

# Een speelgoedwinkel moet 'de monden open laten vallen'

intertoys - Wie het failliete Intertoys koopt, wacht een helse klus: hoe kan de winkel nieuw leven worden ingeblazen?

JOOST VAN VELZEN, REDACTIE ECONOMIE 23 feb 2019



Iedereen kent Intertoys, mede door de gele letters op de gevel. Toch wordt het gezien als een 'koud merk'.

FOTO ANP

Nu de failliete speelgoedwinkelketen Intertoys te koop staat, borrelt de vraag op hoe het verder moet met de honderden winkels, die voorlopig nog wel open blijven. Wie is er geïnteresseerd in een keten die in zo'n moeilijke branche opereert? En als er een geschikte partij wordt gevonden, hoe krijgt die dan wel de boel op de rit?

Eerst het slechtst denkbare scenario: dat er geen koper wordt gevonden. In dat geval zijn 1600 voltijdbanen in gevaar (3200 medewerkers), en krijgen we te maken met de grootste klap voor de Nederlandse detailhandel sinds de val van Vroom & Dreesmann in december 2015.

Maar ook in alle andere gevallen - een overname, een doorstart, een afgeslankte herstart - wordt het een hels karwei om van de hevig in verval geraakte Intertoys-formule weer een speels en levendig trekpleister te maken.

## **Spektakel**

"Er is door de huidige Britse eigenaar Alteri geen fluit gedaan aan formule-ontwikkeling, dus ik wens de nieuwe eigenaar veel succes", steekt retaildeskundige Paul Moers van wal. Het eerste waar het bedrijf volgens hem vanaf moet, is het imago van 'simpele dozenschuiver', zoals Moers dat noemt. "Een speelgoedwinkel moet een belevingspaleis zijn, waar van alles staat uitgestald, waar je het speelgoed kunt ruiken en voelen, waar je struikelt over het spektakel."

Laten zien wat je in huis hebt is de enige manier om je te onderscheiden van de concurrentie, die Intertoys vooral verslaat met lagere prijzen (zoals Action) of een groot aanbod en het gemak van online bestellen (zoals bol.com). De kunst is dus om kinderen en hun ouders iets te bieden waar hun mond van openvalt en waar de Amazons en de de Bols, maar ook de Blokkers en de Hema's de

ruimte niet voor hebben. Letterlijk niet. Als goed voorbeeld noemt Moers het beroemde Britse warenhuis Harrods, dat een speelgoedafdeling heeft om je vingers bij af te likken. "Als ik daar kom, word ik helemaal gek. Dan roep je ah en oh! Omdat ze de ruimte hebben genomen om al dat speelgoed te laten zien."

Daarom zal een nieuwe koper afscheid moeten nemen van de winkels met een klein vloeroppervlak, vindt Moers. Omdat je van rijtjeshuizen geen paleizen kunt maken. "En zet in die grote winkels dan meteen overal bestelzuilen neer. Zodat het personeel de klant kan helpen: staat er alleen een gele helikopter in de winkel? Dan bestellen we die oranje toch even op de zuil? En richt een ruimte in voor gamers. Het moet een combinatie zijn."

## **Gebrek aan identiteit**

Er zijn meer redenen te bedenken waarom de omzet van de Intertoys-winkels (met 413 vestigingen de grootste keten van speelgoedwinkels in Nederland) de afgelopen tien jaar met de helft is afgenomen. Het internet is niet alléén de grote boosdoener, het is ook een gebrek aan identiteit. Zeker, de keten is bekend bij het grote publiek, en de knalgele belettering op de gevels is niet te missen, maar desondanks gaan de winkels betrekkelijk anoniem door het leven in de Nederlandse winkelcentra. Toen de rechtbank het faillissement deze week definitief uitsprak, ontstond niet hetzelfde sentiment als bij het omvallen van V&D. Moers: "Intertoys is een heel koud merk. Eigenlijk begint het daar. Met investeren in je merk, in wie je wilt zijn."

Franchisenemers, die zo'n honderd Intertoys-winkels runnen, hebben daar een belangrijke stem in, vindt hij. Die kijken volgens hem nu als 'konijnen in een koplamp', in afwachting van wat er gaat gebeuren. "Je kunt in deze tijd niet meer bezig zijn met de kassa van

de dag. Franchisers moeten van de nieuwe eigenaar een richting eisen."

Uit welke hoek die nieuwe eigenaar zou moeten komen, weet Moers niet. Hij geeft de voorkeur aan een retailpartij: "Ik krijg een steeds harder hoofd in investeringsmaatschappijen, die de Hema in de problemen brachten, V&D al om zeep hielpen en nu dus Intertoys."

### **Bart Smit in België overgenomen**

Maxi Toys neemt de Belgische speelgoedketen Bart Smit over, zo werd gisteravond bekend. Het gaat om 39 Belgische winkels die onderdeel waren van het failliete Intertoys. Hoeveel geld er met de deal is gemoeid, is onbekend. Intertoys vroeg in Nederland ruim een week geleden uitstel van betaling aan. Later hebben de bewindvoerders aan de rechter verzocht die surseance om te zetten in een faillissement. In België was Intertoys toen al in een vergevorderd stadium met de verkoop van de Bart Smit-activiteiten.