

## MOGELIJK BEURSGANG TOYS R US

De grootste keten van speelgoedwinkels ter wereld, Toys R Us uit het Amerikaanse New Jersey, staat op het punt naar de beurs terug te keren. In 2005 werd het bedrijf voor 6,6 miljard dollar van de beurs gehaald door een consortium met onder meer Kohlberg Kravis Roberts (KKR). De decembercijfers zijn echter geen goede voorbode van een spectaculaire beursgang. Het is dan ook de vraag of het daar op korte termijn van komt, hoewel volgens ingewijden de eigenaren dit wel in 2011 zouden willen. Toys R Us zag ondanks de recessie zijn decemberomzet met 5,4 procent toenemen in de Verenigde Staten. Daarvoor werd behoorlijk gestunt: zo werden er onder meer honderden tijdelijke winkels geopend, die in de dagen voor kerst soms meerdere dagen achter elkaar 24 uur per dag open waren. Zonder de tijdelijke uitbreiding was de Amerikaanse omzet slechts 2,2 procent hoger dan een jaar eerder. In het buitenland daalde de omzet zelfs met 5 procent, vooral door slechte markten in Spanje en Groot-Brittannië. Educatief speelgoed liep goed, maar spelcomputers deden het slecht dit seizoen.

Toys R Us verkoopt ook steeds meer via de eigen webwinkel, die ook een Europese versie heeft. Zowel op het web als in de winkels heeft Toys R Us te maken met pittige concurrentie van retailbedrijven als Walmart, Target en Amazon.com.

tot 1,80 dollar over 2010 en naar verwachting een kleine 2 dollar in 2011.

### MEER MEDIABEDRIJF

Mattel's belangrijkste concurrent is Hasbro. Dit aandeel was de laatste jaren duidelijk populairder onder beleggers, waardoor het Mattel in de koersgrafieken zijn hielen laat zien. Het aandeel steeg maar liefst 50 procent in 2010. Hasbro doet het goed met merken als Tonka, Playskool, My little Pony, Littlest Pet Shop. Daarnaast beschikt het bedrijf over heel veel spellen voor jong en oud, variërend van Dokter Bibber en Yahtzee tot Monopoly en Trivial Pursuit.

Hasbro zag de nettowinst in het derde kwartaal met 3 procent toenemen tot 155,2 miljoen dollar, wat neerkomt op 1,09 dollar per aandeel. Voor heel 2010 wordt een winst per aandeel van 2,71 dollar verwacht. In 2011 kan deze verder oplopen tot 3,22 dollar. Op dit moment is Hasbro echter op ruim

14 keer de voor 2011 verwachte winst ook wat duurder dan de marktleider. Dat heeft te maken met het feit dat Hasbro meer oog heeft gehad voor de aandeelhouder. Het bedrijf heeft behoorlijk agressief eigen aandelen ingekocht, waardoor de winst per aandeel bij Hasbro sterker steeg dan bij Mattel.

Er zijn echter verschillende redenen waarom de winst per aandeel in 2011 bij Hasbro weleens hoger zou kunnen uitvallen dan de consensusverwachting van 3,22 dollar. Er komen acht films aan die zijn gebaseerd op merken van Hasbro, zoals de derde *Transformers*. Daarnaast is Hasbro pas net begonnen met het digitale televisie- en internetkanaal The Hub en zal het aandeleninkoopprogramma worden voortgezet. De jaarcijfers van Hasbro verschijnen op 7 februari.

De populariteit van Hasbro heeft te maken met de wat agressievere manier waarop dit bedrijf de markt bewerkt en het feit dat de omzetgroei in de afgelopen vijf jaar hoger was dan die bij Mattel. Hasbro heeft flink ingezet op televisieprogramma's en films die gebaseerd zijn op het speelgoed. Er werd geïnvesteerd in The Hub en in films rond Stretch Armstrong en de Transformers. Het lijkt erop dat beleggers aan Hasbro daarom deels een waardering toekennen die meer past bij een mediabedrijf.

### GOUDEN PARTNER

Mattel doet het op mediagebied rustiger aan. Er zijn weliswaar tientallen tekenfilms

gemaakt met Barbie in de hoofdrol, maar deze werden direct op dvd uitgebracht. Maar Mattel heeft een gouden partner in Walt Disney, want Mattel is al jaren de eerste keus voor het Disney-concern als het gaat om het maken van speelgoed gebaseerd op karakters uit Disney-films. En aangezien ook Pixar (o.a. *Cars*, *Finding Nemo*, *Toy Story*) en Marvel (o.a. *Spiderman*, *X-Men*, *Hulk*) tegenwoordig deel uitmaken van Walt Disney, hoeft Mattel zelf niet zo veel meer over mediazaken na te denken. Dat scheelt ontwikkelingskosten en houdt het risico laag. Het speelgoed wordt bovendien indirect voor Disney onder de aandacht gebracht. Nadeel is dat Mattel flinke bedragen aan Disney moet overmaken voor het gebruik van de merknamen.

Door diversificatie in het productenpallet zorgt Mattel ervoor dat het ook weer niet al te afhankelijk wordt van het succes van de volgende Disney-film. Zo is de onderneming nu ook actief in computerspellen en wordt met de blijvende Disney-prinsessenlijn het speelgoed wat losgekoppeld van de filmhits van het moment. Voor jongens zijn mede dankzij het succes van de film *Cars* uit 2006 de speelgoedautootjes weer helemaal terug en Mattel zet naast de nog altijd verrassend goedlopende *Cars*-figuren ook de ouderwetse Hot Wheels- en Matchbox-autootjes weer in de schijnwerpers om de jongens aan de auto's te houden. In 2011 is er een flinke impuls in dit seg-

