



Door nieuwe uitdagingen wordt vakkennis steeds belangrijker

Fieldmanager of the Year-verkiezing maakt zich op voor tiende editie

Microplastics, pesticidevrij onderhoud, extreme droogte: fieldmanagers hebben in hun werk tegenwoordig met behoorlijk wat uitdagingen te maken. Hoe kan de markt ze hierin het best ondersteunen? De drie sponsors van de Fieldmanager of the Year-verkiezing, DLF, Toro en Expoline, geven hun visie.

Auteur: Nino Stuivenberg

Chemievrij veldonderhoud is misschien wel de grootste van de hiervoor genoemde uitdagingen. Niet alleen voor fieldmanagers, maar ook voor producenten en leveranciers. De drie sponsors van de Fieldmanager of the Year-verkiezing, DLF, Toro en Expoline, hebben hier elk hun eigen ideeën over. 'Chemievrij onderhoud is zeker niet de makkelijkste opgave', zegt Hendrik Nagelhoud van graszaadbedrijf DLF. 'Je merkt bij gemeenten en in de markt dat het echt een uitdaging is. Maar de Green Deal ligt er nu eenmaal en dat vergt omdenken. Ik denk bijvoorbeeld dat de financiering van sportveldonderhoud anders moet. Als fieldmanager ben je afhankelijk van je budget, en chemievrij onderhoud zal mogelijk wat duurder worden. Je moet dus alle partijen mee hebben om hier goed mee om te gaan.'

Daar zijn ook producten van hoge kwaliteit bij nodig, beseft Nagelhoud. 'De kern is dat een veld bij de aanleg snel dichtgroeit. De basis, waarbij je in korte tijd een dichte mat krijgt, moet goed

zijn. Hiervoor heeft DLF de dit jaar vernieuwde ProNitro-coating. Aan deze coating is een wetting agent toegevoegd, zodat het kiemende zaad efficiënter omgaat met het beschikbare water. Daarnaast merken we dat er zeer veel belangstelling is voor ons tetraploïde raaigras: 4turf. Dit product is veel ziekte-toleranter en past mede door de betere beworteling prima bij een Green Deal-onderhoud. Daarnaast hebben we de innovatie 4salt voor zouttolerantie, een probleem dat zeer actueel is in West-Nederland, maar steeds verder inlands opruikt. De optelsom van dit soort ingrediënten levert resultaat op. Vroeger koos je standaard een SV100 of SV7; nu moet je echt langer nadenken over de vraag of dit nog wel de beste keus is.'

Investeren in het machinepark

Jan Plooi van Jean Heybroek, de importeur van onder meer Toro, Imants en Wiedenmann, weet dat voor chemievrij beheer ook echt intensiever onderhoud nodig is. 'Fieldmanagers moeten veel meer mechanisch bewerken', zegt hij. 'Ze moeten



‘We hebben allemaal belang bij goede velden’

het werk anders aanpakken nu het kistje leeg is. De nadruk ligt meer op preventief werken. We gaan weer back to basics, met licht, water en lucht als essentiële ingrediënten. Daarbij heb je een maaier nodig die goed snijdt. Een scherpe schaar voorkomt wonden, zeg ik altijd. In het algemeen geldt dat je veel minder infecties hebt met een goede maaimachine.’

In het machinepark van gemeenten en clubs moet dus geïnvesteerd worden. Op sommige locaties is dit al gebeurd, op andere plekken valt nog veel te winnen. Plooi: ‘In 2019 hebben wij met Ernst Bos een Green Deal-tour gemaakt

langs verschillende locaties. Met de machines van Imants en Wiedenmann hebben wij een mooi programma om op de Green Deal in te spelen. Veel vakmensen hebben deze machines nog niet in huis en zullen echt moeten investeren in goed materiaal. Daarom verwacht ik dat we ook in 2020 een goed resultaat zullen behalen met deze merken.’

Kennisdeling

Expoline heeft nauwe contacten met de bedrijven die sportvelden aanleggen. Het bedrijf geeft onder meer cursussen aan fieldmanagers, vertelt Raf Bogaerts van Expoline. ‘Met die cursussen proberen we mensen uit het veldonderhoud een visie mee te geven. We brengen kennis over aan fieldmanagers uit ons eigen netwerk. Zo geven we ook iets terug aan de markt.’ ‘Uiteindelijk is het namelijk ons gezamenlijke belang dat sportvelden er top bij liggen’, zegt Bogaerts. ‘Iedereen wil een mooi resultaat, dus daar dragen we met onze expertise graag aan bij. Een goed veld heeft veel meer uitstraling naar supporters en spelers, die er ongetwijfeld meer speelplezier door hebben. Op lange termijn help je een veld zo ook beter de winter door. Een goede opleiding met vakkennis kent enkel voordelen.’

Die vakkennis is mede de reden dat we onze Fieldmanager of the Year-verkiezing ook in 2020 voortzetten. De vier genomineerden zijn al bekend en u kunt elders in deze uitgave een uitgebreid interview lezen met elk van hen. De Fieldmanager of the Year-verkiezing is in 2020 toe aan een jubileum, want de wedstrijd wordt voor de tiende keer georganiseerd. ‘Het idee is overgenomen uit Engeland en we hebben er

samen met NWST werk van gemaakt om het ook in Nederland neer te zetten’, zegt Nagelhoud. ‘Met het idee dat we goede mensen nodig hebben die weten hoe ze onze producten moeten inzetten. De rol van een fieldmanager is nog te vaak onderbelicht; de verkiezing is een mooie manier om hun werk beter voor het voetlicht te brengen.’

Drijfveer

DLF en Toro waren er vanaf het begin bij als sponsor van de verkiezing; Expoline sluit dit jaar voor de tweede keer aan als sponsor. Bogaerts: ‘Kennis bij fieldmanagers is belangrijk om velden van zo hoog mogelijke kwaliteit te krijgen. Hun rol hierin is heel belangrijk en het vak verdient positieve aandacht. Voor ons is dit ook reden om de verkiezing te sponsoren. Het is belangrijk dat deze vakmensen erkenning en aandacht krijgen voor hun prestaties.’ In tien edities is de verkiezing uitgegroeid tot een prijs van formaat. De meest recente winnaar, Erwin Beltman (Feyenoord) in 2019, is daar een goed voorbeeld van. Plooi: ‘Het is leuk om te zien dat de verkiezing van de Fieldmanager of the Year echt volwassen geworden is. Zowel voor de winnaar als de genomineerden betekent dit waardering voor hun werk. Dat is voor ons ook een drijfveer om te sponsoren: we willen fieldmanagers graag het podium geven dat ze verdienen.’



Be social

Scan of ga naar:

www.fieldmanager.nl/article/32265/door-nieuwe-uitdagingen-wordt-vakkennis-steeds-belangrijker