

DE SPEELGOEDMARKT

Marc VANDERCAMMEN

Adriaan Meirman

November 2009

OIVO

Onderzoeks- en Informatiecentrum
van de Verbruikersorganisaties



Stichting van openbaar nut

ON 417541646

De speelgoedmarkt

In de EU zijn er ongeveer 80 miljoen kinderen jonger dan 14 jaar en zowat 2.000 bedrijven die rechtstreeks meer dan 100.000 personen tewerkstellen in de speelgoed- en spellensector. Het merendeel van die bedrijven zijn KMO's.

Speelgoed en spelmateriaal zijn van essentieel belang voor de ontplooiing van het kind. Spelen is leren zonder het te beseffen, het is de psychomotoriek ontwikkelen, zijn emoties onder controle houden, ... het is leren dat er regels bestaan.

De Europese Commissie heeft positief bijgedragen aan de uitbreiding van de sector en aan de bescherming van de consument dankzij de harmonisatie van de veiligheidscriteria voor speelgoed in de EU. De nieuwe Speelgoedrichtlijn versterkt de beschikkingen betreffende het invoeren en het opstellen van veiligheidscriteria om er met zekerheid voor te zorgen dat de kinderen altijd de hoogste graad van bescherming genieten.

Vandaag blijven de belangrijkste handelspartners van Europa nog altijd de Verenigde Staten voor de export en het Verre Oosten voor de import. Eén van de grootste troeven van de Europese speelgoedindustrie is het exportpotentieel voor Europese producten van hoogstaande kwaliteit.

81% van de totale productie van artikelen voor kinderen is - nogal logisch, vinden wij - speelgoed. We houden even de loep boven deze seizoensgebonden markt, waar advies aan de kopers zeker niet overbodig is.

MARKTVOLUME

In Europa is de markt van speelgoed en spellen de laatste jaren met ongeveer 10% per jaar gegroeid. Voor 2008 konden wij niet beschikken over de precieze verkoopcijfers voor Europa. De samenvatting over de evolutie van de Europese speelgoedmarkt geeft aan dat de markt stabiel gebleven is. Voor de cijfers over België hebben wij een raming gemaakt, gebaseerd op de evolutie van de netto invoer van speelgoed en op de raming die de firma NPD gemaakt heeft. Op basis van die raming stellen we voor 2008 een daling met 1% van de verkoopcijfers op de speelgoedmarkt in België vast. Ondanks die daling, zien we een lichte groei van ongeveer 7% voor wat het klassieke speelgoed betreft, met het daaraan gekoppelde logische gevolg van een daling van de verkoop van videospellen. De experts van de Belgische Speelgoedfederatie, van hun kant, schatten dat België zich in vergelijking met zijn Europese buurlanden heel goed uit de slag trekt.

Op basis van de statistieken van "Toys Industries of Europe" zien we dat de speelgoedmarkt in België 2,8% van de Europese markt vertegenwoordigde in 2008.

TABEL 1: EVOLUTIE VAN DE UITGAVEN PER JAAR, IN BELGIË

	In miljoen euro	2004	2005	2006	2007	2008
Europese markt	videospellen inbegrepen	17.542 €	18.215 €	19.438 €	19.322 €	n.b.
	videospellen niet inbegrepen	12.916 €	13.294 €	14.187 €	14.234 €	n.b.
Raming België	videospellen inbegrepen	480 €	507 €	544 €	598 €	592 €
	videospellen niet inbegrepen	308 €	319 €	342 €	384 €	412 €
	Aandeel van de videospellen	35,8%	37,0%	37,0%	35,7%	30,4%

Bron: OIVO, raming op basis van de gegevens van TIE

Wat koopt de consument?

Voor de eerste keer in jaren neemt het aandeel van de videospelen af in verhouding tot de verkoop van klassieke spelen (o.a. buitenspeelgoed en sportmateriaal). Die spelen vertegenwoordigen nu minder dan een derde van de aankopen van de gezinnen.

TABEL 3: RELATIEF BELANG VAN DE VERKOOP PER SOORT SPEELGOED

	2007	2008	Variatie
Videospelen	35,7%	30,4%	-5,4%
Speelgoed voor baby's, peuters	13,4%	13,8%	0,4%
Grafisch speelgoed, puzzels, gezelschapsspelen	8,9%	8,9%	0,0%
Poppen	8,0%	8,6%	0,6%
Buitenspelen & sport	6,3%	7,4%	1,2%
Elektrische voertuigen, tractors en accessoires	6,4%	7,0%	0,6%
Bouwspeelgoed	4,6%	4,9%	0,2%
Creatieve en actieve speeltjes	3,5%	4,4%	0,9%
Speelgoedfiguren en accessoires	3,4%	4,2%	0,8%
Pluchen figuren	3,2%	3,7%	0,5%
Elektronische spelen	2,5%	2,2%	-0,3%
Andere	3,9%	4,5%	0,5%

Bron: Berekeningen OIVO, Toy Industries of Europe

De consumptie verschilt van land tot land. Bijvoorbeeld: Japanners eisen elektronisch speelgoed, terwijl andere Aziatische consumenten de voorkeur geven aan educatief speelgoed, Europeanen een zwak hebben voor traditioneel speelgoed en de kleine Amerikaantjes bovenal houden van alles wat door films of televisiefuilletons geïnspireerd is. Dat laatste punt lijkt echter ook meer en meer op te gaan voor onze kinderen. We zien dat het speelgoed onder licentie een verkooptoeename kan voorleggen die nagenoeg tweemaal groter is dan het algemene gemiddelde voor het klassieke speelgoed.

Op vandaag vertegenwoordigen videospelletjes bijna 30% van de speelgoedmarkt voor jongeren. Dat is minder dan in 2007, toen dit type speelgoed nog praktisch 36% van de markt uitmaakte.

De andere categorieën speelgoed, uitgezonderd de videospelen, waarvan het continue relatieve belang toegenomen is, zijn het buitenspeelgoed (met 7,4%, d.i. 1,1% meer dan in 2007), het knutselspeelgoed (met 4,4%, d.i. 0,9% meer dan in 2007), de figuurtjes voor rollenspelen (met 4,2%), die zowel voor de kinderen als voor de volwassenen gekocht worden en waarvan het relatieve aandeel met 0,8% toeneemt in verhouding tot 2007, en de poppen, pluchen figuren en elektrische circuits die ongeveer 0,6% beter verkopen in vergelijking met 2007.

Bij het speelgoed met stabiel gebleven marktaandeel vinden we het bouwspeelgoed (4,4%).

voorbeeld: een spel met classificatie 12+ dat het teken "geweld" vertoont, is niet geschikt voor kinderen onder de 12 jaar vanwege het gewelddadige karakter van de inhoud van het spel⁵.



PEGI 3+: met deze classificatie wordt de inhoud van het spel beschouwd als aangepast aan alle leeftijdsgroepen. Enig geweld in een komische context (bijvoorbeeld de vormen van geweld in tekenfilms zoals Bugs Bunny of Tom & Jerry) is aanvaardbaar. Het kind mag het personage op het scherm niet kunnen associëren met echte figuren: ze moeten compleet ingebeeld zijn. Het spel mag geen geluiden of beelden bevatten die kleine kinderen kunnen doen schrikken of kunnen bang maken. Het spel mag geen gore taal gebruiken en mag geen enkele naaktscène noch enige verwijzing naar een seksuele activiteit bevatten.



PEGI 7+: Elk spel dat normaal een classificatie 3+ zou krijgen, maar dat bepaalde scènes of geluiden bevat die mogelijk schrikwekkend zijn, kan worden beschouwd als geschikt voor deze leeftijdsgroep. Gedeeltelijke naaktscènes kunnen toegelaten worden, maar nooit in een seksuele context.



PEGI 12+: De videospelen die beelden tonen van geweld in een meer grafische vorm tegen ingebeelde karakters en/of niet-grafisch geweld tegen personages met een menselijk gezicht of die herkenbare dieren voorstellen, alsook videospelen die lichtjes meer grafische naaktscènes tonen zouden in die leeftijdsklasse vallen. Elke grofheid moet luchtig van aard blijven en mag geen beledigingen met een seksueel karakter inhouden.



PEGI 16+: Deze classificatie wordt van toepassing wanneer de weergave van het geweld (of een seksueel contact) een niveau bereikt dat gelijkend is op wat men in de realiteit zou vinden. De jonge mensen in deze leeftijdsgroep moeten ook in staat zijn om met meer extreme grove taal, het concept van tabak- en druggebruik en de voorstelling van criminele activiteiten om te kunnen.



PEGI 18+: De classificatie bestemd voor de volwassenen wordt toegepast wanneer de graad van geweld een peil bereikt waar ze gelijk komt te staan met voorstellingen van bruto geweld en/of elementen van specifieke types van geweld omvat. Het brute geweld is het moeilijkst te definiëren want in tal van gevallen kan die definitie zeer subjectief zijn, maar over het algemeen kan ze de voorstellingen van geweld omvatten die de kijker een gevoel van afkeer bezorgen.

De symbolen op de achterkant van de verpakking wijzen op de belangrijkste redenen waarom een spel aan een bepaalde leeftijdsgroep voorbehouden wordt. Er zijn acht van die symbolen: geweld, grove taal, angst, drugs, seks, discriminatie, kansspelen en online spelen met andere personen.

⁵ www.saferinternet.be

We vinden ook meer en meer producten terug waarmee kinderen kunnen leren om een eigen kledinglijn te ontwikkelen, waarbij het om producten gaat die ontsproten zijn aan de voorliefde van de kinderen voor decoratie, geïnspireerd op televisieprogramma's. We zien ook een sterke terugkeer van de gezelschapspelen: denkwerk, magie, echte klassiekers.

In Frankrijk maakte de verkoop van gezelschapspelen een sprong voorwaarts van 30,1% tussen maart 2008 en maart 2009. De verkoop van klassiek speelgoed zoals Lego en Playmobil nam toe met respectief 17,7% en 27,2%. Anderzijds liep de verkoop van elektronisch speelgoed, dat de voorbije jaren echt de motor van de sector was, in de voorbije twaalf maanden met 0,5% terug. De uitleg daarvoor moet ongetwijfeld gezocht worden bij de prijzen: er is geen enkel videospel dat minder dan 20 euro kost, terwijl het juist in die goedkopere prijsklasse is dat de verkoopcijfers het meest dynamisch stijgen.

We vinden meer en meer elektronische elementen in het speelgoed en in het bijzonder in de pluchen figuren terug. Laatstgenoemde worden hoe langer hoe meer interactief. De speelgoedrobots, en dan bedoelen we zowel de gewone androiden als de libel Dragonfly, specialiteiten van de firma Wow Wee, blijven ook constant hun aanbod meer diversifiëren.

Maar er is en blijft ook en vooral het speelgoed onder licentie gekoppeld aan films, tekenfilms, televisieseries of televisiespelletjes

Net als de voorgaande jaren zullen mensen niet naast die speeltjes, figuurtjes of andere objecten onder licentie kunnen kijken. Merk op dat dé stars van dit sinterklaasfeest heten: High School Musical, Dora, Cars, Winnie, Spiderman of nog Batman en Star Wars (met de helm van Star Wars Clone die de stem vervormt en geluiden maakt, maar ook met de figuurtjes en laserzwaarden voor de echte verzamelaar, die niet altijd goedkoop zijn).

HET SPEELGOED KIEZEN

Voor een kind is speelgoed een middel om zich uit te drukken, te leren en de volwassen wereld te ontcijferen. Daarom is speelgoed heel belangrijk. En dat is dan weer de reden voor de vele vragen waarmee volwassenen tijdens de feestperiode worden geconfronteerd en die o.a. te maken hebben met de alomtegenwoordige reclame die de keuzes van de kinderen, en dus ook die van de ouders, stuurt en beïnvloedt.

Hoe moet u speelgoed kopen?

- Houd rekening met de wensen van het kind: een stuk speelgoed dat het kind graag heeft, zal nuttiger zijn dan een ongewenst stuk speelgoed. In elk geval zal dat laatste snel aan de kant blijven liggen. Met aandacht voor uw kind een stuk speelgoed kopen dat dit kind bevalt, zal vaak veel leerzamer zijn dan een zogenaamd educatief stuk speelgoed. Ook al leert uw kind dan misschien geen Engels voor zijn tijd, zoals u eigenlijk gehoopt had . . .
- Houd rekening met de leeftijd van de kinderen: iedereen zou wel graag hebben dat zijn of haar kinderen kleine genieën zijn, maar het is niet door speelgoed voor achtjarigen te kopen voor een kind van 6 dat dit kind van 6 intelligenter zal worden! Misschien is het omgekeerde wel waar, want voor elk opbouwend werk is toch altijd een goede grondlaag nodig . . .?
- Denk ook aan uzelf wanneer u een stuk speelgoed koopt. Lawaaiig speelgoed mag dan wel heel aantrekkelijk zijn voor de kinderen, ze zijn vaak ook breekbaarder, ze verbruiken veel batterijen en kunnen heel storend zijn voor de overige gezinsleden, wat voor spanningen zorgt. Als u een gezelschapsspel koopt, kies er dan één dat u graag zult spelen, maar dat tegelijk nog doenbaar is voor het kind. Kinderen doen namelijk niets liever dan met hun ouders (of een ouder) samen te spelen.

- Denk aan de veiligheid. Niet dat het een obsessie moet worden, maar u moet toch altijd even nadenken over de gevolgen als u overweegt om een stuk speelgoed te kopen. Meer informatie over dat onderwerp vindt u hierna.

U weet niet welk speelgoed uw kind plezier zou doen? Twee oplossingen:

- U stelt aan het kind voor om een brief aan Sinterklaas te schrijven;
- U laat het kind een speelgoedcatalogus inkijken en daarin enkele stukken aanduiden die het interessant vindt. Zeg erbij dat u zo Sinterklaas (of de Kerstman) wilt helpen bij het maken van keuzes, maar dat alle aangeduide stukken misschien niet beschikbaar zullen zijn. Herinner het kind eraan dat de sint (of de Kerstman) heel veel kinderen blij moet maken en dat het misschien niet mogelijk zal zijn om aan alle kinderen alles te geven wat ze willen. Vanaf de leeftijd van 7 à 8 jaar kunt u zelfs aan uw kind vragen om de gemaakte keuzes te klasseren volgens voorkeur.

U wilt professioneel advies? Dan raden wij u aan om in een kleine speciaalzaak uw boodschappen te gaan doen!

Voor welke leeftijd is het stuk speelgoed bestemd dat u in uw handen hebt? Dat staat vermeld op de doos, maar moet niet al te strikt genomen worden. U hoeft zich zeker niet onmiddellijk zorgen te beginnen maken over de ontwikkeling van uw kind als het als zesjarige een spelletje zou willen waar "4+" op staat.

Een greep uit de selectie van Le Ligueur

Hierna volgt een greep uit de beschrijvingen afkomstig uit de Speelgoedselectie 2009 van de Waalse krant Le Ligueur, verschenen op 4 november (*vertaling uit het Frans*).

VOOR DE KINDEREN VAN 0 TOT 3 JAAR

- *iBedoo* (Sigikid): nieuwe, felgekleurde modellen voor deze moderne "muziekdoos". Doordat ze met een luidspreker uitgerust zijn, kunnen deze creaturen op een (niet meegeleverde) MP3-speler aangesloten worden. Dat biedt de ouders de mogelijkheid om af te stappen van de klassieke en niet altijd origineel te noemen wiegeliedjes en hun baby met muziek van eigen keuze tot rust te brengen. Bedenk wel dat het niet aan te raden is om te proberen een kind op de tonen van AC/DC in slaap te krijgen. De toepassing van de nieuwe technologieën mag dus niet leiden tot het verloochenen van de hoofdfunctie van een muziekdoos: voor het slapengaan moet de muziek het kind rustig maken en in slaap helpen geraken. En al kan een eentonige melodie sterk op de zenuwen van de ouders beginnen spelen, blijft het toch een feit dat een baby daar geen last van heeft: eerder het tegendeel is waar, want een vaste melodie wordt door het kind al snel geassocieerd met kalmte en rust en met het ritueel van "gaan slapen". Ook goed om te weten bij het kiezen uit de verschillende muziekdozen in de handel: de melodie kan maar beter niet vals klinken, want het gehoor van de baby is zich op die leeftijd nog aan het vormen en die eerste tonen kunnen als de standaardnorm worden opgeslagen.
- *Woodours* en *Tizours* (van Ebulobo). Ziehier een nieuwigheid die de ouders zonder aarzelen als decoratie in de babykamer zullen plaatsen voordat het echt als speelgoed voor hun kind gaat dienen. Het betreft hier een papa beer en zijn berenkind, uitgerust om samen te gaan vissen. Zoals voor al het actieve speelgoed het geval is, helpt ook dit artikel de behendigheid, maar ook de verbeelding en het taalgebruik van het kind ontwikkelen. Hier komt er zelfs nog een klein detail bij dat het spel nog plezieriger maakt: de babybeer kan zich eender waar aan papa beer vastklampen, zowel aan zijn been als aan zijn schouders. Zo kunnen kind en ouders zich in dit speelgoed herkennen en er situaties uit hun eigen dagelijks leven mee naspelen. Nog in die categorie van speelgoed dat tegelijk decoratief en gevoelsmatig gebruikt kan worden, is er een ander voorbeeld dat zich doet opmerken door zijn design en de aankleding volgens de allerlaatste modetrends: Liz (Lilliputter), het kleine elfje in een soort weefsel dat, als ze omgedraaid wordt, in een lieveheersbeestje verandert.
- *Draisienne* (van Earlyrider) is een toestel dat bij ons opgang maakt en waarover Le Ligueur al eerder de loftrumpet afgestoken heeft: het gaat om een fietsje zonder pedalen, helemaal van hout of helemaal van metaal. Meer dan enkel

modieus, is dit principe ideaal om op twee wielen te leren rijden. Het kind wordt eerst vertrouwd gemaakt met het evenwichtgevoel voordat het de voetencoördinatie leert, twee elementen die onmisbaar zijn om de pedalen te doen draaien. Dit jaar verschijnt het Amerikaanse merk Earlyrider in de Belgische winkels met drie formaten van loopfietsjes. Belangrijk weetje voor de kleine die zijn eerste ritje wil maken: de stuurstang kan vastgezet worden, waardoor omvallen gemakkelijker te vermijden is. Het is een heel mooi stuk speelgoed, niet echt goedkoop, maar met een design en een werkingsprincipe dat de prijs/kwaliteitverhouding best oké maakt. Niet vergeten: hetzelfde principe van een fietsje zonder pedalen bestaat ook in metaal en in plastic, namelijk bij Puky. En ten slotte wijzen we de voorstanders van de klassieke driewieler nog op de Zoom Trike (van Chicco), een rijwiel dat is uitgerust met die fameuze verstelbare en verwijderbare geleidestang die de ouders in staat stelt om hun peuter bij te sturen (en af te remmen). Nog een praktisch en veilig weetje: de pedalen kunnen automatisch gedeblokkeerd worden voor gebruik zonder peddelen met de pedalen en na gebruik kan het fietsje samengeklapt worden en in een gemakkelijk te transporteren tas opgeborgen worden.

- Mickey sportauto (van Brio): Mickey (of Winnie) aan het stuur van een volledig houten, rode (of roze) sportauto. De beroemde personages van Disney zijn altijd een schot in de roos bij kinderen (en bij hun ouders!), maar deze sportauto biedt nog een sterke extra troef: het chassis is gemonteerd op een draaibare as. Dit is niet zomaar een gadget, maar biedt de mogelijkheid om - zelfs met kleine kinderhandjes - deze bolide gemakkelijk van richting te doen veranderen. Het is een sympathiek, wendbaar en stevig eerste autootje: een stuk speelgoed dat al generaties lang alle jongens (maar ook meisjes!) aanspreekt, die van nature aangetrokken worden door alles wat rijdt. In eerste instantie zal het kind zittend deze auto in alle richtingen door de salon doen rijden, maar op latere leeftijd zal het er in beweging de wereld van de volwassenen mee nabootsen en zijn verbeelding (kunnen) laten werken.

VOOR DE KINDEREN VAN 3 TOT 6 JAAR

- Petshop (Hasbro): hier zien we een reeks roze gekleurde nieuwigheden, die dus vooral de meisjes zullen aanspreken. Het gaat erom de kinderen vertrouwd te maken met de dierenwereld aan de hand van kleine plastic diertjes met een buitenmatig groot hoofd, die verzameld kunnen worden in een verzorgingsalon voor dieren met de allure van een huis. Het is een stuk speelgoed dat ondergebracht kan worden in de categorie van de 'wereld in het klein'. Daarna gaan we van plastic naar stoffen figuren met Jument Paulina (Paulina de merrie, van Haba), 40 cm hoog en geleverd met een zadel en teugels die afneembaar zijn. Een stuk speelgoed dat aansluit bij het bijzonder populaire thema "paarden" en dat vaag doet denken aan Little Pony, die trouwens nog altijd verkocht wordt in de winkels. Vanaf 3 jaar.
- Barbapapa kegelspel (Petit jour Paris): een klassiek stuk speelgoed met een look die zowel de ouders (dertigers) als hun spruiten zal bevallen. Barbapapa en kroost zijn hier kegels in een kegelspel, met zes kegels en twee zachte kegelballen, die het mogelijk maken om binnen te spelen zonder schade aan te richten en zonder gevaar voor builen. Dit speelgoed ontwikkelt de bewegingscoördinatie, de handigheid, het doorzettingsvermogen... en kan ook heel grappige partijtjes opleveren. Het bestaat ook in een versie met Elmer de olifant of Mimi de muis (van hetzelfde merk). Vanaf 4 jaar.
- Zipo the Hipo (Ze super zeros): Zipo en zijn vrienden, herkenbaar aan hun masker en hun cape, zijn grappige superhelden die elk een bijzondere kracht hebben. Zipo het nijlpaard kan bijvoorbeeld supersnel zwemmen. Deze figuren zijn van stof en zien er eerder modern uit, alsof ze zo uit een tekenfilm gestapt zijn. Dit speelgoed herinnert ons eraan dat een kind nooit te groot is om een pluchen beest of eender welk ander stoffen personage rond te sjouwen. Op elke leeftijd (tot zelfs in hun tienerjaren) stellen deze soort figuren hen gerust en kunnen ze hen helpen om hun emoties uit te drukken. Vanaf 3 jaar.

VOOR DE KINDEREN VAN 6 TOT 12 JAAR

- Een collectie tekenen (Djeco): nog een commercieel bijzonder sterke nieuwigheid, zeker bij de meisjes. Het gaat om een knutseldoos die het kind voorstelt om in de huid te kruipen van een modeontwerp(st)er. Het is de bedoeling een eigen collectie te tekenen met behulp van een reeks motieven en viltten voorbeeldstukken. Een weldoordacht product, met allemaal mooie materialen. Zo wordt ook bij grotere kinderen de zin om te knutselen in stand gehouden. Vanaf 9 jaar.

- Telegeleide R2D2 (Hasbro): een grote vernieuwing! Voor de eerste keer is R2D2 verkrijgbaar met afstandsbediening. Deze robot van 15cm hoog, de bekendste uit de filmwereld, kan vooruit en achteruit stappen met besturing via een afstandsbediening. Natuurlijk ontbreken ook de lichtjes en typische geluiden niet. Hoewel R2D2 ook de volwassenen zou moeten doen smelten, is de robot over het algemeen niet noodzakelijk zeer geliefd bij de ouders. Dat komt onder andere doordat ze hem luidruchtig, oorlogzuchtig, breekbaar en duur vinden. En nochtans is deze robot een stuk speelgoed dat zinvol is voor de kinderen. Ze zetten er hun verbeelding mee aan het werk want dankzij hem vinden ze allerhande werelden en verhalen uit die volkomen los staan van hun eigen dagelijkse realiteit. Een ander product dat populair is en dit keer geen elektronica bevat: de zelf te bouwen robots van het gamma Bionicle van Lego. In diezelfde zin willen we ook wijzen op het nut van al die beroemde personages die de kinderen vaak uit films of tekenfilms kennen. Hoewel de ouders niet altijd vinden dat ze van goede smaak getuigen, zijn ze toch nog wel in zekere zin interessant: de kinderen kunnen zich immers inbeelden dat zij zelf die superhelden zijn en hun eigen drang naar kracht (alsook hun vernielzucht) op die figuren projecteren. Vanaf 8 jaar.

Om de ouders bij hun keuze te begeleiden, gaat Le ligueur nog verder met een "Garanti Chouette" (gegarandeerd leuk) label dat wordt toegekend aan leuke boeken, TV, films, websites, CD's, strips, tentoonstellingen, evenementen. Een website www.citoyenparent.be stelt een kwaliteitsvolle culturele selectie voor.

Wat is goed speelgoed?

Goed speelgoed bezorgt het kind plezier en leert het kind dingen aan zonder gevaar op te leveren. Om een kind te kunnen vermaken, moet het speelgoed aantrekkelijk zijn voor het kind. De verbeelding laten spreken is ook heel belangrijk, soms zelfs nog belangrijker dan het spel zelf. Het ideaal is dat het kind een eigen milieu opbouwt, eigen verhalen uitwerkt en zich bevrijdt van het stereotype kader dat met veel reclamemiddelen wordt opgehangen. Dat ingebeelde milieu zal het kind des te gemakkelijker voor zichzelf creëren als het speelgoed het kind zelf - en niet zozeer de ouders - interesseert.

Plezierig en dus educatief

Het kind moet vooral plezier beleven aan het speelgoed, dat is de hoofdfunctie. Het speelgoed moet aangepast zijn aan de persoonlijkheid en aan de gevoeligheid van het kind. Aangezien het een modeartikel en sterk gevoelsgeladen is, is de verleiding voor de ouders groot om de verzoeken van de kinderen in te willigen door massa's speelgoed te kopen dat in de reclame aangeprezen wordt. Daarbij vergeten ze dat een duur en gesofisticeerd gadget na een korte periode weer aan de kant kan worden geschoven, terwijl een eenvoudig speeltje evengoed de verbeelding lange tijd gaande kan houden...

Al spelend verwerft het kind reflexen die andere leerprocessen zullen vergemakkelijken. Enkele voorbeelden:

- Wie heeft nooit schijngevechten "gespeeld"? Op die manier leert het kind zich beheersen (want het moet vermijden dat het de tegenstander echt pijn doet) en verbetert het zijn psychomotoriek.
- Met poppen spelen helpt het kind om zich te identificeren met de een of andere rol, of met de een of andere persoon. Zo kan het kind bijvoorbeeld de gruwelijke heks worden, een personage dat belangrijk is in de wereld van de kinderen. Ook hier visualiseert het kind zaken (het droomt al wakende), wat ontspannend werkt. Het simuleert en mag dus liegen zonder dat dit immoreel is. Het is ook een middel om moeilijke of potentieel traumatiserende gebeurtenissen te herbeleven of te verwerken. Wanneer de kinderen "huisje" of "papa en mama" spelen, zijn ze vaak heel strenge ouders, wat hun helpt om beter de momenten in het leven te begrijpen waarop de ouders verplicht zijn om streng op te treden. Door op die manier stressmomenten opnieuw te spelen, kunnen ze zich ervan distantiëren. Dat gebeurt allemaal intuïtief, maar heeft een echt nut.
- De gezelschapsspelen geven het kind initiatie in het maatschappelijke leven waar geen gemeenschapsleven mogelijk is als de maatschappelijke regels niet aanvaard worden. Zo onder andere kunnen kinderen intuïtief het nut van wetten leren inzien.

- *Wees waakzaam en alert bij het toezicht op kinderen die in het water of op een speelplein spelen.*
- *Rust uw acrobaten op wielen uit met echte beschermingsproducten (fietshelm, kniebeschermers), waarmee we niet de beschermingsproducten bedoelen die in de speelgoedrekken te vinden zijn maar wel de degelijke beschermingsmiddelen die in sportwinkels verkocht worden!*

