

Speelgoed heeft 'heel platform'; nodig om succes te hebben

09-11-2006 00:00

Het aanprijzen van speelgoed in alleen een folder is allang niet meer voldoende. Speelgoedfabrikanten moeten op verschillende manieren tegelijk hun speelgoed aan de man brengen. 'Fabrikanten kunnen er bijna niet meer omheen om rond een stuk speelgoed een heel platform te creëren', zegt kinderpsychologe en marktonderzoeker Stefanie Jansen. 'Je redt het als speelgoed bijna niet meer om alleen maar speelgoed te zijn.'

Een voorbeeld hiervan is de populaire Belgische meidengroep K3. Wat begon als een groepje, is een verschijnsel geworden dat in tal van facetten van het kinderleven is doorgedrongen.