

Waarom het niet gek is als Bart Smit en Intertoys samengaan

24-08-2015 12:07

Blokker Holding voegt zijn speelgoedketens Bart Smit en Intertoys samen, waarbij de naam van Intertoys overblijft, zo melden bronnen uit de markt aan [RetailNews](#). Hoewel Blokker Holding de ontwikkelingen afdoet als 'totale onzin', is een integratie niet geheel onlogisch.

Voor Blokker Holding is 2015 niet het gemakkelijkste jaar. Het concern nam dit jaar afscheid van zijn bestuursvoorzitter, zag zijn [eerste franchiser ooit](#) failliet gaan en maakte bekend voor het eerst in zijn geschiedenis [rode cijfers](#) te schrijven. Blokker Holding staat volgens bronnen uit de markt daarnaast voor een integratie van zijn speelgoedketens Bart Smit en Intertoys, waarbij Intertoys de dominante partij wordt. Verstandig, vindt merkenstrateg Paul Moers. "Het zijn twee sterke merken, maar Intertoys heeft mijns inziens meer merkkracht dan Bart Smit. De naam Bart Smit heeft toch iets kneuterigs over zich."

Met één merknaam verder gaan, levert bovendien aantrekkelijke kostenbesparingen op. Het is erg kostbaar om meerdere merknamen in de lucht te houden, aldus Moers. Niet alleen het managen van die formules heeft een prijskaartje, al die labels hebben van tijd tot tijd investeringen nodig om relevant te blijven. "Het is alleen interessant om meerdere merken te voeren als ze voldoende uit elkaar liggen. Bij speelgoedwinkels is dat verschil gering."

Overcapaciteit

De speelgoedbranche staat er in ons land al niet al te rooskleurig voor. Sinds 2003 is het aantal zelfstandige speelgoedwinkels ruimschoots gehalveerd, bleek vorig jaar nog uit cijfers van marktonderzoeker Locatus. Daarbij komt dat Nederland te veel speelgoedwinkels heeft, aldus sectoreconoom Mathijs Deguelle van ABN AMRO. Dat komt onder meer tot uiting in de teruglopende omzet rond de feestdagen. Waar de november- en decembermaand in 2007 goed waren voor vier keer een gemiddelde maandomzet was dat in 2013 nog drie keer.

In de speelgoedbranche wordt daarnaast de gedateerde strategie van veel retailers zichtbaar. Voordat de crisis uitbrak, kwamen ze daarmee weg omdat consumenten genoeg te besteden hadden. Nu dat is veranderd, komt dat tot uiting bij speelgoedwinkels die hun omzet zien weglekken naar bijvoorbeeld bol.com.

Speelgoedconglomeraat

Blokker is naar eigen zeggen nog altijd tevreden over de ontwikkelingen binnen zijn speelgoedtak. Het concern telt drie formules die in meerdere Europese landen actief zijn. Samen boekten de speelgoedwinkels over 2014 een omzet van ruim 667 miljoen euro, 1,7 procent meer dan het jaar ervoor. Door Bart Smit en Intertoys te integreren, ontstaat een formule die qua formaat niet over het hoofd gezien kan worden. Intertoys heeft met zijn 303 winkels een sterkere aanwezigheid in de winkelstraat dan Bart Smit, dat ruim 235 vestigingen telt. Samen vormen de speelgoedwinkels een front van meer dan vijfhonderd vestigingen. Ook als de zeventig overlappende winkels hun deuren zouden sluiten – aldus de bronnen – blijft er nog steeds een grote speelgoedretailer over. "Dan ontstaat er in één keer een dominante speler, die het andere partijen heel lastig kan maken", voorspelt Moers.

Voor consumenten zijn de stenen speelgoedwinkels van Blokker echter niet meer per se dé plek om speelgoed te kopen. Discounter Action – die het ook de huishoudtak van Blokker al moeilijk maakt – werd vorig jaar door consumenten uitgeroepen tot beste fysieke speelgoedretailer. Wat consumenten een goede speelgoedwinkel vinden is namelijk veranderd, aldus Mark Veldkamp, manager business development bij Q&A Research Consultancy tegen [Management Team](#). Steeds meer shoppers vinden de combinatie tussen een goede prijs en een verrassend assortiment zoals bij Action prima, terwijl dat niet te vergelijken is met wat een traditionele

speelgoedwinkel biedt.

E-commerce

Op online gebied doen de Blokker-speelgoedwinkels het dan wel weer goed, vinden consumenten. Intertoys komt in hetzelfde onderzoek als beste webwinkel in speelgoed uit de bus, terwijl Bart Smit op de derde plek eindigt na bol.com. Intertoys heeft goed geanticipeerd op de online verkoop van speelgoed, aldus Blokker Holding in het meest recente jaarverslag.

“Hoewel het me zou verbazen als de back office van Intertoys en Bart Smit nog niet geïntegreerd zijn, kan Blokker na een integratie op e-commercegebied een nog grotere vuist maken”, denkt Moers hardop. Hij wijst naar [CBS-cijfers](#) waaruit blijkt dat fysieke retailers met een webwinkel dit jaar voor het eerst meer online omzet hebben geboekt dan pure players. “Retailers met een sterke omnichannel aanwezigheid weten langzamerhand weer marktaandeel terug te winnen van de pure players. Dit is het jaar waarin de slapende reuzen wakker worden. Tegen Blokker kan ik alleen maar zeggen: chapeau.”