor de consument. Dat zegt sectormanager Alexander Heijkamp van Rabobank in het NRC Handelsblad. “De meeste speelgoedzaken zijn op dit moment niet meer dan veredelde magazijnen.”

Traditionele speelgoedwinkels behaalden vorig jaar een gezamenlijk omzet van 721 miljoen euro, zo blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau Panteia. In 2008 lag dat bedrag nog op één miljard euro. Het aantal winkels liep volgens cijfers van Locatus in diezelfde periode terug van duizend naar 873. “Er is een aardschok onder speelgoedwinkels geweest”, aldus Heijkamp.

Behalve dat winkelketens als HEMA, Kruidvat, Action en ook bouwmarkten speelgoed aanbieden, kampen de retailers voornamelijk met concurrentie van onlinespelers. De online speelgoedmarkt was vorig jaar volgens de Thuiswinkel Markt Monitor de grootste groeier met een stijging van 27 procent naar ruim honderd miljoen euro. Fysieke winkels hebben inmiddels hun relevantie verloren, stelt Heijkamp. “Er is altijd wel iemand goedkoper, zeker online.”

Het enige voordeel van fysieke retailers is volgens de sectormanager dat ze beleving kunnen bieden. Bol.com is inmiddels echter zo dominant dat het de markt kan dicteren, zegt retaildeskundige Frank Quix. “Als zij in oktober beginnen met hun stuntprijzen voor speelgoed, moeten andere partijen wel volgen.”