

NIEUWE SPORTEN

SUPpen, padellen, boulderen, yoga-en; zomaar vier sporten die de afgelopen jaren van onbekend in Nederland tot een werkwoord zijn uitgegroeid. Dezelfde toekomst ligt mogelijk in het verschiet voor sporten als airsoft, sportklimmen en 3×3-basketbal. Voor de Nederlandse sportretail is het essentieel om mee te gaan met trends en het juiste portfolio aan sporten te bieden aan de sporter. Wie de toekomst kan voorspellen heeft voordeel, de meesten zullen een weloverwogen risico moeten nemen om op tijd het speelveld te betreden.



STATUS QUO

NIEUWE SPORTEN

Sporten die op dit moment, mede door leveranciers en retailers, worden geïdentificeerd als kansrijk of snelgroeiend zijn onder andere padel, yoga, klimsport (boulderen) en airsoft (mede door de goede link met gaming). Nieuwe sporten als bossaball en you.fo (Amsterdamse innovatie), maar ook het in Amerika gevestigde ultimate frisbee, kunnen potentiële snel-groeiers worden.

Urban sports en de kracht van communities²⁰

Urban sports zoals skaten, BMX en 3x3-basketbal groeien al jaren en hebben een boost gekregen gedurende de pandemie, mede doordat deze sporten minder of niet afhankelijk zijn van een verenigingsstructuur. De organisatie van deze sporten rondom een community en beoefening in de openbare ruimte, zonder vaste trainingsmomenten, heeft een goede match met de beleefwereld van jeugdigen. Gemeentes zetten zich in om deze activiteiten te begrijpen, stimuleren en faciliteren in hun plannen betreffende de inzet van openbare ruimte. Op de Olympische

Spelen van Tokio in 2021 maakten sportklimmen, skateboarden, freestyle BMX en 3x3-basketbal hun debuut op het hoogste toneel. In 2024 zal in Parijs ook de hiphop-culturele sport breakdancing onderdeel zijn van het programma.

Visie uit de markt: leverancier en retailer

Leveranciers zien urban sports vooral als cultuur en vrije tijd, met beperkte groeipotentie voor de sportretail. Padel past bij 20% van de leveranciers en 77% van de retailers in het portfolio. Kijkend naar sportief-recreatief fietsen, en vooral fietskleding en -accessoires, is dat 44% (leverancier) en 37% (retailer). Slechts 21% van de retailers geeft aan dat yoga binnen hun assortiment past.

Leveranciers en retailers geven aan dat de sportretail zich veelal reactief opstelt, waarbij partijen wachten tot iemand anders een duik waagt en een nieuwe sport in het assortiment opneemt. Daarnaast hebben veel fysieke retailers vanzelfsprekend te maken met de grens aan vierkante meters in de winkel, waardoor zij niet oneindig sporten kunnen blijven toevoegen aan het assortiment.

SPORT IN DE SPRINT: PADEL

De opkomst van padel is een interessant voorbeeld van hoe een sport zich kan vestigen in Nederland en in korte tijd gigantisch populair kan worden. De sport, die eind jaren '70 in Midden- en Zuid-Amerika ontstond en in Spaanstalige landen zijn relevantie bewees, wordt vooral beoefend door 15-44 jarigen in de Randstad¹, een schoolvoorbeeld van een 'hippe' sport.

Tijdljn groei padel in Nederland:¹⁹

- 2006: de eerste padelbanen van Nederland worden geopend
- 2011: oprichting Nederlandse Padel Bond, eerste clubwedstrijden
- 2014: Nederlands mannenteam doet voor het eerst mee aan het WK
- 2018: Nederland telt 100 padelbanen
- 2020: Padel wordt onderdeel van de KNLTB en krijgt een groeibudget van €1 miljoen
- 2021: Nederland telt 664 padelbanen en 75.000 actieve spelers
- 2024: naar verwachting groeit het aantal banen met >80% naar ruim 1.200 en het aantal spelers met >85% tot 140.000

De explosieve groei van padel heeft ook de aandacht van ondernemers getrokken. Resultaat hiervan is het ontstaan van padel-bestemmingen zoals Plaza Padel, een businessmodel dat de verhuur van banen, verkoop van materiaal, horeca en zakelijke ontmoeting samenbrengt onder één dak. Hierdoor wordt deze booming sport onderdeel van een totaalconcept, met een grote aantrekkingskracht onder de participanten.



DE GAME-CHANGERS: HOE OM TE GAAN MET NIEUWE SPORTEN

Het is vanzelfsprekend dat er voor de sportretail belang is bij het aanbieden van sporten die populair zijn of dat potentieel gaan worden. De vraag hierbij blijft: wat maakt een sport succesvol? Een aantal facetten om rekening mee te houden die het lange-termijn succes van een sport voeden¹⁵ :

- De sport dient te voldoen aan een snelle succesbeleving, een sociaal karakter en het effect van een work-out.
- Er dient voldoende, maar flexibel wedstrijdaanbod te bestaan
- Bij sportaanbieders dient de overtuiging te bestaan dat de accommodatie een voldoende bezettingsgraad haalt en op lange termijn rendabel is.
- De sport dient bekend te zijn onder het bredere publiek.
- De sport dient een eigen cultuur, identiteit en doelgroep op te bouwen.

ANTICIPEREN EN EXPERIMENTEREN

Letten op wat er in de omgeving van de winkel gebeurt, door te kijken wat voor nieuwe accommodaties er worden geopend en wat concullega's doen, is het minimale wat je kunt doen als retailer. Wil je vooruitstrevend zijn en voordelen kunnen genieten als first-mover, dan zul je beter moeten anticiperen op trends en de wereldwijde markt in de gaten moeten houden. Letten op de trends was bijvoorbeeld relevant in de schaaksport, waar de combinatie tussen een corona-hobby en de Netflix hit-serie The Queen's Gambit de sport naar de top-5 snelst groeiende sporten van Nederland lanceerde^{1, 5, 7} . Alhoewel de lange-termijn effecten van deze rage

nog moeten blijken, konden retailers die snel schakelden voordeel halen uit hun oplettendheid.

Leveranciers en retailers geven aan dat er meer geëxperimenteerd moet worden op het gebied van nieuwe sporten. Zie je een trend opkomen voor een nieuwe sport in de (buitenlandse) markt, is er draagvlak in je verzorgingsgebied en is er een fit tussen de sport en je merk en personeel? Zekerheid van succes is er nooit, bereid je zo goed mogelijk voor en ga aan de slag.

RUIMTEGEBREK EN EEN DYNAMISCHE KANAALMIX

Voor sportwinkels met beperkte oppervlakte zal het essentieel zijn om voortdurend kritisch naar het sportportfolio te kijken. Slechtverkopende sporten verdienen geen plek in de schaarse ruimte. Een oplossing kan liggen in het exclusief aanbieden van bepaalde sporten of assortimentsgroepen via het online kanaal. Een dynamische mix tussen fysieke en online verkoop kan de sportwinkel uitbreiden buiten haar muren.

NIEUWE BUSINESSMODELLEN EN COMMUNITIES

In de case over padel werd al meer toegelicht over de nieuwe businessmodellen die gelieerd zijn aan het ontstaan van sportaccommodaties voor nieuwe sporten. Ook voor de sportretail liggen hier kansen. Zo kunnen retailers betrokken raken bij de winkels voor verkoop en verhuur van materiaal voor de sport op locatie, of kunnen door zowel leverancier en retailer samenwerkingen met dergelijke locaties worden opgestart om merkbekendheid onder actieve sportbeoefenaars te vergroten.

Ook binnen het domein van urban sports liggen kansen voor de markt. Ten eerste kunnen leveranciers zich,

evenals met E-Sports, verdiepen in deze nieuwe sporten en de producten die hieraan verbonden zijn. Voor leveranciers en retailers liggen, naast de directe verkoop van producten, kansen in het gemeenschaps-aspect van deze sporten. Leveranciers en retailers kunnen waarde toevoegen voor deze sporters door actief betrokken te zijn binnen hun communities. Consumentenonderzoek toont aan dat bijna de helft van de respondenten, vooral jongeren, open staat voor evenementen, workshops en proeflessen georganiseerd door winkeliers¹ . Denk hierbij aan het faciliteren van events en wedstrijden of het openstellen van jouw winkel als ontmoetingsplek voor skate-, BMX- of freerun-fanaten.

“Trends in Amerika lopen vaak een jaar voor op wat er in Nederland gaat gebeuren”
- Retailer

KLAAR VOOR DE START? – ACTIEPUNTEN

- Her-evalueer constant het huidige sportportfolio: wees kritisch, verhoog de flexibiliteit en besef dat groei juist uit nieuwe sporten kan komen.
- Waag een duik, durf te experimenteren met nieuwe sporten. Niet afwachten maar actie ondernemen. Als je het doet, ga er 100% voor om de potentie er uit te halen.
- Werk samen met lokale nieuwe sportbestemmingen om direct betrokken te raken bij de sportlocatie.
- Ontdek urban sports en bouw een band op met deze communities.