

Wij weten allemaal hoe de hazen lopen: hazen lopen hard, maar zelden altijd in de dezelfde richting



Future Fill

Wat wordt de toekomst van kunstgras in sport? Een ding is zeker: alle mogelijke vormen van infill gaan een veel beperktere rol spelen. Hoe snel dat allemaal gaat gebeuren, is natuurlijk de vraag. De Echa heeft natuurlijk een harde deadline gegeven, maar zoals vaak met dat soort zaken: de soep wordt nooit zo heet gegeten of eigenlijk nooit zo snel. Als er weerstand vanuit de industrie of de gebruiker ontstaat, komen daar maar zo weer een aantal jaren bij.

En hoewel gebruikers over een periode van vijf jaar gekeken in het algemeen niet zo super enthousiast waren over het concept, is de marketingwaarde van de term klaarblijkelijk enorm

De regels lijken nu duidelijk: wil je nu nog een veld met bijvoorbeeld SBR, dan moet je het infillmateriaal in principe in 10 jaar afschrijven. Daarna komt er een ban op de meeste vormen van infill. We weten allemaal hoe in dit soort gevallen de hazen lopen: hazen lopen hard, maar zelden altijd in de dezelfde richting. Wat bedoel ik daarmee? Natuurlijk kennen we de richting waarin zaken zich ontwikkelen, maar zo'n ontwikkeling is zelden lineair. En soms dwingen ontwikkelingen in de markt, de waardering van de klant of welke onvoorziene gelegenheid dan ook, de transitie naar een

infill-loos of non performance infill-loos tijdperk weer een paar jaar naar achteren.

Dit zou ook zo maar hier kunnen gebeuren. Wij plaatsten een paar weken geleden een artikel op onze site over de precieze definitie van nonfill of non-infill. Een kleine mediastorm, die over onze redactie heenging, was het belangrijkste resultaat. Wat blijkt: er is op dit moment één partij die zich kan conformeren aan de door de KNVB omarmde regels dat nonfill betekent dat er ook geen non performance-infill (ofwel een moeilijk woord voor zand) wordt ingestrooid. Marktpartijen die nog niet zo ver zijn of misschien niet geloven in dit concept, worden daar natuurlijk nerveus van. Allen al op onze site zitten we al gauw tegen een paar honderd hits op het woord nonfill en non-infill en op Google nog ettelijke duizenden keren meer. En hoewel gebruikers over een periode van vijf jaar gekeken in het algemeen niet zo super enthousiast waren over het concept nonfill, is de marketingwaarde van de term klaarblijkelijk enorm.

Maakt overigens allemaal niet uit. Bij dit soort zaken zijn er twee regels. Regel een: de klant heeft altijd gelijk en regel twee als de klant het soms nog even niet weet dan komt regekl een weer om de hoek kijken.

Hein van Iersel
Hoofdredacteur



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!