

Dood in de Keulse pot

Vol verwachting en op uitnodiging van een Belgische leverancier ben ik een dagje naar Keulen geweest om de FSB te bezoeken. Nu was ik niet voor de eerste keer op deze tweejaarlijkse beurs en steeds was ik verrast over de kwaliteit van de beurs, zowel internationaal gezien als voor Nederland.

Motivatie voor de kunstgrastender is verder verlaging van de kostprijs door het uitwringen van de leveranciers **die hun budgetten juist moeten gebruiken voor vernieuwing**

Een verrassing was het deze keer ook, maar dan niet positief. De crisis heeft de beurs teruggebracht tot een beurs voor de Duitse markt, aangevuld met een horde Chinese staatsbedrijven. Er was werkelijk niets nieuws te signaleren of het moeten de blote billen van de Braziliaanse danseressen zijn geweest, dames in bodypaint of de Duitse Bierstube die het best bezocht werd. Zowel de deelnemers als de gemiddelde bezoeker van de beurs straalden niet meer uit dan de verplichting aanwezig te moeten zijn in een business-to-business-omgeving. Conclusie is dat de crisis echt heeft toegeslagen in de business rondom sport. Er is geen geld meer voor ontwikkelingen, marketing of innovaties

Niets nieuws als de billen van de Braziliaanse danseressen of de dames in bodypaint

Hoe kan dit nu, want juist de crisis is toch altijd de basis voor innovatie en vernieuwing? Is dit wellicht het strakke denken dat opdrachtnemer, opdrachtgever, adviesbureaus en nationale bonden inclusief NOC*NSF aan elkaar opleggen? Juist op dit moment moet men elkaar in de hele markt uitdagen tot vernieuwing en verbetering. Stilstand is hollend achteruitgaan. Wij moeten elkaar uitdagen en ruimte geven tot vernieuwing en dat bereiken we niet door een emvi-waardering op te zetten voor het aantal vezels of een hogere SROI. De sportmarkt moet door ons allen uitdagend gemaakt worden en ruimte geven aan creatieve geesten.

Maar waar gonst het dan over bij de Nederlandse bezoekers? Ja, over de kunstgrastender en de nieuwe FIFA-kwalificaties. Dit kunnen natuurlijk prachtige initiatieven zijn voor vernieuwing, maar de eerste indruk tendeert naar het tegendeel. Motivatie voor de kunstgrastender is verlaging van de kostprijs door het verder uitwringen van de leveranciers die hun budgetten juist moeten gebruiken voor vernieuwing. We worden op deze wijze in handen van de Chinezen gedreven met hun minimale producten voor minimale prijzen. Waarom geen tender die gebaseerd is op kwaliteit, vernieuwing en oplossen van knelpunten, zoals financiering en verlenging van levensduur en optimalisatie van gebruik door multifunctioneel gebruik? Een gemiste kans is mijn eerste indruk.



Aanpassing van de FIFA-normen geeft ook al geen aanleiding tot enthousiasme. Een nieuwe Lisport-test aan de basis, dat klinkt goed, maar nu komt het. De topvelden worden op hogere duurzaamheid getest, terwijl bij deze velden juist het accent op sporttechnische eigenschappen zou moeten liggen. Door de nieuwe test moeten de leveranciers overstappen op andere vezels en infillmateriaal en dat komt op het eerste gezicht de sporttechnische eigenschappen niet te goed. Voor de trainingsvelden is waarschijnlijk een lichtere Lisport-test vereist, terwijl juist hier de levensduur van belang is en hoger moet worden dan thans.

Een lichtpuntje, opgemerkt op de beurs: de opkomst van hybridevelden, echter alleen beschikbaar voor de happy few, met prijzen tussen de € 30,00 en € 45,00 per m². Een illusie armer ben ik weer terug.

Flip van de Velden

Flip van de Velden is de nieuwste columnist van het vakblad Fieldmanager. Flip is werkzaam in de kunstgrasbranche. Hij verbaast zich over de ontwikkelingen die daar gaande zijn en wil die verbazing graag delen met de lezers van dit blad. Van de Velden is natuurlijk een pseudoniem, maar de echte naam van Flip is bekend bij de redactie van dit blad.



Be social

Scan of ga naar:

www.Fieldmanager.nl/artikel.asp?id=17-5509