Afbeelding met kleding, Menselijk gezicht, overdekt, peuter

Automatisch gegenereerde beschrijving

ONDERNEMINGSPLAN

Speelgoedwinkel Wonderland

F. Dekker

Door

December 2024

Datum

Inhoudsopgave

[1. Inleiding 5](#_Toc183605255)

[2. De ondernemer 7](#_Toc183605256)

[2.1 Personalia 7](#_Toc183605257)

[2.2 Opleidingen en cursussen 8](#_Toc183605258)

[2.3 Werkervaring 8](#_Toc183605259)

[2.4 Huidige inkomenssituatie 8](#_Toc183605260)

[2.5 Eigen vermogen 8](#_Toc183605261)

[2.6 Sterke punten 8](#_Toc183605262)

[2.7 Ontwikkelpunten 9](#_Toc183605263)

[2.8 Mondelinge en schriftelijke taalvaardigheid 10](#_Toc183605264)

[3. De onderneming 11](#_Toc183605265)

[3.1 Gegevens onderneming 11](#_Toc183605266)

[3.2 Bedrijfsidee 14](#_Toc183605267)

[4. De markt 16](#_Toc183605268)

[4.1 Marktontwikkeling 16](#_Toc183605269)

[4.2 Doelgroepen 20](#_Toc183605270)

[4.3 Concurrentie 22](#_Toc183605271)

[5. De marketingmix 26](#_Toc183605272)

[5.1 Product 26](#_Toc183605273)

[5.2 Prijs 27](#_Toc183605274)

[5.3 Plaats 27](#_Toc183605275)

[5.4 Promotie 28](#_Toc183605276)

[5.5 Personeel 30](#_Toc183605277)

[6. SWOT Analyse 31](#_Toc183605278)

[7. Financieel plan 36](#_Toc183605279)

[7.1 Investering 36](#_Toc183605280)

[7.2 Financiering 37](#_Toc183605281)

[7.3 Exploitatiebegroting 38](#_Toc183605282)

[7.4 Liquiditeitsbegroting 41](#_Toc183605283)

1. Inleiding

Mijn naam is Femke Dekker, ik ben mede-eigenaar van een V.O.F. en werk samen met mijn moeder op de markt in Amsterdam, waar we kleding verkopen. Ik ben opgegroeid in een ondernemersgezin en heb van jongs af aan veel geleerd over ondernemen. Tussen mijn 16e en 20e hielp ik mijn vader regelmatig bij zijn marktkraam, wat mijn passie voor verkopen heeft aangewakkerd. Na het afronden van mijn kappersopleiding heb ik acht jaar als kapster gewerkt in verschillende salons. Sinds 2018 ben ik volledig betrokken bij onze V.O.F. en heb ik veel ervaring opgedaan in het onderhandelen en het omgaan met klanten. Daarnaast ben ik moeder van twee jonge kinderen, een rol die mijn leven verrijkt en die mij heeft geïnspireerd voor mijn nieuwe onderneming.

Mijn interesse in duurzaam speelgoed begon toen ik zelf moeder werd. Tijdens mijn zoektocht naar kwalitatief speelgoed dat goed is voor het milieu en de ontwikkeling van mijn kinderen, ontdekte ik een passie voor producten die duurzaamheid en speelplezier combineren. Ik wil deze passie graag delen met andere ouders en verzorgers, wat mij heeft geïnspireerd om een duurzame speelgoedwinkel te starten in Wassenaar onder de naam Wonderland. Dit is een gemeente waar veel jonge gezinnen wonen en waar nog geen speelgoedwinkel aanwezig is.

Wonderland zal een uniek assortiment aanbieden van duurzaam geproduceerd speelgoed, afkomstig van exclusieve Europese merken. Dit speelgoed is niet verkrijgbaar bij grote ketens of online retailers en wordt geselecteerd op kwaliteit, veiligheid en milieuvriendelijkheid. Daarnaast biedt Wonderland een persoonlijke winkelervaring, met advies op maat en unieke concepten zoals de Birthday Basket, wat de winkel onderscheidt van concurrenten.

Wonderland speelt in op de behoefte van bewuste ouders en verzorgers aan duurzaam en educatief speelgoed dat niet alleen kinderen vermaakt, maar ook bijdraagt aan hun ontwikkeling. In Wassenaar is bovendien geen speelgoedwinkel aanwezig, waardoor bewoners vaak naar omliggende steden moeten reizen of online aankopen doen. Wonderland biedt een lokale, toegankelijke oplossing waar klanten niet alleen producten kunnen kopen, maar ook een unieke winkelervaring beleven.

De doelgroep bestaat uit (groot)ouders en verzorgers van kinderen tussen de 0 en 12 jaar, woonachtig in Wassenaar en omliggende regio’s. Deze groep heeft doorgaans een hoger besteedbaar inkomen en waardeert kwaliteit, duurzaamheid en persoonlijke service. Wonderland zal deze doelgroep bereiken via gerichte marketing, zoals sociale media, lokale promoties en samenwerkingen met scholen en stichtingen. Daarnaast speelt mond-tot-mondreclame een belangrijke rol in het vergroten van de naamsbekendheid.

Mijn achtergrond in ondernemerschap en verkoop vormt een stevige basis voor het succes van Wonderland. Ik heb jarenlang ervaring opgedaan in het onderhandelen, klantgericht werken en leidinggeven. Door mijn werk op de markt en mijn ervaring in de kappersbranche, ben ik gewend om met klanten om te gaan en in te spelen op hun wensen en behoeften. Deze vaardigheden, gecombineerd met mijn passie voor duurzaam speelgoed, maken mij geschikt om deze onderneming te leiden.

Voor de start van Wonderland is een investering nodig van € 130.000, waarvan ik zelf € 30.000 zal inbrengen. Voor het resterende bedrag ga ik een financiering aanvragen. In dit ondernemingsplan vindt u alle informatie over de visie, strategie en financiële plannen van Wonderland. Ik nodig u van harte uit om mijn plannen door te nemen en bij vragen of opmerkingen contact met mij op te nemen via onderstaande gegevens.

Femke Dekker

Wonderland  
06 – 10102020

wonderland@gmail.com

2. De ondernemer

Afbeelding met persoon, binnen, vrouw

Automatisch gegenereerde beschrijving2.1 Personalia

Achternaam Dekker  
Voorna(a)m(en) Femke  
Geslacht Vrouw  
Geboortedatum 10-10-1986  
Geboorteplaats Rotterdam  
Nationaliteit Nederlandse  
Burgerlijke staat Gehuwd  
Thuiswonende kinderen 2  
Leeftijd kinderen 5 en 2 jaar

Adres Wonderlandstraat 40  
Postcode 3070 HJ  
Woonplaats Rotterdam  
Land Nederland  
Mobiele telefoon 06 – 10102020  
E-mail [wonderland@gmail.com](mailto:wonderland@gmail.com)  
BSN-nummer 111222333  
  
Komt u uit een ondernemersgezin? Ja  
Bent u eerder ondernemer geweest? Ja

2.2 Opleidingen en cursussen

2014 – 2018

Naam opleiding | Fictief College te Rotterdam

Omschrijving opleiding.

Diploma behaald ja/nee.

2.3 Werkervaring

2018 – 2021

Functie | Naam bedrijf te Rotterdam

Omschrijving taken.

2.4 Huidige inkomenssituatie

Mijn huidige inkomen bedraagt € 2.500 netto per maand.

2.5 Eigen vermogen

Ik beschik over een eigen vermogen van € 30.000.

2.6 Sterke punten

Creativiteit

Ik ben van nature creatief en vind het leuk om nieuwe ideeën te bedenken en oplossingen te vinden voor uitdagingen. Ik kijk altijd naar manieren om dingen anders of beter te doen, wat mij helpt om origineel en vernieuwend te zijn in mijn aanpak.

Sociale relaties

Ik bouw gemakkelijk relaties op met anderen en vind het belangrijk om die goed te onderhouden. Mensen voelen zich snel op hun gemak bij mij en ik geniet ervan om met verschillende soorten mensen in contact te staan. Goede communicatie en wederzijds respect staan daarbij centraal.

Realistische instelling

Ik ben nuchter en blijf met beide benen op de grond, ongeacht de situatie. Ik zie dingen zoals ze zijn, zonder ze mooier te maken en kan daardoor duidelijke keuzes maken. Dit helpt me om overzicht te houden en effectief te handelen, ook in stressvolle situaties.

Plannen en organiseren

Ik ben sterk in het plannen en organiseren van mijn werk en projecten. Ik zorg ervoor dat alles gestructureerd verloopt en stel duidelijke doelen. Door overzicht te houden en prioriteiten te stellen, werk ik efficiënt en behaal ik mijn doelen zonder belangrijke details over het hoofd te zien.

Doorzettingsvermogen

Wanneer ik ergens aan begin, blijf ik volhouden, ook als het tegenzit. Ik zie tegenslagen als leermomenten en laat me niet ontmoedigen door obstakels. Mijn doorzettingsvermogen helpt me om resultaten te behalen, zelfs als het een langere tijd of extra inzet kost.

2.7 Ontwikkelpunten

Perfectionisme

Ik streef vaak naar perfectie in alles wat ik doe. Hoewel dit mij helpt om kwaliteit te leveren, kan het ook leiden tot tijdverlies en onnodige stress. Ik merk dat ik soms moeite heb om een taak los te laten omdat ik denk dat het nóg beter kan. Dit kan ten koste gaan van efficiëntie en het snel behalen van doelen.

Flexibiliteit

Ik ben sterk in het plannen en organiseren, maar merk dat ik het lastig vind om mijn koers te wijzigen als dingen anders lopen dan gepland. Dit kan spanning veroorzaken in situaties waarin improvisatie nodig is of als externe factoren onverwacht veranderen.

Onderhandelen

Onderhandelen voelt soms ongemakkelijk voor mij. Ik kan moeite hebben om mijn eigen belangen stevig naar voren te brengen, vooral in situaties waarin ik wil vermijden dat de relatie met de ander onder druk komt te staan.

Mijn aanpak voor persoonlijke groei

Om deze punten te verbeteren, stel ik praktische doelen en werk ik met strikte deadlines om mijn perfectionisme te beheersen. Ik vraag vaker feedback van anderen om te beoordelen of iets “goed genoeg” is en reflecteer aan het einde van de week op mijn prestaties om een positieve focus te ontwikkelen. Voor meer flexibiliteit ga ik leren loslaten door alternatieve scenario’s in mijn plannen op te nemen en flexibel denken in dagelijkse situaties te oefenen. Daarnaast ontwikkel ik een mindset waarin ik veranderingen zie als uitdagingen en geen obstakels. Wat onderhandelen betreft, bereid ik me grondig voor door mijn doelen en argumenten vooraf helder te formuleren. Ik zoek bewust naar kleine onderhandelingsmomenten om te oefenen en volg een cursus onderhandelen om technieken zoals het stellen van open vragen en het gebruiken van stiltes te leren. Na elke onderhandeling reflecteer ik op mijn prestaties en bouw ik mijn assertiviteit verder op, zodat ik mijn standpunten vriendelijk maar stevig kan communiceren. Deze acties helpen me om mijn perfectionisme te temperen, flexibeler te worden en sterker te staan in onderhandelingen, wat zowel mijn persoonlijke als professionele ontwikkeling zal bevorderen.

2.8 Mondelinge en schriftelijke taalvaardigheid

Mondelinge communicatie

Nederlands uitstekend

Engels goed

Duits redelijk

Schriftelijke communicatie

Nederlands goed

Engels redelijk

Duits matig

3. De onderneming

3.1 Gegevens onderneming

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tabel 3-1: Kerngegevens Wonderland | | |
|  |  |  |
| Naam bedrijf |  | Wonderland |
| Rechtsvorm |  | Besloten Vennootschap |
| Adres |  | Fictiefstraat 40 |
| Postcode |  | 3000 AA |
| Plaats |  | Wassenaar |
| Telefoonnummer |  | 015 – 4190089 |
| Website |  | www.wonderland-speelgoed.nl |
| E-mail |  | info@wonderland-speelgoed.nl |
| Bankrekening |  | NL 27 INGB 0005608817 |
| KvK-nummer |  | 64509206 |
| BTW-nummer |  | NL 003180756 B83 |
|  |  |  |
|  |  |  |

Boekhouding

De dagelijkse administratie, waaronder het bijhouden van financiële gegevens en het beheren van het bankverkeer, wordt verzorgd door de ondernemer zelf. Voor meer complexe financiële taken wordt gebruikgemaakt van de expertise van een professionele boekhouder. Deze is verantwoordelijk voor het opstellen van de aangiften omzetbelasting, het samenstellen van de jaarrekening en het verzorgen van de aangifte inkomstenbelasting. Door deze verdeling van taken wordt gezorgd voor een efficiënte en nauwkeurige administratie, waarbij de ondernemer zich kan richten op de dagelijkse bedrijfsvoering.

Verzekeringen

Het is belangrijk om mezelf en mijn onderneming goed te verzekeren tegen mogelijke risico's. Samen met een verzekeringsadviseur ga ik bepalen welke van onderstaande verzekeringen het beste passen bij mijn specifieke situatie en risico's.

* Aansprakelijkheidsverzekering voor bedrijven (AVB): Deze verzekering dekt schade die jij of je medewerkers per ongeluk toebrengen aan derden of hun eigendommen. Bijvoorbeeld als een klant in je winkel struikelt en letsel oploopt.
* Inventaris- en goederenverzekering: Deze verzekering beschermt je tegen schade aan je winkelinventaris en voorraad door bijvoorbeeld brand, diefstal of waterschade. Dit is cruciaal om financiële verliezen te voorkomen bij onverwachte gebeurtenissen.
* Bedrijfsschadeverzekering: Als je winkel tijdelijk moet sluiten door schade, zoals brand of waterschade, dekt deze verzekering de misgelopen omzet en vaste lasten gedurende de herstelperiode. Zo kun je financiële stabiliteit behouden tijdens de sluiting.
* Rechtsbijstandsverzekering: Deze verzekering biedt juridische ondersteuning bij conflicten, bijvoorbeeld met klanten, leveranciers of personeel. Het hebben van juridische bijstand kan helpen bij het oplossen van geschillen zonder hoge kosten.
* Arbeidsongeschiktheidsverzekering (AOV): Als ondernemer ben je niet automatisch verzekerd bij ziekte of een ongeval. Een AOV zorgt voor een inkomen als je tijdelijk of langdurig niet kunt werken. Dit is belangrijk om je persoonlijke financiële situatie te beschermen.

Vergunningen

Voordat ik mijn speelgoedwinkel kan openen, zorg ik ervoor dat ik aan alle wettelijke verplichtingen voldoe en de benodigde vergunningen heb geregeld. Hieronder een overzicht van de belangrijkste zaken waar ik rekening mee houd:

* Inschrijving bij de Kamer van Koophandel (KvK): Als ondernemer schrijf ik mijn bedrijf in bij het Handelsregister van de KvK. Dit is een verplichte stap voordat ik officieel van start kan gaan.
* Omgevingsvergunning: Afhankelijk van de locatie en het pand waar ik mijn winkel wil vestigen, controleer ik of een omgevingsvergunning nodig is. Dit geldt vooral als ik bouwkundige aanpassingen wil doen of als het bestemmingsplan detailhandel op die locatie niet toestaat.
* Exploitatievergunning: Ik kijk na of in mijn gemeente een exploitatievergunning verplicht is voor het openen van een winkel. Als dit nodig is, vraag ik deze tijdig aan.
* Milieumelding of milieuvergunning: Als mijn bedrijfsactiviteiten gevolgen kunnen hebben voor het milieu, zoals het produceren van afval of het gebruik van bepaalde stoffen, meld ik dit bij de gemeente of vraag ik een vergunning aan. Voor de meeste winkels volstaat een milieumelding.
* Brandveiligheid: Ik zorg ervoor dat mijn winkel voldoet aan alle brandveiligheidseisen. Dit kan betekenen dat ik een gebruiksmelding moet doen of een vergunning voor brandveilig gebruik moet aanvragen. Ik informeer bij de gemeente en brandweer welke stappen nodig zijn.
* Wetten rondom speelgoed: Omdat ik speelgoed verkoop, houd ik me aan de regels uit het Warenwetbesluit Speelgoed 2011. Dit betekent dat het speelgoed in mijn winkel aan strenge veiligheidseisen moet voldoen. Ik zorg dat ik volledig op de hoogte ben van deze regels en werk samen met betrouwbare leveranciers.
* Reclamevergunning: Voor het plaatsen van reclame-uitingen op de gevel of in de openbare ruimte controleer ik of ik een reclamevergunning nodig heb en zorg ik dat ik deze aanvraag indien nodig.

Om er zeker van te zijn dat ik niets over het hoofd zie, neem ik contact op met de gemeente om alle regels en vergunningen voor mijn situatie te controleren. Zo weet ik zeker dat mijn speelgoedwinkel volledig aan de wet- en regelgeving voldoet.

3.2 Bedrijfsidee

Aanbod

Wonderland wordt een speelgoedwinkel in Wassenaar die zich richt op de verkoop van duurzaam speelgoed voor kinderen tussen de 0 en 12 jaar. Ik ga samenwerken met exclusieve, duurzame merken die niet verkrijgbaar zijn bij de bekende speelgoedketens. Deze Europese merken kiezen zorgvuldig met wie zij samenwerken en hanteren vaak het principe dat hun producten uitsluitend in fysieke winkels mogen worden verkocht. Bovendien wordt er voor bepaalde regio’s alleenrecht verleend, waardoor directe concurrentie in de buurt wordt uitgesloten.

Wonderland biedt speelgoed van hoge kwaliteit dat gemaakt is van duurzame materialen. Een groot deel van het assortiment bestaat uit houten speelgoed, naast een divers aanbod van educatief en creatief speelgoed. Samenwerkingen worden aangegaan met gerenommeerde merken zoals Paola Reina, Ooly, Janod en Jellycat, die bekend staan om hun hoogwaardige, veilige en duurzame producten.

Wonderland zal geopend zijn van maandag t/m zaterdag van 10.00 tot 18.00 uur.

Doelstelling

Mijn belangrijkste doel is om bij te dragen aan de ontwikkeling van kinderen door hen minder tijd achter schermen te laten doorbrengen en hen te stimuleren om spelenderwijs hun fantasie te gebruiken. Dit wil ik bereiken door speelgoed aan te bieden dat:

* De motoriek ondersteunt (bijvoorbeeld balans zoeken).
* Geschikt is voor rollenspellen.
* Taal- en rekenvaardigheden stimuleert.
* Het geheugen traint.
* Kinderen aanmoedigt om buiten te spelen.

Naast educatief speelgoed biedt Wonderland ook speelgoed dat simpelweg bedoeld is om plezier te maken. Het gaat om een balans tussen leren en genieten, waarbij elk kind iets kan vinden dat bij hem of haar past.

Creëren van beleving

Een unieke winkelervaring is essentieel voor Wonderland en vormt een onderscheidend punt ten opzichte van online speelgoedwinkels. Het bezoek aan Wonderland wordt een belevenis door:

* Persoonlijk advies: Klanten krijgen advies van kindvriendelijk personeel, gekleed in verzorgde bedrijfskleding met het logo van Wonderland. Dit is vooral handig voor klanten die niet zeker weten wat ze moeten kopen, zoals mensen zonder eigen kinderen. Door vragen te stellen over de leeftijd en interesses van het kind, bieden wij inspiratie en maatwerkadvies.
* Cadeauservice: Al het speelgoed wordt feestelijk ingepakt en kadobonnen worden aangeboden in een mooi versierd doosje.
* After-sales ondersteuning: Klanten kunnen na aankoop altijd terecht voor vragen of klachten, wat bijdraagt aan vertrouwen en klanttevredenheid.
* Birthday Basket: Voor verjaardagen biedt Wonderland een unieke service waarbij de jarige samen met een medewerker cadeaus kan uitzoeken. Dit wordt gedaan met een mand, feesthoed, lolly en een glaasje bubbels. Familie en vrienden kunnen vervolgens een cadeau kiezen uit deze mand. Dit concept trekt meer bezoekers naar de winkel en garandeert dat cadeaus altijd in de smaak vallen.

Inrichting Wonderland

De winkel krijgt een overzichtelijke, warme en uitnodigende inrichting. Speelgoed wordt gepresenteerd in witte, houten kasten, geordend op leeftijdscategorie. De inrichting sluit aan bij de hoogwaardige kwaliteit van het assortiment en straalt professionaliteit uit.

De etalage wordt aantrekkelijk ingericht om passanten aan te trekken, terwijl eyecatchers in de winkel kinderen uitnodigen om te ontdekken. De sfeer is laagdrempelig en zorgt ervoor dat zowel kinderen als volwassenen zich direct op hun gemak voelen.

Het totale concept van Wonderland draait om kwaliteit, service en beleving. De combinatie van een uniek assortiment, uitstekende klantenservice en een onvergetelijke winkelervaring maakt Wonderland dé plek voor duurzaam en bijzonder speelgoed in Wassenaar.

4. De markt

4.1 Marktontwikkeling

Duurzaam en inclusief speelgoed steeds populairder

Klimaatneutraal en inclusief speelgoed is steeds populairder, melden experts van bol.com. Zij hebben de trends van dit jaar in kaart gebracht. "Maatschappelijke ontwikkelingen zijn vaak van invloed op trends. Dat zien we duidelijk terug", zegt Marcel de Looper, speelgoedexpert van de webwinkel.

Duurzaam speelgoed heeft al langer een prominente plek in speelgoedland, maar dit werd eerst vooral gedreven door de duurzame ambities van speelgoedmerken zelf. Zo maakte fabrikant Mattel Barbie-poppen van gerecycled plastic en maakte Playmobil duurzame sets. De vraag vanuit consumenten is inmiddels ook toegenomen, zegt de expert. "De klimaatcrisis maakt mensen bewuster van het belang om, ook bij het kopen van speelgoed, duurzame keuzes te maken."

Nu er steeds meer wordt gepraat over diversiteit en inclusiviteit, is het volgens De Looper logisch dat merken hun aanbod hierop aanpassen. "En ook consumenten staan hier steeds meer voor open, het is belangrijk dat alle kinderen zichzelf kunnen herkennen in het speelgoed dat beschikbaar is." Steeds meer merken spelen hierop in en introduceren inclusief speelgoed. Zo heeft LEGO diverse figuren in een rolstoel. Met de extra kleuren krijtjes van Crayola colours of the world kunnen kinderen verschillende huidskleuren tekenen.

Volgens de speelgoedexpert is ook de invloed van de coronajaren nog terug te zien in de trends. "Geïnspireerd op de tijd die mensen samen thuis hebben doorgebracht, zijn spelletjes nog steeds enorm populair." Ook zijn mensen in de coronajaren meer gaan knutselen, waardoor ook modelbouw weer populair is[[1]](#footnote-1).

Heropstand speelgoedwinkels bewijst: consumenten willen weer meer fysiek winkelen

Jarenlang zaten speelgoedwinkels in de hoek waar de zwaarste klappen vielen, schrijft het AD. Winkel na winkel verdween. Dat doosje Lego kochten we wel op internet. Maar zie nu: in korte tijd heeft de Ierse nieuwkomer Smyths Toys winkels geopend in Amsterdam, Rotterdam, Arnhem en Utrecht.

Kleurige, blauw-gele speelgoedpakhuizen zijn het. Die in Amsterdam meet 1.863 vierkante meter. Rotterdam is nog ietsje groter; er passen zo vijf, zes reguliere speelgoedzaken in. Smyths’ megawinkels zijn met het hoog opgestapelde speeltuig meer bouwmarkt dan pretparkachtige beleveniswinkel. De Ieren baten in het thuisland, Groot Brittannië en op het Europese vasteland 272 van zulke hyperstores uit met gemiddeld 13.000 verschillende producten (waar een keten als Intertoys er zo’n 7.500 voert). Naast traditionele speeltjes gaat het ook om buitenspeelgoed — trampolines, zwembaden, waterbanen — kinderfietsen en babyspul als buggy’s en bedjes.

Met Smyths komt er een kapitaalkrachtige speler bij op de Nederlandse speelgoedmarkt. Dat de Ierse multinational in boekjaar 2021/22 475 miljoen euro winst maakte op een omzet van bijna 1,5 miljard, is een aanwijzing dat er wel degelijk nog brood zit in de speelgoedhandel.

De komst van het Ierse miljardenbedrijf is opvallend. Want gingen speelgoedwinkels de afgelopen twintig jaar niet de weg van de dodo? Waren er in 2004 nog 1.100 zaken, volgens het CBS zijn het er nu de helft minder: 545. Bart Smit verdween uit het straatbeeld en in 2019 ging zelfs marktleider Intertoys failliet, na een zwerftocht langs buitenlandse investeerders met weinig vingertoppengevoel voor de speelgoedbranche.

*Wederopstand Intertoys*

Maar zie daar. Intertoys leeft weer. Overgenomen en afgeslankt door het Amsterdamse Mirage Retail, dat zich eerder over Blokker en BCC ontfermde. ,,In 2021 hebben we een heel gezonde winst gemaakt”, zegt Intertoysdirecteur Eddy Assies, ,,in 2022 nog wat beter. De omzet ligt, inclusief die van 72 franchisenemers, rond de 250 miljoen. De afgelopen drie jaar hebben we zelfs 25 winkels geopend en 15 franchisers toegevoegd.”

De keten wapende zich volgens Assies in een vorig leven onvoldoende tegen internet. ,,Maar sinds najaar 2022 groeit bij ons het winkelaandeel sneller dan online. In de laatste maanden zien we zelfs dat internet krimpt en winkels groeien. We zien veel meer verkeer in de winkels. Dat is echt een trendbreuk.” Assies dankt dat, wrang genoeg, aan corona, toen klanten vanwege alle lockdowns merkten hoezeer ze het winkelen misten. ,,Mensen vinden online kopen minder gezellig. Een cadeau samen uitzoeken is leuker in een echte winkel.”

“Huishoudens hebben in coronatijd ook de connectie tussen ouders en kinderen herontdekt. Men is meer thuis gaan spelen, ook door volwassenen die Legodoosjes gingen bouwen. Dat is goed bevallen, daar gaan mensen mee door.”

*Nieuw evenwicht klantgedrag in speelgoed*

Die omslag ontgaat ook retaileconoom Gerarda Westerhuis van ABN Amro niet. ,,Er is een nieuw evenwicht ontstaan”, zegt ze. ,,Na corona zijn mensen teruggekeerd naar de winkel. Dat is een algemene trend. Dat zie je bij kleding, maar ook bij speelgoed. Mensen willen winkelen omdat ze het op internet minder gezellig vinden.”

Er is volgens haar sprake van herstel, maar niet van een opleving in de speelgoedsector. ,,We zien geen enorme groei in de omzetten. De markt lijkt nu een gezonde omvang te hebben. Maar ik denk ook niet dat de omzetten verder zullen dalen. Kinderen blijven spelen.”

*Ruimte voor nieuwe speelgoedwinkels*

Het overaanbod van speelgoedwinkels, met veel eenheidsworst, zat de branche volgens haar lang dwars. ,,Er waren te veel winkels en te weinig vraag. Daar kwam internet nog bij. Maar door al die winkelsluitingen en faillissementen de afgelopen jaren, zijn er gaten gevallen, waardoor hier en daar plek is voor nieuwe zaken[[2]](#footnote-2).”

Positionering van Wonderland in de markt

Wonderland positioneert zich als een unieke en duurzame speelgoedwinkel die inspeelt op de behoefte aan persoonlijk contact, kwaliteit, en een fysieke winkelervaring. Waar grote ketens zich vaak richten op een breed assortiment tegen scherpe prijzen, richt Wonderland zich op exclusieve merken, hoogwaardige producten en een unieke beleving die families aanspreekt. Het is een plek waar zowel kinderen als volwassenen met plezier komen winkelen, geïnspireerd door een aanbod dat zowel educatief als leuk is.

*Duurzaamheid en inclusiviteit als kernwaarden*

Wonderland speelt in op de groeiende vraag naar duurzaam en inclusief speelgoed. Het assortiment bestaat uit speelgoed van hoge kwaliteit, gemaakt van natuurlijke en milieuvriendelijke materialen. Merken zoals Paola Reina en Jellycat bieden producten die niet alleen duurzaam zijn, maar ook diversiteit en inclusiviteit bevorderen, zodat kinderen zichzelf kunnen herkennen in het speelgoed. Dit sluit aan bij de trend waarin consumenten bewuster kiezen vanwege de klimaatcrisis en maatschappelijke veranderingen.

*Fysieke winkelbeleving*

Uit de heropleving van fysieke winkels blijkt dat consumenten waarde hechten aan de sociale en gezellige ervaring van samen winkelen. Wonderland onderscheidt zich door een unieke winkelervaring te bieden, met een overzichtelijke, uitnodigende inrichting en persoonlijke service. Het concept van de Birthday Basket versterkt deze beleving en stimuleert herhaalbezoeken en klantloyaliteit.

*Exclusiviteit en regio-specifieke concurrentie*

Wonderland biedt exclusieve merken die niet verkrijgbaar zijn bij grote ketens of webshops. Door afspraken te maken met leveranciers over alleenrecht in de regio, blijft de winkel uniek en concurrerend, zonder directe concurrentie in de nabije omgeving.

*Educatief en interactief speelgoed*

Met een groeiende belangstelling voor educatief en ontwikkelingsgericht speelgoed, biedt Wonderland producten die bijdragen aan de cognitieve en motorische ontwikkeling van kinderen. Dit sluit aan bij de vraag van ouders naar speelgoed dat leren en spelen combineert. Wonderland speelt daarnaast in op de behoefte aan traditionele spellen en knutselmateriaal, die populair zijn gebleven sinds de coronapandemie.

*Persoonlijke service en maatwerkadvies*

Wonderland onderscheidt zich van webshops door klanten persoonlijk advies te geven. Het (kind)vriendelijke personeel helpt klanten met het vinden van het perfecte cadeau, zelfs als zij weinig ervaring hebben met speelgoed. Deze persoonlijke aanpak zorgt voor een vertrouwensband en een winkelervaring die verder gaat dan het product alleen.

4.2 Doelgroepen

Demografische kenmerken

De doelgroep van Wonderland bestaat uit (groot)ouders en verzorgers van kinderen in de leeftijdscategorie van 0 tot 12 jaar. Deze doelgroep is divers qua leeftijd, maar doorgaans tussen de 25 en 60 jaar. Ze hebben over het algemeen een hoger besteedbaar inkomen, wat hen in staat stelt om bewuste keuzes te maken voor kwaliteit en duurzaamheid. De doelgroep omvat zowel mannen als vrouwen, waarbij moeders en grootmoeders vaak de belangrijkste beslissers zijn bij de aankoop van speelgoed.

Geografische locatie

Wonderland richt zich op inwoners van Wassenaar en de omliggende regio's, zoals Voorschoten, Leidschendam-Voorburg en Den Haag. Dit gebied staat bekend om de aanwezigheid van gezinnen met een bovengemiddeld inkomen en een internationale gemeenschap die waarde hecht aan kwalitatieve producten. Door zich lokaal te positioneren, wordt Wonderland een winkel die gemakkelijk bereikbaar is voor gezinnen in de buurt.

Psychografische kenmerken

De doelgroep wordt gekenmerkt door een bewuste, moderne levensstijl waarin duurzaamheid, kwaliteit en ontwikkeling centraal staan. Ze hechten veel waarde aan de opvoeding en ontwikkeling van hun kinderen en kiezen bewust voor speelgoed dat deze waarden ondersteunt. Hun interesses liggen bij educatieve activiteiten, creatieve oplossingen en milieuvriendelijke keuzes. Veel klanten waarderen het idee van community-building, waarbij een fysieke winkel zoals Wonderland ook een ontmoetingsplek is om ervaringen uit te wisselen.

Behoeften en voorkeuren

De doelgroep zoekt speelgoed dat niet alleen vermaakt, maar ook educatief is en bijdraagt aan de cognitieve, motorische en sociale ontwikkeling van kinderen. Ze hebben een voorkeur voor producten die milieuvriendelijk zijn geproduceerd, veilig zijn en lang meegaan. Deze groep waardeert persoonlijk advies en maatwerk bij het vinden van het juiste speelgoed, evenals een winkelervaring die warm, uitnodigend en inspirerend is. Klantvriendelijkheid en een sterke focus op service zijn belangrijk voor deze doelgroep.

Koopgedrag

De doelgroep is bereid om meer te betalen voor hoogwaardige producten die passen bij hun waarden en behoeften. Ze doen vaak voorafgaand aan een aankoop onderzoek, zowel online als via persoonlijke aanbevelingen en bezoeken fysieke winkels om het product te zien en te ervaren. Koopbeslissingen worden beïnvloed door factoren zoals duurzaamheid, veiligheid, educatieve waarde en merkbetrouwbaarheid. Bovendien speelt mond-tot-mondreclame een belangrijke rol binnen deze groep, wat betekent dat een positieve winkelervaring cruciaal is voor het succes van Wonderland.

4.3 Concurrentie

Wonderland betreedt een markt die wordt gedomineerd door zowel online retailers als grote speelgoedketens, met daarnaast lokale concurrenten in de regio Den Haag en Wassenaar. Om succesvol te zijn, onderscheidt Wonderland zich door unieke verkoopstrategieën die gericht zijn op beleving, kwaliteit en duurzaamheid. Hieronder volgt een uitgebreide analyse van hoe Wonderland zich positioneert ten opzichte van de belangrijkste concurrenten.

Online retailers

Online speelgoedwinkels zoals Bol.com, Amazon en Wehkamp hebben een groot marktaandeel dankzij het gemak van online winkelen, brede assortimenten en concurrerende prijzen. Toch hebben online retailers een aantal beperkingen waar Wonderland op inspeelt:

* Persoonlijk advies en inspiratie: Online winkels bieden geen persoonlijke begeleiding bij de keuze van speelgoed. Wonderland vult dit gat door kindvriendelijk personeel in te zetten dat klanten helpt bij het maken van weloverwogen keuzes. Medewerkers geven advies op basis van leeftijd, interesses en ontwikkelingsbehoeften van kinderen, waardoor de winkelervaring volledig wordt afgestemd op de klant.
* Productervaring: In een fysieke winkel kunnen klanten het speelgoed zien, voelen en uitproberen. Dit tastbare element biedt een unieke meerwaarde ten opzichte van online winkels.
* Unieke concepten: Het Birthday Basket-concept van Wonderland maakt het winkelen persoonlijk en gedenkwaardig. Kinderen kunnen samen met ouders en genodigden een verlanglijst samenstellen in de winkel, wat zorgt voor een interactieve en leuke winkelervaring.

Door zich te richten op beleving en persoonlijke service, biedt Wonderland een meerwaarde die online winkels niet kunnen bieden.

Grote speelgoedketens en warenhuizen

Speelgoedketens zoals Intertoys, Smyths Toys en warenhuizen zoals Kruidvat en Action richten zich voornamelijk op massaproductie en lage prijzen. Dit brengt een aantal beperkingen met zich mee waar Wonderland op inspeelt:

* Hoogwaardige, duurzame merken: Grote ketens hebben vaak een breed assortiment, maar dit is niet altijd gericht op duurzaamheid of kwaliteit. Wonderland onderscheidt zich met een zorgvuldig geselecteerd assortiment van Europese, duurzame merken zoals Paola Reina, Ooly, Janod en Jellycat. Deze merken staan bekend om hun milieuvriendelijke productieprocessen en hoogwaardige materialen, zoals gerecycled plastic en FSC-gecertificeerd hout.
* Duurzaamheid als kernwaarde: Wonderland biedt niet alleen duurzaam speelgoed, maar geeft klanten ook de mogelijkheid om gebruikt speelgoed te doneren. Dit speelgoed wordt via samenwerkingen met lokale stichtingen en goede doelen aan kinderen geschonken die het nodig hebben. Dit versterkt de maatschappelijke betrokkenheid van Wonderland.
* Beleving en service: In tegenstelling tot grote ketens, waar de focus ligt op prijs en volume, legt Wonderland de nadruk op een persoonlijke, hoogwaardige winkelervaring en uitstekende service.

Deze focus op duurzaamheid, exclusiviteit en klantgerichtheid maakt Wonderland aantrekkelijk voor een bewuste doelgroep.

Lokale concurrentie in Den Haag en Wassenaar

Hoewel er speelgoedwinkels in de regio Den Haag zijn, heeft Wassenaar zelf geen specifieke speelgoedzaak. Lokale concurrenten combineren speelgoed vaak met andere productlijnen, zoals kleding of interieurartikelen, wat de specialisatie van deze winkels beperkt. Wonderland onderscheidt zich op de volgende manieren:

* Exclusieve focus op speelgoed: Wonderland richt zich uitsluitend op speelgoed, wat een diepgaande expertise en een gespecialiseerde ervaring mogelijk maakt. Klanten weten dat ze bij Wonderland terecht kunnen voor deskundig advies en een breed aanbod dat volledig is afgestemd op hun behoeften.
* Bereikbaarheid: Speelgoedwinkels in Den Haag liggen vaak in drukke stadsdelen met beperkte parkeermogelijkheden. Wonderland bevindt zich op een gunstige locatie in Wassenaar, waardoor het voor lokale klanten een makkelijk toegankelijke en aantrekkelijke optie is.
* Unieke merken: Hoewel sommige lokale winkels in Den Haag vergelijkbare merken aanbieden, biedt Wonderland exclusieve samenwerkingen met duurzame merken die niet overal verkrijgbaar zijn. Dit versterkt de uniciteit en aantrekkingskracht van de winkel.

Klantrelaties

Wonderland onderscheidt zich niet alleen door het assortiment, maar ook door de nadruk op het opbouwen van langdurige klantrelaties. Dit wordt bereikt door:

* Uitmuntende klantenservice: Klanten worden vanaf hun eerste bezoek warm onthaald en krijgen persoonlijke aandacht. After-sales service is een belangrijk onderdeel van de strategie, waarbij Wonderland vragen of klachten snel en professioneel afhandelt.
* Community-gevoel: Door interactieve concepten zoals de Birthday Basket en mogelijkheden om speelgoed te doneren, bouwt Wonderland een gemeenschap op rondom de winkel. Dit versterkt de loyaliteit en zorgt voor positieve mond-tot-mondreclame.

Wonderland positioneert zich als een unieke, duurzame en klantgerichte speelgoedwinkel die inspeelt op de beperkingen van online retailers, de massaproductie van grote ketens en de algemene aanpak van lokale concurrenten. Met een exclusief aanbod, een focus op persoonlijke service en beleving en een sterke betrokkenheid bij de lokale gemeenschap, biedt Wonderland een aantrekkelijk alternatief voor consumenten in Wassenaar en omstreken. Deze strategieën maken Wonderland niet alleen relevant, maar ook onderscheidend in een concurrerende markt.

5. De marketingmix

5.1 Product

Wonderland biedt een zorgvuldig samengesteld assortiment van duurzaam speelgoed, specifiek gericht op kinderen van 0 tot 12 jaar. Het speelgoed wordt geproduceerd door Europese merken die bekend staan om hun kwaliteit en milieuvriendelijke productieprocessen. Het aanbod omvat educatief speelgoed dat bijdraagt aan de cognitieve, motorische en sociale ontwikkeling van kinderen, evenals speelgoed dat puur gericht is op plezier en vermaak.

Een groot deel van het assortiment bestaat uit houten speelgoed en andere producten gemaakt van natuurlijke, veilige en duurzame materialen. Het speelgoed is niet alleen esthetisch aantrekkelijk en van hoge kwaliteit, maar draagt ook bij aan een bewuste en verantwoorde levensstijl. Daarnaast biedt Wonderland exclusieve producten die niet verkrijgbaar zijn bij grote speelgoedketens of online retailers, waardoor de winkel een uniek karakter krijgt.

Door het speelgoed overzichtelijk te presenteren op leeftijdscategorieën en te focussen op een combinatie van duurzaamheid, veiligheid en speelplezier, biedt Wonderland een assortiment dat perfect aansluit bij de behoeften van moderne gezinnen.

Naast speelgoed bieden we unieke diensten aan zoals het Birthday Basket concept, waarbij kinderen en ouders een gepersonaliseerde verlanglijst kunnen samenstellen voor verjaardagen. Het speelgoed wordt verpakt in milieuvriendelijke materialen en klanten hebben de mogelijkheid om oud speelgoed bij ons achter te laten voor donatie aan lokale stichtingen en goede doelen, wat de cirkel van duurzaamheid sluit. Wonderland is meer dan een speelgoedwinkel; het is een plaats waar bewuste keuzes en plezier hand in hand gaan.

5.2 Prijs

Wonderland zet in op een competitieve prijsstrategie die past bij ons uiteenlopend assortiment van duurzaam speelgoed. De prijzen variëren, afhankelijk van het type speelgoed en het merk, met een verwachte gemiddelde besteding per klant tussen de 25 en 35 euro. Deze prijsrange maakt ons aanbod toegankelijk voor een breed publiek en zorgt ervoor dat kwaliteitsspeelgoed bereikbaar is voor families in Wassenaar en omstreken.

Onze prijzen worden zorgvuldig bepaald om competitief te blijven met zowel de fysieke als de online markt, zonder in te boeten op de kwaliteit en duurzaamheid die centraal staan bij onze producten. Dit betekent dat we marktconforme prijzen hanteren die recht doen aan de waarde van de producten die wij aanbieden. Dit prijsbeleid stelt ons in staat om een gezonde bedrijfsvoering te handhaven terwijl we onze klanten producten van hoge kwaliteit blijven bieden.

Door te focussen op een eerlijke prijs-kwaliteitverhouding, streven we ernaar om duurzaam speelgoed niet alleen als een aankoop, maar als een investering in de ontwikkeling van kinderen en in de toekomst van onze planeet te positioneren. Zo bouwt Wonderland aan langdurige relaties met klanten die onze visie van kwaliteit en duurzaamheid delen.

5.3 Plaats

Ik ben momenteel actief op zoek naar een geschikte locatie voor mijn winkel, idealiter een pand van ongeveer 100 m² in het hart van Wassenaar. De keuze voor het centrum van Wassenaar is strategisch, niet alleen vanwege de goede zichtbaarheid en de bereikbaarheid voor een breed publiek binnen de gemeente en uit de omliggende regio’s, maar ook omdat enkele cruciale infrastructuurvoorzieningen aanwezig zijn die essentieel zijn voor onze klanten. Het pand moet bij voorkeur in de buurt zijn van goede openbaar vervoer verbindingen en op loopafstand van ruime parkeergelegenheid, wat het voor klanten gemakkelijker maakt om ons te bezoeken.

De zichtbaarheid in de straat en het aantal passanten zijn belangrijke overwegingen; een levendige locatie met veel voetverkeer verhoogt de natuurlijke aanloop naar de winkel. Bovendien zou een locatie in de buurt van scholen bijzonder gunstig zijn, aangezien dit de doelgroep van jonge gezinnen direct aanspreekt en de kans op frequente bezoeken door lokale bewoners vergroot. Een voorkeur gaat ook uit naar een locatie in de buurt van andere winkels en voorzieningen.

Dit verhoogt niet alleen het aantal passanten, maar ook de kans op impulsaankopen bij Wonderland, doordat bezoekers in de omgeving vaker geneigd zijn om spontaan binnen te lopen.

Daarnaast heeft Wonderland partnerships opgezet met vooraanstaande groothandels om een divers en kwalitatief assortiment aan te kunnen bieden. Onze samenwerkingen omvatten:

* Oku
* Simon speelgoed
* Dam
* Micro step
* Harlekijn
* Mertex
* Souka

5.4 Promotie

Wonderland zet een omvangrijk promotieplan in werking om snel naamsbekendheid op te bouwen in Wassenaar en omstreken. Hieronder worden de verschillende promotieactiviteiten uitgelicht:

Digitale marketing

* Professionele website: In samenwerking met een online marketingbureau wordt een professionele, gebruiksvriendelijke website ontwikkeld. Deze site dient als het digitale visitekaartje van Wonderland en biedt uitgebreide informatie over ons assortiment, onze missie en onze locatie.
* SEO en SEA campagnes: Om de vindbaarheid van de website te optimaliseren, implementeren we zoekmachineoptimalisatie (SEO) en zoekmachineadvertenties (SEA). Deze strategieën zijn gericht op het verhogen van de online zichtbaarheid op relevante zoektermen die aansluiten bij onze producten en diensten.
* Social media campagnes: Het online marketingbureau zal ook actieve campagnes opzetten en beheren op platforms zoals Facebook en Instagram. Deze campagnes zijn gericht op het betrekken van onze doelgroep door middel van interactieve en boeiende content die onze unieke producten en aanbiedingen belicht.

Fysieke en community promotie

* Aantrekkelijke etalage: De winkel zal een dynamische en aantrekkelijk ingerichte etalage hebben die regelmatig wordt aangepast om de nieuwste producten en aanbiedingen te tonen. Dit trekt de aandacht van voorbijgangers en stimuleert impulsbezoeken.
* Branded voertuig: Periodiek zal er een speciaal versierde auto met het logo van Wonderland door de straten van Wassenaar en omliggende gebieden rijden om zichtbaarheid te verhogen.
* Flyeren: Er zullen flyers worden verspreid in de omgeving van Wassenaar. Deze flyers informeren potentiële klanten over de opening van de winkel, speciale promoties en evenementen.

Mond-tot-mond reclame

* Kwaliteit en service: Naast de zichtbare promotie-inspanningen, legt Wonderland een sterke nadruk op het leveren van uitmuntende kwaliteit en service. Door de verwachtingen van klanten te overtreffen, stimuleren we positieve mond-tot-mondreclame. Tevreden klanten zullen natuurlijke ambassadeurs worden die hun enthousiasme over Wonderland delen met vrienden en familie.

Door deze gecombineerde aanpak streeft Wonderland ernaar een sterke lokale aanwezigheid op te bouwen en zich te vestigen als dé bestemming voor duurzaam speelgoed in de regio.

5.5 Personeel

In het eerste jaar zal naast mij als ondernemer één medewerker in dienst komen voor 20 uur per week. Deze medewerker zal helpen bij het uitvoeren van dagelijkse taken, zoals het adviseren van klanten, het beheren van de winkelvoorraad en het creëren van een uitnodigende sfeer in de winkel. Afhankelijk van de drukte en de groei van de winkel, wordt er op termijn een extra parttime medewerker aangenomen om het team verder uit te breiden.

Ik beschik over een uitgebreid netwerk van mensen die geschikt zijn voor deze functie en ben ervan overtuigd dat ik snel de juiste kandidaten kan vinden. Met mijn ervaring in leidinggeven kan ik het personeel effectief aansturen en coachen, zodat zij zich ontwikkelen en bijdragen aan de doelen van de winkel.

De belangrijkste eigenschappen die ik zoek in mijn medewerkers zijn kindvriendelijkheid, sociale vaardigheden en klantgerichtheid. Het personeel moet proactief zijn en in staat om uitstekende service te verlenen. Dit betekent dat zij klanten actief benaderen, advies geven en hen ondersteunen in hun aankoopproces, zonder opdringerig te zijn.

Een verkoopgerichte houding is essentieel, maar altijd in balans met een persoonlijke benadering. Medewerkers worden opgeleid om met plezier en professionaliteit te werken, zodat zij niet alleen bijdragen aan de omzet, maar ook aan een positieve winkelervaring voor de klant. Dit maakt Wonderland een plek waar klanten graag terugkomen en waar zij zich welkom voelen.

6. SWOT Analyse

In dit hoofdstuk wordt de SWOT-analyse van Wonderland behandeld. De sterktes en zwaktes (intern) en kansen en bedreigingen (extern) worden behandeld en verder uitgelegd.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Sterktes | Zwaktes | Kansen | Bedreigingen |
| * Ervaring ondernemer * Uniek assortiment * Persoonlijke service * Duurzaamheid * Beleving | * Gebrek aan naamsbekendheid * Afhankelijkheid van externe financiering | * Heropstand fysieke speelgoedwinkels * Populariteit duurzaam speelgoed | * Concurrentiedruk van online retailers * Toetreding van kapitaalkrachtige spelers |

Sterktes

*Ervaring ondernemer*

Ik breng waardevolle kennis en ervaring mee naar Wonderland. Doordat ik ben opgegroeid in een ondernemersgezin, heb ik van jongs af aan inzicht gekregen in wat het betekent om een bedrijf te runnen. Daarnaast heb ik zelf ervaring opgedaan in ondernemerschap en leidinggeven, wat mij een stevige basis geeft om Wonderland succesvol op te zetten. Mijn ervaring in verkoop helpt mij om een klantgerichte aanpak te hanteren en effectief in te spelen op commerciële kansen. Deze combinatie van vaardigheden en ervaring vormt een solide fundament voor het opbouwen en laten groeien van mijn onderneming.

*Uniek assortiment*

Wonderland biedt een onderscheidend assortiment van hoogwaardige, Europese, duurzame merken die niet verkrijgbaar zijn bij bekende speelgoedketens. Door alleenrecht in de regio te verkrijgen, wordt concurrentie in de directe omgeving uitgesloten, wat de exclusiviteit en aantrekkingskracht van het assortiment vergroot. Dit unieke aanbod geeft Wonderland een sterke positie in de markt en trekt een bewuste doelgroep aan die waarde hecht aan kwaliteit en duurzaamheid.

*Persoonlijke service*

Klanttevredenheid staat bij Wonderland centraal. Klanten worden warm welkom geheten en kunnen rekenen op persoonlijk advies dat is afgestemd op hun specifieke behoeften. Het personeel is kindvriendelijk, sociaal en gericht op het bieden van uitstekende service zonder opdringerigheid. Daarnaast biedt Wonderland een sterk after-sales beleid, waardoor klanten ook na hun aankoop terecht kunnen voor vragen of ondersteuning. Deze persoonlijke benadering creëert een loyale klantenbasis en onderscheidt Wonderland van zowel online concurrenten als grote ketens.

*Duurzaamheid*

Duurzaamheid vormt een kernwaarde van Wonderland. Het assortiment bestaat uit milieuvriendelijk geproduceerd speelgoed en verpakkingen worden geselecteerd met aandacht voor duurzaamheid. Bovendien biedt Wonderland klanten de mogelijkheid om gebruikt speelgoed achter te laten, dat wordt gedoneerd aan stichtingen en goede doelen. Dit versterkt de maatschappelijke betrokkenheid van de winkel en spreekt een groeiende groep bewuste consumenten aan.

*Beleving*

Wonderland biedt een unieke winkelervaring die verder gaat dan alleen het productaanbod. Concepten zoals het Birthday Basket en een warme, overzichtelijke winkelinrichting maken een bezoek aan Wonderland bijzonder en gedenkwaardig. Het creëren van een uitnodigende sfeer en het aanbieden van interactie, zoals het samenstellen van cadeaupakketten voor verjaardagen, zorgen ervoor dat klanten een sterke emotionele binding met de winkel krijgen. Deze focus op beleving biedt een belangrijk onderscheidend voordeel ten opzichte van online winkels en traditionele speelgoedketens.

Zwaktes

*Gebrek aan naamsbekendheid*

Zoals bij elke startende onderneming heeft Wonderland in het begin nog geen gevestigde naam in de markt. Dit maakt het een uitdaging om potentiële klanten aan te trekken en hen bewust te maken van het unieke aanbod en de meerwaarde van de winkel. Om dit te overwinnen, wordt er een strategisch marketingplan uitgevoerd, met activiteiten zoals lokale promoties, samenwerkingen met scholen en een sterke online aanwezigheid. Meer details over deze strategieën zijn te vinden in paragraaf 5.4.

*Afhankelijkheid van externe financiering*

Ik beschik niet over voldoende eigen vermogen om het bedrijf zelfstandig te starten. Hierdoor is het succes van de onderneming deels afhankelijk van het verkrijgen van externe financiering. Het vinden van de juiste financieringspartner is essentieel om deze zwakte te beperken.

Kansen

*Heropstand fysieke speelgoedwinkels*

De heropstand van fysieke speelgoedwinkels biedt Wonderland een unieke kans om in te spelen op de behoefte aan beleving en interactie bij het winkelen. Consumenten kiezen steeds vaker voor fysieke winkels vanwege het sociale aspect en het plezier van samen cadeaus uitzoeken, een trend die versterkt werd door de coronapandemie. Door een unieke winkelervaring te bieden, met persoonlijke service, duurzaamheid en een exclusief assortiment, kan Wonderland zich onderscheiden van online retailers en grote ketens. De sluiting van veel speelgoedwinkels in de afgelopen jaren creëert bovendien ruimte in de markt, vooral in regio's zoals Wassenaar, waar directe concurrentie beperkt is. Wonderland kan deze kansen benutten door een sterke focus op kwaliteit, klantgerichtheid en unieke concepten zoals het Birthday Basket, waarmee het zich positioneert als dé speelgoedwinkel voor bewuste gezinnen.

*Populariteit duurzaam speelgoed*

De groeiende populariteit van duurzaam speelgoed biedt Wonderland een sterke kans om zich te onderscheiden en een loyale klantenbasis op te bouwen. Steeds meer consumenten, vooral ouders en verzorgers, kiezen bewust voor milieuvriendelijke en kwalitatieve producten die bijdragen aan een duurzamere wereld. Deze trend wordt gedreven door een toenemende maatschappelijke bewustwording rondom duurzaamheid en de impact van consumptie op het milieu. Wonderland speelt hierop in door een assortiment aan te bieden dat volledig bestaat uit duurzaam geproduceerd speelgoed van hoogwaardige Europese merken. Het gebruik van natuurlijke materialen, gerecycled plastic en FSC-gecertificeerd hout sluit perfect aan bij de verwachtingen van bewuste consumenten. Daarnaast versterkt de mogelijkheid om gebruikt speelgoed te doneren aan goede doelen het imago van Wonderland als maatschappelijk betrokken onderneming. Door duurzaamheid centraal te stellen in zowel het aanbod als de winkelervaring, kan Wonderland niet alleen inspelen op een belangrijke markttrend, maar ook een concurrentievoordeel behalen ten opzichte van traditionele speelgoedwinkels en online retailers die minder nadruk leggen op duurzaamheid. Dit maakt Wonderland aantrekkelijk voor moderne gezinnen die bewuste keuzes willen maken.

Bedreigingen

*Concurrentiedruk van online retailers*

Grote online platforms zoals Bol.com, Amazon en Wehkamp domineren de speelgoedmarkt met brede assortimenten en concurrerende prijzen. Ze bieden klanten het gemak van thuiswinkelen en snelle levering, wat een sterke aantrekkingskracht heeft, vooral voor drukke gezinnen. Wonderland onderscheidt zich door een unieke winkelervaring te bieden die online retailers niet kunnen evenaren. Persoonlijk advies, interactieve concepten zoals het Birthday Basket en de mogelijkheid om producten fysiek te zien en te ervaren, creëren een meerwaarde die klanten naar de winkel trekt. Bovendien legt Wonderland een sterke nadruk op duurzaamheid en exclusieve merken, waardoor het een niche bedient die minder gevoelig is voor prijsconcurrentie.

*Toetreding van kapitaalkrachtige spelers*

De opkomst van grote, internationale ketens zoals Smyths Toys vormt een bedreiging. Deze ketens hebben aanzienlijke financiële middelen om te investeren in marketing, grote voorraden en scherpe prijzen, wat hen aantrekkelijk maakt voor een breed publiek. Wonderland richt zich op een specifiek segment van bewuste consumenten die waarde hechten aan duurzaamheid, kwaliteit en persoonlijke service. Door alleenrecht in de regio te verkrijgen voor exclusieve merken, blijft het aanbod uniek en wordt directe concurrentie met massaproducten beperkt. Daarnaast bouwt Wonderland sterke klantrelaties op door uitmuntende service en betrokkenheid bij de lokale gemeenschap, wat bijdraagt aan klantloyaliteit en positieve mond-tot-mondreclame.

7. Financieel plan

7.1 Investering



7.2 Financiering



7.3 Exploitatiebegroting



Onderbouwing omzet (ex. BTW)



Bij de berekening van de omzet is uitgegaan van een gemiddelde besteding van € 30,00 (incl. BTW).

Vaste kosten



7.4 Liquiditeitsbegroting

Jaar 1



Jaar 2



Jaar 3



1. Bron: https://www.nu.nl/economie/6228443/duurzaam-en-inclusief-speelgoed-populair-door-maatschappelijke-ontwikkelingen.html [↑](#footnote-ref-1)
2. Bron: https://www.deondernemer.nl/actueel/heropstand-speelgoedwinkels-bewijst-consumenten-willen-weer-meer-fysiek-winkelen~434ad0c [↑](#footnote-ref-2)