

Wereld 'Sports':

Gezamenlijk professionaliseren

■ BEURZEN

NIEUWKOOP - De sportkantine wordt vaak geassocieerd met het drinken van een biertje in combinatie met het eten van een patatje of een broodje bal. Er is tegenwoordig echter veel meer te beleven in de sportkantine, van een vers broodje zalm tot soep en warme chocolademelk met slagroom. Op het out-of-home event geeft een groot aantal deelnemers een kijkje in de keuken en presenteren zij innovaties. Sleutelwoord op het event voor ondernemers in deze wereld is professionaliseren.



DOOR MARTIJN LOUWS

Er gebeurt ontzettend veel in de buitenshuismarkt. Consumenten willen buitenshuis net zo gevarieerd en lekker kunnen eten en drinken als thuis, of dat nu bij het tankstation, op school of op de sportclub is. En dat moet ook nog snel en



gemakkelijk zijn en verantwoord. Dit is een ontwikkeling die enorm veel winstkansen biedt, maar ook veel inventiviteit en creativiteit vraagt van de ondernemers. "Presentatie, prijsbeleid, inkoop: het wordt ook in de sportkantine steeds belangrijker om je te professionaliseren. Juist de beheerders van sportkantines kunnen op dit event dan ook veel leren van collega's in andere werelden. En niet alleen op de eventvloer, ook in het parallelprogramma worden onderwerpen aangesneden, zoals calculatie, die zeer interessant zijn voor deze ondernemers en vrijwilligers. Verder is er een interessant verhaal van Wouter Raijmakers, beheerder van het clubhuis van SV Kampong. Onderzoeksbureau Motivaction schetst voor de verschillende werelden, en zeker ook voor de sportkantinebeheerder, een beeld van hoe goed kan worden ingespeeld met het assortiment op de allochtone leden en klanten", vertelt Erik van den Broek, organisator van het out-of-home event.

Specifiek

Ook fabrikanten zien kansen in de sportkantines en ontwikkelen producten specifiek hiervoor. Zo presenteert Mars op het event MINIS;

MARS, SNICKERS en TWIX in een kleine variant. Bovendien worden deze producten gepresenteerd in een losse dispenser, waardoor ze ook geschikt zijn voor de losse verkoop in bijvoorbeeld de sportkantine. Ook Coca-Cola, Hero, Van Dijk en Concorp laten hun assortiment zien op het event. Van den Broek: "Het belooft een boeiend geheel te worden in deze wereld waar de beheer-

ders van sportkantines veel kunnen opsteken en ideeën kunnen opdoen om hun omzet in de toekomst verder te stimuleren."

Thema's

- Professionalisering
- Assortiment
- Rendement
- Gezond

Aandeel en vestigingen

Het aantal locaties in de wereld 'Sports' ligt op ruimschoots 12.500, waarvan tweederde indoor en eenderde outdoor. Dit aantal ontwikkelt zich redelijk stabiel over de jaren heen. Vooral de gemiddelde besteding binnen indoorsport is laag en blijft al jaren hangen op slechts 1,50 euro per bezoek. Dit is één van de laagste gemiddelde bestedingen in het out-of-homekanaal. De omzet van sportkantines bedroeg in 2008 684 miljoen euro. Dit is een lichte daling ten opzichte van een jaar eerder. De oorzaak: het afnemende aantal faciliteiten en ledenaantallen van sportverenigingen.

Aantal consumenten x 1.000 per dag dat aangeeft een sportgelegenheid te hebben bezocht.

	2005	2006	2007	2008
Sport	891	884	865	841
Indoor	186	178	158	132
Outdoor	705	707	708	708



Promotie

Mars aanwezig op out-of-home event

VEGHEL - Op 8, 9 en 10 februari zal Mars Nederland aanwezig zijn op het out-of-home event in de werelden Sport en Beach & Leisure. Op onze stands komen wij graag in contact met ondernemers om gezamenlijke groeikansen binnen de categorie Chocolate te bespreken. Speciaal voor Sport en Leisure heeft Mars Nederland nieuwe initiatieven ontwikkeld. Maar uiteraard is iedereen welkom in onze stands.

Sport wereld

In Sport zal het MINIS concept gepresenteerd worden. Met de MINIS voor losse verkoop hebben ouders, maar ook opa's en oma's, sportcoaches en oppassers een lekkere traktatie in handen waarbij ze zich niet schuldig hoeven te voelen over de hoeveelheid calorieën. Want een MINIS van MARS®, SNICKERS® of TWIX®

bevat minder dan 99kCal, waarmee het goed past in een verantwoorde levensstijl. MINIS zijn geschikt voor enorm veel locaties, van sportkantines en speelparadijzen tot allerlei leisurelocaties. Maar uiteindelijk is bijna elke buitenshuislocatie waar getrakteerd wordt geschikt! En jezelf trakteren bij de koffie valt daar natuurlijk ook onder.

Leisure wereld

In de Leisure wereld zullen gethematiseerde automaten gepresenteerd worden. De uitstraling van deze automaten is speciaal ontwikkeld voor het leisurekanaal. De characters M&M's Red en Yellow sluiten hier goed bij aan. Op grappige en herkenbare wijze laten zij de beleving van het kanaal terugkomen. De automaten zijn in het bijzonder ontwikkeld voor dierentuinen, pretparken, zwembaden en themaparken. Met de speciale gethematiseerde automaten kunt u een gemiddelde volumegroei van 10% realiseren!



Chocolate in Balans

Op beide stands kunt u ook kennismaken met het programma Chocolate in Balans. (www.chocoladeinbalans.nl).

Chocolate in Balans is een programma dat bestaat uit drie pijlers:

- 1) het bieden van variatie in portiegrootte
- 2) het continu verbeteren van het assortiment
- 3) het verstrekken van heldere informatie.

Met dit programma wil Mars Nederland consumenten een ruime keuze aan producten bieden waarmee zij kunnen genieten van kwalita-

tief hoogwaardige chocolate binnen een gebalanceerde levensstijl.

KERNGEGEVENS

Meer info: Mars Nederland
Telefoon: 0900 0400438
Website: www.mars-online.nl
Out-of-home event
Standnr.: Wereld Sport B17
Wereld Beach & Leisure A27

