

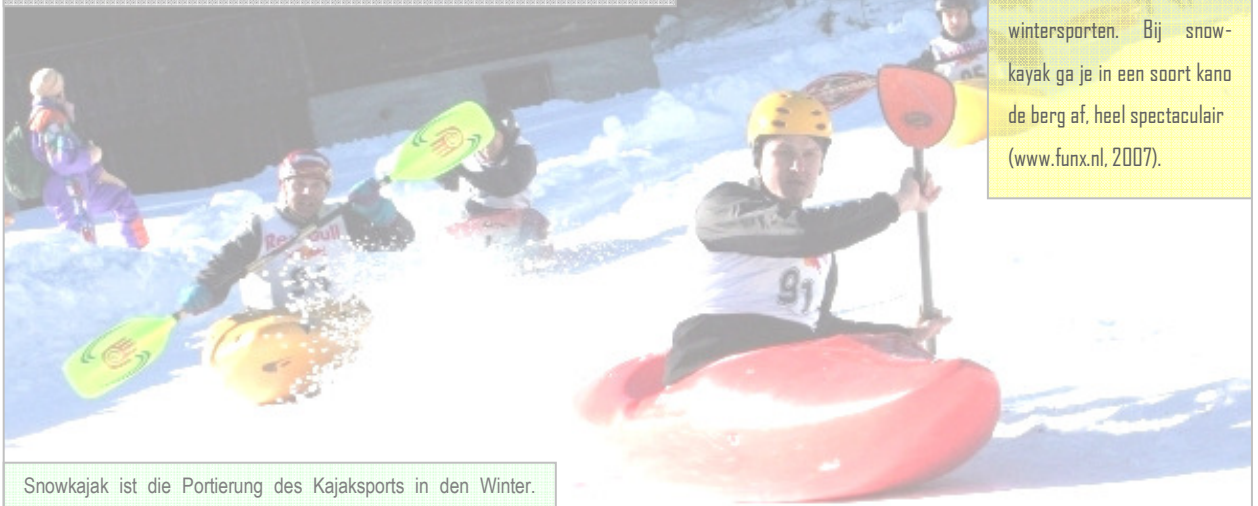
Snow is only frozen water

Onderzoek naar de toekomstperspectieven van de trendsport snowkayak

Was het een uit de hand gelopen eenaprilgrap? Of beleefden we de première van een toekomstige olympische sport? SnowWorld in Landgraaf had afgelopen weekend hoe dan ook een spectaculaire wereldprimeur: het WK indoor snowkayak (www.ted.nl, 2007).

Trend: snowkayak

Skiën, snowboarden, langlaufen, bobsleeën, rodelen, schansspringen en snowkayakken, het zijn allemaal wintersporten. Bij snowkayak ga je in een soort kano de berg af, heel spectaculair (www.funx.nl, 2007).



Snowkajak ist die Portierung des Kajaksports in den Winter. Gefahren wird dabei nicht auf Bächen oder Flüssen, sondern auf Skipisten. Vorzugsweise werden Bobbahn-ähnliche Strecken mit Steilwänden konstruiert, um das Boot – vor allem für ungeübte Athleten – in gewissen Bahnen zu halten (Wikipedia, z.j.).

WK indoor snowkayak: Geintje of topsport?

(Verstappen, 2007)



Valentijn van der Valk | 2009228

Snow is only frozen water (O'Neill, z.j.)

Onderzoek naar de toekomstperspectieven van de trendsport snowkayak

Auteur: Valentijn van der Valk

Studentnummer: 2009228

September 2007

Scriptie Fontys Sporthogeschool, Sittard, Outdoor Valley, Bergschenhoek

Samenvatting

Snowkayak is een trendsport waarbij men in een kajak van een sneeuwhelling glijdt. Hierbij wordt de peddel gebruikt om te sturen, te remmen en af te zetten. Na enkele lokale wedstrijden in het begin van deze eeuw werd in 2007 het eerste officiële WK georganiseerd in Oostenrijk. Ook in Nederland vond een evenement plaats: het WK Indoor Snowkayak. De wedstrijden worden gehouden in de vorm van een afvalrace; vier deelnemers moeten al draaiend en springend zo snel mogelijk de berg af zien te komen. Omdat remmen en sturen nauwelijks mogelijk zijn met de kajak worden er speciale banen gebouwd om de snelheid te reguleren. Veel regels zijn er niet en specifieke materialen kent de sport niet, deze zijn allen afkomstig uit het wildwaterkajakken. Diverse media gaven in 2007 – voornamelijk in Nederland maar ook in andere Europese landen – aandacht aan snowkayak.

Het woord 'trend' heeft een tweeledige betekenis. In de eerste betekenis gaat het om 'de richting waarin zich iets ontwikkelt', ook wel 'tendens' genoemd. Deze trends komen voort uit ontwikkelingen die worden onderscheiden in demografische, economische, sociale, technologische, ecologische en politieke ontwikkelingen. Vanuit deze ontwikkelingen doorloopt de trend een levenscyclus. Nadat de eerste visies, inzichten en ideeën zijn ontstaan door uitvinders ('innovators'), krijgt de trend steeds meer bestaansrecht. Als de trend doorzet, is er een eerste groep die de trend oppakt ('early adapters' of trendsetters genoemd). De ontwikkeling komt in een stroomversnelling door de trendvolgers ('early majority') en de trend wordt 'volwassen'.

In de tweede betekenis van het woord wordt de trend gezien als 'nieuwe mode', met synoniemen als hype en rage. Deze tweede definitie heeft betrekking op de subtitel van dit rapport. Wanneer men echter spreekt van trendsporten wordt doorgaans bedoeld op een specifiek type sport, waarbij de termen 'extreme sport' en 'funsport' beter de lading dekken. Extreme sporten zijn sporten die voor een kleine doelgroep geschikt zijn, de nadruk ligt op het verleggen van grenzen en de amusementswaarde voor de toeschouwer. Funsporten zijn volwaardige sporten die vooral voor de lol beoefend worden. Zij hebben hun bestaansrecht reeds verworven doordat kinderziektes zijn overwonnen. De kans dat de sport 'plotseling' ophoudt te bestaan is daarom nihil.

Er zijn talloze voorbeelden te noemen van trendsporten die zich in de loop van de tijd hebben ontwikkeld tot volwaardige sport. Enkele voorbeelden zijn snowboarden, Nordic Walking en kitesurfen. Zowel snowboarden als kitesurfen zijn ontstaan vanuit andere, bestaande sporten (golfsurfen bij snowboarden en een combinatie van windsurfen en vliegeren bij kitesurfen). Beide sporten waren in het beginstadium gevaarlijk en risicovol. Vervolgens gingen pioniers aan het knutselen in een poging daarmee een oplossing te bieden aan de problemen. De media gaven aandacht aan de sporten en de eerste professionele producent van materiaal besloot te investeren in de sport ('early adapters'). De 'early majority' volgde en vele andere producenten speelden in op de trend. Toen dat eenmaal gebeurd was, volgde de grote 'spin-off'; verenigingen, opleidingen, bonden en magazines werden opgericht.

Waar snowboarden en kitesurfen in eerste instantie ontstaan zijn vanuit gepassioneerde en geïnspireerde pioniers, die creatieve ideeën hadden als alternatief op hun bestaande sporten is Nordic Walking ontstaan vanuit een business-idee. Ondernemers zagen de potentie van deze zomertraining voorlanglaufers. Door in te spelen op maatschappelijke trends als groeiende gezondheidsproblemen en tijdgebrek wisten ondernemers de meerwaarde van Nordic Walking uit te dragen bij een brede doelgroep. Door een slimme samenwerking van producenten van materiaal en de International Nordic Walking Association (INWA) werd er enerzijds geld verdiend aan materiaal en opleidingen en anderzijds geïnvesteerd in onderzoek en ontwikkeling van de sport. Deze onderzoeken werden door een niet-onafhankelijke partij – de INWA – uitgevoerd en benadrukten het belang van goed materiaal (geproduceerd door Exel en Polar, de belangrijkste sponsors van de INWA) en een gedegen opleiding (verzorgd door de INWA). Nordic Walking is daarmee een goed voorbeeld hoe een sport ‘gecreëerd’ en ontwikkeld kan worden met als doelstelling geld te verdienen.

De toekomst van snowkayak kan vele kanten op gaan. Hoewel tussenvormen ook mogelijk zijn, kunnen grofweg de volgende scenario's onderscheiden worden:

1. Snowkayak verdwijnt en blijkt een 'eendagsvlieg' te zijn;
2. Snowkayak gaat een toekomst als 'extreme sport voor een kleine doelgroep' tegemoet;
3. Snowkayak wordt een 'volwaardige funsport voor een breed publiek'.

Uit onderzoek blijkt dat de verwachting is dat snowkayak een toekomst als extreme sport tegemoet gaat. Hiervoor is het echter van cruciaal belang dat een aantal ontwikkelingen plaats vindt. Zo is het allereerst van belang dat er oplossingen komen voor de veiligheidsproblemen (kans op rugletsel en het niet kunnen remmen en sturen), waarbij het meest voor de hand ligt dat het materiaal aangepast wordt. Wanneer niets gedaan wordt aan de veiligheid brengt dit grote risico's met zich mee, natuurlijk voor de deelnemer maar dit leidt ook tot bedrijfsrisico's voor potentiële ondernemers die snowkayak willen exploiteren. Voor deze en andere ontwikkelingen is geld nodig wat naar verwachting bij sponsors gevonden kan en moet worden. Hiervoor zullen media bereid gevonden moeten worden die snowkayak aandacht geven, waarbij de motivatie waarschijnlijk het stoere en spectaculaire imago is. Wanneer in dit stadium van de trendsport nog geen grote investeringen worden gedaan, kan het ook zijn dat pioniers aan de slag gaan om het materiaal te verbeteren en veiliger te maken waardoor ondernemers in de toekomst mogelijk zelfs alsnog besluiten te investeren.

Het is voor Outdoor Valley van belang een weloverwogen keuze te maken om al dan niet te investeren in snowkayak. Als het bedrijf besluit op dit moment niet te investeren komen er wellicht nog kansen in de toekomst. Als men tot investeren overgaat dient een 'commissie' de veiligheidsproblematiek nader te onderzoeken en daarvoor oplossingen te vinden. Hierna kan men op zoek naar de mogelijkheden om met behulp van media en sponsors snowkayak verder te ontwikkelen en uiteindelijk geld te verdienen aan het organiseren van evenementen, verkoop van materiaal en het verzorgen van een opleidingstraject. Met name met het vinden van een betaalbare oplossing om de bestaande wildwaterkajak om te kunnen bouwen tot een snowkayak kan in de toekomst geld verdiend worden.

Voorwoord

Dit rapport is geschreven als afsluiting van de afstudeerrichting Sporttoerisme en Natuursport aan de Fontys Sporthogeschool te Sittard. Gedurende dit laatste studiejaar heb ik bij Kanoshop/ Outdoor Valley mijn afstudeerstage gelopen. In deze interessante en leerzame periode ben ik met snowkayak in aanraking gekomen. Tijdens een lunchpauze haalde Paul van Boerdonk Salt Magazine (Nr. 6, december 2006, red.) tevoorschijn. Paul was mijn stagebegeleider en manager van Kanosport Zwalker. Met een brede grijns liet hij een artikeltje zien over snowkayak; er werd een WK georganiseerd in Oostenrijk. Hij stelde maar gelijk voor om deel te nemen en na wat sceptische reacties werd het steeds serieuzer. “Een ludiek plan en wie weet kunnen we media-aandacht genereren voor Kanoshop.” Zo gezegd zo gedaan. Er werd een team kajakkers samengesteld dat bereid was de nodige risico's te nemen en halsoverkop werden diverse media en potentiële sponsors benaderd. Drie weken later, nadat “het Nederlands team” al herhaaldelijk op radio, televisie en verschillende kranten en magazines van zich had laten horen, reisden we af naar het Oostenrijkse Lienz. Zwaar gesponsord, gevolgd door een cameraploeg van BNN en onder begeleiding van een heus Oranjelegioen keek de lokale organisatie raar op: Zijn dit professionele snowkayakers?

Namens exploitant van sneeuwhallen SnowWorld waren ook twee vertegenwoordigers meegereisd om te zien welke mogelijkheden deze sport zou kunnen bieden voor hun sneeuwhallen in Nederland. Snel waren flyers gedrukt in de talen Nederlands, Duits en Engels ter promotie van een wereldprimeur: Het eerste WK Indoor Snowkayak. SnowWorld Landgraaf stelde de baan beschikbaar en Kanoshop/ Outdoor Valley zou de wedstrijdleiding verzorgen van het evenement dat plaats zou vinden op vrijdag 30 en zaterdag 31 maart 2007.

Enkele weken later tikte ik het woord ‘snowkayak’ in bij zoekmachine Google: 40.677 hits! Vele media hadden berichten geplaatst over snowkayak en de primeur in Landgraaf, waar zich inmiddels ruim 170 deelnemers uit 10 verschillende landen voor hadden aangemeld. Ik raakte gefascineerd door het enthousiasme waarmee iedereen over snowkayak praatte waardoor bij mij de vraag rees: “Is er toekomst voor snowkayak of was dit een ‘hype’ van korte duur?” Daarom ben ik dit rapport gaan schrijven.

Hierbij wil ik de mensen van Outdoor Valley bedanken voor de mogelijkheden en het vertrouwen dat ik gekregen heb tijdens het werken aan stage en scriptie en het delen van hun kennis en inzichten over snowkayak. In het bijzonder mijn stagebegeleider Paul van Boerdonk en directeurs Koos van Raalte en Erik Rövekamp. Verder wil ik Rodney Sebregts bedanken voor zijn ondersteuning. Als stage- en scriptiedocent vanuit Fontys Sporthogeschool heeft hij mij meerdere keren over een ‘dood punt’ heen geholpen. Tevens gaat mijn dank uit naar allen die aan het onderzoek hebben meegewerkt. Dirma Eisinga als trenddeskundige, medewerkers van de Nederlandse Ski Vereniging, SnowWorld en de organisator van het WK in Oostenrijk. Allen bedankt voor het delen van jullie kennis! Afsluitend wil ik vrienden en familie bedanken die inhoudelijk naar de scriptie hebben gekeken.

Breda, september 2007

Valentijn van der Valk

Inhoud

Samenvatting	3
Voorwoord.....	5
Inhoud.....	6
Inleiding.....	8
 Hoofdstuk 1 Begrippen	 10
1.1 Snowkayak.....	10
1.2 Trend.....	10
1.3 Volwaardige sport	12
1.4 Trendsport, extreme sport of funsport.....	11
 Hoofdstuk 2 Snowkayak anno 2007	 13
2.1 Geschiedenis	13
2.2 Benodigde middelen	14
2.3 Doelgroep	15
2.4 Belanghebbende partijen	15
2.5 Succesfactoren en risico's	16
 Hoofdstuk 3 Trends en ontwikkelingen	 18
3.1 Trends en ontwikkelingen in maatschappij en sport	18
3.2 Productlevenscyclus	21
 Hoofdstuk 4 Andere trendsporten.....	 23
4.1 Ontstaan en ontwikkeling snowboarden	23
4.2 Ontstaan en ontwikkeling Nordic Walking.....	25
4.3 Ontstaan en ontwikkeling kitesurfen	26
 Hoofdstuk 5 SWOT-analyse.....	 29
5.1 Interne analyse	29
5.2 Externe analyse	30
5.3 Confrontatiematrix en strategische opties.....	31

Hoofdstuk 6 Toekomstscenario's	33
6.1 Eendagsvlieg	33
6.2 Extreme sport voor een kleine doelgroep	34
6.3 Volwaardige funsport	35
Hoofdstuk 7 Methode	37
7.1 Onderzoeksmethode.....	37
7.2 Onderzoekseenheden.....	37
7.3 Steekproef.....	37
7.4 Representativiteit	38
7.5 Opzet onderzoek.....	38
Hoofdstuk 8 Resultaten.....	39
8.1 Resultaten alle respondenten	39
8.2 Specifieke resultaten.....	43
Discussie	46
Conclusie.....	48
Literatuurlijst.....	55
Bijlagen	
Bijlage I Snowkayak in de media	59
Bijlage II Evaluatieformulier WK Indoor Snowkayak	69
Bijlage III Rugklachten	71
Bijlage IV Voorbeeld Confrontatiematrix.....	73
Bijlage V Vragenlijst	74
Bijlage VI Specifieke vragen.....	77
Bijlage VII Algemene Voorwaarden Reisverzekering	79
Bijlage VIII Overige resultaten.....	81

Inleiding

Met een kajak van een besneeuwde helling afglijden is niet nieuw. Al jaren halen kajakers dit in hun hoofd. In februari 2007 vond het eerste officiële Wereld Kampioenschap Snowkayak plaats in Oostenrijk (Zimmermann, 2007). Elf Nederlandse jongens schreven zich in voor dit evenement. Iedereen die erbij betrokken was bleek razend enthousiast van de sport en degenen die zelf in de boot hadden gezeten waren helemaal door het dolle heen (Boerdonk, 2007). Wat als een geintje begon werd een hype. In twee weken tijd werd een touringcar vol snowkayakers en fans gevuld om naar het WK af te reizen, volledig gesponsord en gevolgd door diverse media. Kanoshop/ Outdoor Valley besloot vervolgens in samenwerking met SnowWorld om bij wijze van promotiestunt het eerste WK Indoor Snowkayak te organiseren. Doordat ruim 170 deelnemers uit 10 verschillende landen deelnamen aan het evenement en diverse media de gevonden sponsors de gewenste aandacht gaven werd het evenement als een succes gezien (Rövekamp, 2007). Daardoor ontstond binnen Kanoshop/ Outdoor Valley de vraag of snowkayak meer is dan een kortdurende hype. “Is dit een sport met toekomst?” En zo ja: “Hoe zou die toekomst er uit kunnen zien en hoe zou Kanoshop/ Outdoor Valley daarop in kunnen spelen?”

Probleemstelling

Doelstelling:

Inzicht hebben in de toekomst van de trendsport snowkayak. De onderzoeksresultaten leveren een advies op over de toekomstscenario's van snowkayak en de beste manier voor Kanoshop/ Outdoor Valley om daar op in te spelen.

Hoofdvraag:

Wat is de toekomst van de trendsport snowkayak en welke ontwikkelingen zijn te verwachten?

Deelvragen:

1. Wat is snowkayak?
2. Wat is een trend(sport), hoe ontstaat en ontwikkelt deze zich?
3. Welke praktijkvoorbeelden zijn er van de ontwikkeling van trendsporten en wat zijn de overeenkomsten met snowkayak?
4. Welke ontwikkelingen van snowkayak zijn te verwachten/ noodzakelijk?
5. Welke toekomstscenario's zijn er voor snowkayak?

Leeswijzer

Om tot een eenduidige definitie te komen van de verschillende begrippen worden deze in hoofdstuk 1 uitgewerkt. Deze definities zullen het gehele verdere rapport gehanteerd worden. Hoofdstuk 2 beschrijft de situatie van snowkayak zoals deze anno 2007 is; hoe ziet de geschiedenis eruit en welke randvoorwaarden worden op dit moment gesteld aan het beoefenen van de sport? In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op trends en ontwikkelingen. Het ontstaan van trends en de levenscyclus worden onder de loep genomen. In hoofdstuk 4 worden drie voorbeelden van trendsporten omschreven door te kijken naar hun ontstaan en ontwikkeling en welke factoren bepalend waren voor hun ontwikkeling. In hoofdstuk 5 worden sterke en zwakke kanten van snowkayak behandeld en samen met de kansen en bedreigingen – voortkomend uit hoofdstuk 3 – schematisch weergegeven in een zogenaamde SWOT-analyse. Vanuit deze analyse in hoofdstuk 5 worden in hoofdstuk 6 drie toekomstscenario's voor snowkayak geschetst. In hoofdstuk 7 wordt de methode van onderzoeken beschreven om in hoofdstuk 8 te komen tot de resultaten van dit onderzoek. Hierna volgen de discussie en de conclusie met aanbevelingen.

Hoofdstuk 1 Begrippen

De belangrijkste begrippen van dit rapport worden in dit hoofdstuk toegelicht.

1.1 Snowkayak

Snowkayak, snowkajak, sneeuwajak. Allemaal termen die niet in het woordenboek worden verklaard. Het zijn namen die bedacht zijn voor het van een sneeuwhelling glijden met een kajak (Boerdonk, 2007; Zimmermann, 2007). Dit oorspronkelijk Engelse woord is “vernederlandst”, net als bijvoorbeeld snowboarden en skateboarden. Het woord snowkayak bestaat uit de woorden ‘snow’ en ‘kajak’, in het Nederlands ‘sneeuw’ en ‘kajak’.

ka jak (de ~ (m.), ~ken/~s)	1 kano met een opening in het bovendek die nauwkeurig om het middel van de inzittende persoon sluit (Van Dale Taalweb, z.j.)
ka no (de ~ (m.), ~'s)	1 boot die men met één peddel voortbeweegt (Van Dale Taalweb, z.j.)

In dit rapport zal overal de internationaal meest gebruikte Engelse term ‘snowkayak’ gehanteerd worden. Deze term wordt op basis van het voorgaande als volgt gedefinieerd:

Snowkayak (de ~ (m), ~s)	1 sport waarbij men in een kajak van een sneeuwhelling glijdt 2 kajak waarmee men van een sneeuwhelling glijdt
---------------------------------	---

Verder zullen de volgende afgeleide termen gebruikt worden:

Snowkayakken (ww.)	1 van een sneeuwhelling glijden met een kajak
Snowkayaker (de ~ (m), ~s)	1 iemand die aan snowkayakken doet. => Ook wel glider (glijder) genoemd.

Snowkayak is een sport waarbij men in een kajak van een sneeuwhelling glijdt, daarbij wordt de peddel gebruikt om te sturen en te remmen.

1.2 Trend

Het woord ‘trend’ kan op twee manieren geïnterpreteerd worden:

trend (de ~ (m), ~s)	1 richting waarin zich iets ontwikkelt => tendens 2 nieuwe mode (Van Dale Taalweb, z.j.)
-----------------------------	---

Het onderscheid dat door Van Dale (z.j.) wordt ook door trenddeskundige Maenhoudt (2006) gemaakt en is van belang voor dit onderzoek. Er wordt in dit onderzoek namelijk enerzijds gekeken naar ‘de richting waarin iets zich

ontwikkelt' (hoofdstuk 3) door trends en ontwikkelingen binnen maatschappij en sport te belichten. Anderzijds zal de trend als 'nieuwe mode' worden belicht.

Richting waarin zich iets ontwikkelt

"Een trend is een verandering in de houding ten opzichte van het bestaande en het algemeen aanvaarde in de eigen omgeving. Een trend vult een leegte, brengt een oplossing, vernieuwt en voelt aan als een ontdekking. 'Yes, dat is wat ik zoek' is de ervaring" (Maenhoudt, 2006, p.12).

Nieuwe mode

Het tweede begrip; de trend in de betekenis van 'nieuwe mode' leidt naar de geformuleerde hoofdvraag en subtitel van dit rapport, waarin snowkayak een trendsport genoemd wordt. Het definiëren van snowkayak als trendsport is gebaseerd op de media-uitingen waarin snowkayak als trendsport wordt neergezet (zie bijlage I). Andere woorden die ongeveer eenzelfde betekenis hebben zijn hype, rage en mode. Na verloop van tijd, wanneer het nieuwe eraf is, kan de trend overgaan in een thema (Eisinga, 2007). Onderstaande definities zijn afkomstig uit het woordenboek Van Dale Taalweb (z.j.).

hype (de ~ (m.), ~s)	1 rage
rage (de ~, ~s)	1 iets dat op zeker ogenblik sterk in de mode is => hype
mode (de ~, ~s)	1 vrij algemene maar voorbijgaande gewoonte in kleding, manieren, uiterlijk voorkomen => trend
thema (het ~, ~'s/ ~ta)	1 onderwerp dat men behandelt

Het woord 'trend' heeft een tweeledige betekenis. In de eerste betekenis gaat het om 'tendensen'; de richting waarin iets zich ontwikkelt. De tweede betekenis van het woord trend is 'nieuwe mode' en kent synoniemen als hype en rage.

1.3 Volwaardige sport

Nieuwe sporten hebben niet direct hun bestaansrecht verworven en kunnen plotseling ophouden te bestaan, doordat er in het begin tal van 'kinderziektes' zijn die niet altijd overwonnen worden.

volwaardig (bn.)	1 de volle waarde hebbend (Van Dale Taalweb, z.j.)
-------------------------	--

Sport wordt in de vakliteratuur op veel verschillende manieren gedefinieerd. Voor dit onderzoek volstaat de definitie van Van Dale (z.j.):

sport (de ~, ~en) 1 lichamelijke bezigheid ter ontspanning of als beroep met spel- of wedstrijdelement waarbij conditie en vaardigheid vereist zijn, resp. bevorderd worden en waarvoor bepaalde regels gelden

Een volwaardige sport is een sport die zijn bestaansrecht verworven heeft. Kinderziektes zijn overwonnen en de kans dat de sport 'plotseling' ophoudt te bestaan is nihil.

1.4 Trendsport, extreme sport of funsport

Het woord 'trendsport' kent geen exacte vertaling. In de paragrafen 1.2 en 1.3 werden de begrippen 'trend' en 'sport' reeds gedefinieerd. Deze definities samenvoegend leiden tot de volgende definitie:

trendsport (de ~, ~en) 1 nieuwe mode binnen een lichamelijke bezigheid ter ontspanning (...)

Trendsporten zijn sporten die in de mode zijn.

Op deze manier bekeken vallen alle sporten die een nieuwe mode zijn binnen de definitie. Snowkayak kan in 2007 gezien worden als zo'n trendsport, vandaar de subtitel van dit onderzoek. Hier wordt in hoofdstuk 2 nader op in gegaan. Echter, het woord trendsport wordt doorgaans ook gebruikt voor een bepaald type sporten, namelijk die, welke ook vaak de naam 'funsport' of 'extreme sport' toebedeeld krijgen.

Het Engelse 'extreme' en 'fun' betekenen in het Nederlands respectievelijk 'extreem' en 'plezier'.

ex treem (bn.) 1 zeer vergaand => hardcore, het is hollen of stilstaan met hem; <=> middelmatig (Van Dale Taalweb, z.j.)

ple-zier (het ~) 1 gevoel van welbehagen, veroorzaakt door iets wat men aangenaam vindt
=> aardigheid, behagen, gein (Van Dale Taalweb, z.j.)

Extreme sporten zijn sporten waarbij de nadruk ligt op het verleggen van grenzen en de amusementswaarde voor de toeschouwer. Door hun extreme karakter zijn ze slechts voor een kleine doelgroep geschikt.

Funsporten zijn sporten die men vooral voor de lol doet. Zij hebben hun bestaansrecht reeds verworven doordat kinderziektes zijn overwonnen en de kans dat de sport 'plotseling' ophoudt te bestaan is nihil

Funsporten doet men dus vooral voor de lol. Zonder volledig te zijn en ter illustratie van het voorgaande, volgen hier enkele voorbeelden: (kite)surfen, snowboarden, skaten, wakeboarden, skimboarden, beachvolley, mountainbiken, klimmen, karten, lasergamen, schansspringen (www.funsport.nl, z.j.).

Hoofdstuk 2 Snowkayak anno 2007

In dit hoofdstuk wordt een situatieschets gegeven van snowkayak op dit moment. Hoe is het ontstaan en welke ontwikkeling heeft de sport reeds doorgemaakt (§ 2.1), welke middelen zijn nodig voor beoefening (§ 2.2) en welke doelgroep voelt zich aangetrokken tot snowkayak (§ 2.3). In de vierde paragraaf worden enkele andere belanghebbende partijen (stakeholders) en omgevingsfactoren behandeld welke van invloed zijn op snowkayak. In paragraaf 2.5 worden succesfactoren en risico's weergegeven.

2.1 Geschiedenis

“Met een kajak van de sneeuwhelling glijden deden wij zoals zoveel kajakkers al toen we nog heel klein waren, maar wedstrijden organiseren we pas sinds 2003”, zegt Thomas Zimmermann (2007). In februari 2007 organiseerde de Oostenrijker, kajakker en berggids van beroep, de eerste officiële Wereld Kampioenschappen Snowkayak in het Oostenrijkse Lienz. “Het was wel even zoeken naar een goede helling, want bij eerdere wedstrijden waren we van rode en zelfs zwarte pistes afgegaan. Dat was levensgevaarlijk!” Het ‘WK’ trok de aandacht van buitenlandse deelnemers en media, waarvoor het organiseren ineens een taak met verantwoordelijkheid werd. Daardoor werd gekozen voor een helling die in skigebieden misschien net de gradering ‘groen’ zou krijgen (Zimmermann, 2007). Als reactie op dit evenement werd in Nederland vervolgens ook een evenement georganiseerd: het eerste WK Indoor Snowkayak.



Afbeelding 2.1: Het eerste WK Snowkayak, Lienz



Afbeelding 2.2: ‘Nederlands team’ met supporters

Anno 2007 hebben de volgende wedstrijden en evenementen plaatsgevonden:

- Enkele lokale wedstrijden in Oostenrijk (sinds 2003).
- Officieus WK in Lienz (Oostenrijk), februari 2007;
- Officieus WK Indoor, Landgraaf, maart 2007;

Wedstrijdform

De wedstrijden worden gehouden in de vorm van een afvalrace. Ze zijn opgedeeld in een aantal ‘heats’, waarin steeds vier gliders starten. De twee die als eersten over de finishlijn komen gaan door naar de volgende ronde. Bij alle wedstrijden wordt individueel gestreden om de winst.



Afbeelding 2.3: Wedstrijdform: afvalrace

2.2 Benodigde middelen

Voorwaarde voor elke sport is dat een aantal middelen beschikbaar zijn. Onderstaand de middelen zoals deze op dit moment gedefinieerd worden in het veiligheidsreglement van de organiserende instanties van de wedstrijden (www.indoorsnowkayak.nl, 2007; www.snowkajak.com, 2007; www.snowkayak.nl, 2007).

Materiaal

Voor snowkayak wordt dezelfde uitrusting gebruikt als die voor kajakken op wildwater, aangevuld met enkele materialen om de veiligheid te garanderen:

- Kajak (maximaal 3 meter lang);
- Peddel;
- Zwemvest (ter protectie tegen het opvangen van klappen);
- Helm (protectie);
- Handschoenen (protectie);
- Verder worden daar om veiligheidsredenen nog aan toegevoegd: eventueel bescherming voor rug en staartbeen (backprotector en spine protector).



Afbeelding 2.4: Spine protector

Terrein

Snowkayakken doet men op een besneeuwde helling. Met behulp van muurtjes wordt de boot automatisch de goede kant op te gestuurd. Op het WK in Oostenrijk werd de snelheid voornamelijk gereguleerd door een kleine hellingshoek (Zimmerman, 2007). Bij het WK Indoor in Nederland was de helling een stuk steiler, bovendien was deze niet beïnvloedbaar. Daardoor werd ervoor gekozen om met behulp van hoogopstaande muren en kombochten de snelheid te reguleren en netten te plaatsen in de buitenbochten voor het geval iemand toch uit de bocht zou vliegen (Boerdonk, 2007). Het reguleren van de snelheid is essentieel, aangezien sturen en remmen nagenoeg onmogelijk zijn. Dit kan onder andere door de hellingshoek, het aantal bochten en de hardheid van de sneeuw hebben te beïnvloeden. Gezien de gevaren is het raadzaam in deze fase van de ontwikkeling van snowkayak niet te hoge snelheden te bereiken (Boerdonk, 2007; Zimmermann, 2007). Bulten in het parcours kunnen voor spectaculaire taferelen zorgen. Dit komt de amusementswaarde zeker ten goede, maar de veiligheid dient ook hier goed overdacht te worden (Boerdonk, 2007; Fange, 2007).



Afbeelding 2.5: Terrein prepareren



Afbeelding 2.6: Terrein van WK Indoorsnowkayak

2.3 Doelgroep

Tot nu toe wordt snowkayak hoofdzakelijk beoefend door kajakers en andere mensen die op zoek zijn naar spanning en sensatie. Onder de inschrijvingen van het WK was ca. 50 % afkomstig uit de kajakscène, de andere helft gaf aan geen of nauwelijks ervaring te hebben met kajakken. De leeftijdscategorie loopt van 14 tot ongeveer 30 jaar. *“Maar er zijn ook verschillende bedrijven die ons benaderd hebben met de vraag of we een bedrijfsuitje voor hen kunnen organiseren en ouders die vragen of het mogelijk is tijdens een kinderfeestje te gaan snowkayakken”*, aldus Paul van Boerdonk, organisator van het WK Indoor Snowkayak in Landgraaf.

2.4 Belanghebbende partijen

Naast de hiervoor beschreven doelgroep is er nog een aantal andere partijen dat er belang bij heeft wanneer snowkayak verder ontwikkeld wordt.

Ondernemingen

Er zijn diverse ondernemingen die hun aandeel hebben in de opkomst van snowkayak. Deze zijn als volgt te verdelen:

- Organisatoren van wedstrijden en evenementen;
- Grondeigenaren (gemeente, sneeuwhallen, ski-gebieden);
- Producenten van materiaal (kajakmateriaal, veiligheidsmiddelen).
- Sponsors die via snowkayak hun marketing-doelstellingen kunnen bereiken.

Het eerste WK Indoor Snowkayak werd op 31 maart 2007 gehouden in SnowWorld Landgraaf. Alhoewel Outdoor Valley het evenement organiseerde, werd het grootste deel van de kosten door SnowWorld gedragen. De eerste reden hiervoor was een publiciteitsstunt, het bedrijf koestert echter de wens om gedurende de rustige periodes van het jaar – april tot september – meer publiek naar de banen te krijgen. Snowkayak wordt daarbij door SnowWorld gezien als een potentiële publiekstrekker (Van der Fange, 2007). Inmiddels komen via de website www.snowkayak.nl regelmatig aanvragen van andere sneeuwhallen in Nederland die ons vragen of snowkayak ook bij hen aangeboden kan worden (Boerdonk, 2007).

Kader 2.1: Belang van Sneeuwhallen

Media

Media willen dat hun artikelen en/of uitzendingen gelezen en gezien worden door de doelgroep die ze aan willen spreken. Daarom proberen ze interessante onderwerpen te belichten die nieuwswaarde hebben (De Vries, 2007). Snowkayak kreeg in Nederland in 2007 voor het eerst aandacht, waarschijnlijk mede daarom had het zelfs nieuwswaarde voor regionale en nationale media. In het bijzonder bleek de sport aan te spreken bij jongeren en liefhebbers van funsporten. In bijlage I zijn enkele media uitingen rondom snowkayak opgenomen die in 2007 verschenen.



Afbeelding 2.7: Media berichten over snowkayak

Publiek

Bij de evenementen tot nog toe was steeds veel publiek aanwezig en ook via de media is snowkayak bij een breed publiek onder de aandacht gekomen.

Overige partijen

Wanneer snowkayak zich verder ontwikkelt kunnen er nog meer partijen bij betrokken raken. Voorbeelden zijn de Technische Universiteit en verzekeringsmaatschappijen. Ook zal de trendsport in dat geval naar verwachting vroeg of laat onder een bond komen te vallen. Er zijn twee bonden waarbij dat logischerwijs zou kunnen; de Nederlandse Kanobond en de Nederlandse Ski Vereniging.

2.5 Succesfactoren en risico's

De meningen over snowkayak zijn anno 2007 nogal verdeeld, zo blijkt uit het evaluatieformulier dat ingevuld is door betrokkenen bij het WK Indoorsnowkayak 2007 in Landgraaf (bijlage II). De een vindt het levensgevaarlijk en onverantwoordelijk, de ander ziet het nieuwe, spectaculaire imago als een kans om commercieel op in te springen. Onderstaand wordt een aantal sterke en zwakke kanten van snowkayak onder de loep genomen.

Sterkten

Met name het nieuwe, spectaculaire en stoere imago lijkt aan te spreken. Het 'fun-gehalte' is groot en deelnemers voelen naar eigen zeggen de adrenaline door hun lijf gieren terwijl ze laag bij de grond het gevoel hebben heel hard te gaan. Tegelijkertijd is het makkelijk en vereist het weinig oefening om deel te kunnen nemen aan een evenement. De komst van veel publiek en aanwezigheid van diverse media laten zien dat de sport als kijksport interessant is. De vele reclame-uitingen op de boten van



Afbeelding 2.8: Sponsor goed zichtbaar

de deelnemers en langs het parcours bieden kansen voor bedrijven hun naam of merk goed zichtbaar te maken en te verbinden aan het imago van snowkayak. De wedstrijdvorm wordt ervaren als uitdagend en spectaculair. Ook is het gebruik van het 'gewone' kajakmateriaal interessant omdat het niet om speciale investeringen vraagt.

Zwakten

Ongelukken, met name wervelletsels en in mindere mate ook blessures aan knieën, ellebogen en gezicht vormen een groot risico voor de deelnemers. In bijlage III krijgt het risico op rugklachten nog enige bijzonder aandacht, door uit te leggen waarom dit zo'n serieus aandachtspunt is. Daarnaast loopt ook het publiek risico zodra het mogelijk is dat de glider uit de baan vliegt omdat sturen en remmen nagenoeg onmogelijk zijn. Het prepareren van speciale parcours, wat in de huidige vorm noodzakelijk is, is een tijdrovende en dure voorwaarde. Daar komt bij dat de gemiddelde deelnemer niet bereid wordt geacht al te veel te betalen voor deelname aan een evenement. Door het gebruik van zowel oude als nieuwe kajaks ontstaat een oneerlijk voordeel voor nieuwe boten met een gladde en gave onderkant. Doordat de jonge geschiedenis is er weinig 'know-how'.

Bovenstaande sterke en zwakke kanten worden in hoofdstuk 5 schematisch weergegeven in een zogenaamde SWOT-analyse.

Snowkayak wordt gedefinieerd als 'een sport waarbij men in een kajak van een sneeuwhelling glijdt'. Hierbij wordt de peddel gebruikt om te sturen, remmen en af te zetten (§ 1.1). Er zijn al jaren kajakers – die gewoonlijk op het water varen – die de kajak eens voor de grap op de sneeuw hebben getest. Sinds 2003 echter, is een groep Oostenrijkse kajakers begonnen met het organiseren van enkele lokale wedstrijden. In 2007 doopten zij de wedstrijd in Lienz zelfs tot Wereld Kampioenschap (Zimmermann, 2007). Dit werd in Nederland bekend en elf Nederlandse kajakers en veertig supporters reisden af naar Oostenrijk in een gesponsorde touringcar om deel te nemen aan het evenement. SnowWorld en Kanoshop/ Outdoor Valley besloten vervolgens als promotiestunt tot de organisatie van het allereerste WK Indoor Snowkayak (Van der Fange, 2007; Rövekamp, 2007). Deze wedstrijden worden gehouden in de vorm van een afvalrace. Ze zijn opgedeeld in een aantal 'heats', waarin steeds vier deelnemers starten. De twee die als eersten over de finishlijn komen gaan door naar de volgende ronde tot er een winnaar overblijft. Bij alle wedstrijden wordt individueel gestreden om de winst. Omdat remmen en sturen nauwelijks goed mogelijk zijn met de kajak worden er speciale banen gebouwd om de snelheid te reguleren. Veel regels zijn er nog niet, maar voor de veiligheid zijn een zwemvest, helm en handschoenen verplicht. Ter bescherming van rug en staartbeen worden de zogenaamde 'backprotector' en 'spine protector' aangeraden, afkomstig uit het snowboarden (Boerdonk, 2007).

De belangrijkste kracht van snowkayak is het spectaculaire imago; zonder noemenswaardige voorbereiding kan een normaal gezond persoon een ultieme kick-ervaring beleven. Daarnaast lijkt snowkayak als kijksport aan te spreken en biedt het daarmee veel mogelijkheden voor media en sponsors. Het gevaar en de risico's vormen een zeer zwakke kant van snowkayak.

Hoofdstuk 3 Trends en ontwikkelingen

Het woord 'trend' heeft zoals in hoofdstuk 1 beschreven twee betekenissen: 'tendens' en 'nieuwe mode'. Op beide betekenissen wordt in dit hoofdstuk nader ingegaan door in paragraaf 3.1 eerst te kijken naar trends en ontwikkelingen in maatschappij en sport (tendensen) om vervolgens te de levenscyclus van de trend (als nieuwe mode) te belichten (§ 3.2).

3.1 Trends en ontwikkelingen in maatschappij en sport

De maatschappij is continu onderhevig aan allerlei ontwikkelingen in verschillende gebieden. Deze ontwikkelingen besproken hebben invloed op sport, bewegen en toerisme. Volgens onderzoekers van het Gottlieb Duttweiler Institute – een toonaangevend Zwitsers onderzoeksbureau – wordt het gedrag van consumenten steeds moeilijker te voorspellen. Individualisme en continue vernieuwing, onder andere tot uiting komend in de zogeheten “zap-cultuur”, worden steeds belangrijker. Tegelijkertijd zal men op zoek gaan naar unieke ervaringen, waarbij groepsgevoel en samenzijn in toenemende mate belangrijk worden (Vermeulen, 2006). Verschillende sectoren van de maatschappij raken steeds meer met elkaar verweven. De samenwerking tussen bijvoorbeeld een skihal en een hotel is tegenwoordig al zichtbaar, maar in de toekomst zullen zij waarschijnlijk ook fuseren met bijvoorbeeld een opleidingsinstituut, een ziekenhuis, en/of een museum. Andere ontwikkelingen die veel aandacht krijgen zijn de vergrijzing en de toenemende behoefte aan een goede gezondheid, waardoor “fitness” en “wellness” begrippen zijn geworden en bedrijven die hierop inspelen een explosieve groei doormaken (Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme, z.j.). En dan is er nog de klimaatverandering. Dit is voor velen een thema waar men zich al enige tijd van bewust is, maar sinds de film van Al Gore – *An Inconvenient Truth* – wordt er zelfs gesproken over een “klimaatrage” (www.klimaatnieuws.nl, 2007).

Waar 'sport en bewegen' vroeger gezien werd als een afgebakend terrein dat zich enkel richtte op de vrije tijdsbesteding, maakt het tegenwoordig integraal onderdeel uit van de maatschappij. Enerzijds wordt er steeds meer gebruik gemaakt van de maatschappelijke mogelijkheden van sport, anderzijds wordt ook de samenwerking

Peer stelt snowboard met stuur voor

PEER - In de overdekte ski- en snowboardpiste Snow Valley in Peer is vanavond het Venom Switchboard voorgesteld. De nieuwigheid bestaat uit twee ski's die met elkaar verbonden zijn door een scharniersysteem, waardoor het carve- en snowboardgevoel geëvenaard wordt. Snow Valley is de eerste indoorpiste ter wereld waar het nieuwe wintersportproduct wordt aangeboden.

'De uitvinding lijkt op een snowboard met een stuur en heeft op het eerste zicht iets weg van een step', zegt Marc Fransen, een ex-snowboardkampioen uit Wijnegem die de monitoren in Peer opleidt. 'Met dit product kunnen mensen onmiddellijk aan de slag op een kleine piste zonder theorielessen. In een kwartier kunnen ze bochten nemen en in een uurtje hebben ze het onder de knie.'

Het switchboard is een Nederlandse uitvinding, weegt 7,5 kilogram en kost 450 euro. Het heeft een aluminium stuur met dempingsysteem en een losse instap. Mensen kunnen er met waterdichte wandelschoenen op stappen. Bovendien is het bord makkelijk en snel op te vouwen tot een draagbaar pakketje.

'In Snow Valley kan je vanaf volgende week lessen nemen met een switchboard', zegt Fransen. 'Vanaf september ligt het bord in de winkel. Dit jaar wordt het ook geïntroduceerd op pistes in Oostenrijk, Zwitserland, Frankrijk, Italië en de VS' (www.hetvolk.be, 2007).

Kader 3.1: Consument op zoek naar vernieuwing

en wisselwerking met andere sectoren steeds hechter. Daarom hebben ook de ontwikkelingen in andere maatschappelijke sectoren consequenties voor de sport (Huis voor de Sport Limburg, 2007). De Rapportage Sport 2006 van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) geeft inzicht in de belangrijkste ontwikkelingen van de afgelopen jaren. De subtitel van dat rapport geeft daar eigenlijk al een samenvatting van; *sport wordt vrijblijvender, grootschaliger en commerciëler* (Breedeveld, 2006). De ontwikkelingen die worden beschreven in dat rapport, aangevuld met ontwikkelingen uit andere bronnen, worden weergegeven in onderstaand model.

Het DESTEP-model

Met behulp van het DESTEP-model kunnen ontwikkelingen als hiervoor beschreven gecategoriseerd worden (Eisinga, 2007). DESTEP staat voor demografische, economische, sociale, technologische, ecologische en politieke ontwikkelingen (www.marketconcern.nl, z.j.).

Demografische ontwikkelingen

- De Nederlandse bevolking blijft groeien; rond 2035 is het maximum aantal inwoners van 18 miljoen bereikt.
- Door de vergrijzing zijn in 2020 ouderen in West-Europa in de meerderheid, aan kinderen is een gebrek.
- Het aandeel jongeren met overgewicht blijft stijgen. Zeker ook in vergelijking met andere Europese landen.
- Het aandeel etnische minderheden in de samenleving blijft toenemen.
- Sportdeelname onder ouderen en etnische minderheden ligt verhoudingsgewijs lager dan onder jongeren en autochtonen. Vergrijzing en verkleuring zijn daarom van belang voor de sport. Deze doelgroepen hebben naar alle waarschijnlijkheid een andere behoefte welke vraagt om andere ontwikkelingen die zich naar verwachting met name richten op het type sport en de behoefte om deel uit te maken van een groep, ergens bij te horen.

Economische ontwikkelingen

- Door toenemende concurrenten verwacht de consument meer voor minder geld.
- Doordat andere landen goedkoper worden zal er in de Westerse landen steeds minder geproduceerd worden.
- Door minder financiële steun vanuit de overheid zal het sportaanbod “vercommercialiseren”.
- In een groeiende markt is het marktaandeel van de georganiseerde sport in het afgelopen decennium gedaald.
- De invloed van marketing en sales, media en sponsoring op de sport neemt (nog steeds) toe.
- Opvallend is de verschuiving van betrokkenheid bij georganiseerde sport naar evenementen en van top- naar de breedtesport.
- De komende jaren zullen bedrijven, gezien de economische teruggang, keuzes gaan maken.

Sociale ontwikkelingen

- De samenleving individualiseert steeds meer. Er is daardoor sprake van een toenemende vraag naar maatwerk, dit geldt zeker voor sectoren als toerisme en sport.
- De vraag naar intensieve en unieke ervaringen neemt verder toe.
- Ecologische, ethische en sociale waarden worden steeds belangrijker.
- West-Europeanen moeten weer langer gaan werken, daardoor hebben ze minder vrije tijd.
- Steeds minder burgers in West-Europa behoren tot de middenklasse
- Door verdergaande globalisering stijgt de behoefte aan regionale/nationale identificatie en maatschappelijke betrokkenheid.
- De maatschappij verruwt. Sport wordt door de overheid gezien als een belangrijk middel om bij te dragen aan de overdracht van normen en waarden.

Technologische ontwikkelingen

- Het Internet wordt een combinatie van informatie, communicatie en transactie. Ook voor de sport biedt dit voordelen. Denk aan verkoop en werving.
- Extreem engineering: Door allerlei technologische ontwikkelingen kan men op plaatsen komen waar dat nu nog niet mogelijk is (in onherbergzame gebieden en zelfs misschien in de ruimte).
- De vrijetijdssector waaronder sport valt, ontwikkelt zich steeds sterker tot de sector waar veel technologische innovaties ontstaan of worden uitgetoetst.
- Materiaal-technologische ontwikkelingen binnen de topsport hebben een spin-off richting de breedtesport.

Ecologische ontwikkelingen

- Onbedorven natuur wordt schaarser en daardoor waardevoller.
- Het klimaat verandert waardoor regionale voordelen veranderen.
- Nieuwe benaderingen voor meervoudig ruimtegebruik (combinaties van werk, wonen en recreëren) worden belangrijker.

Politieke ontwikkelingen

- Terrorisme zal blijven toenemen en daarmee zullen de veiligheidsmaatregelen alleen maar strenger worden.
- Het openen van de grenzen van China kan betekenen dat dit een van de grootste toeristische bestemmingen ter wereld wordt.
- Er komt een botsing tussen culturen, daardoor wordt reizen gevaarlijker.
- De invloed van de Europese Unie neemt toe.
- De Nederlandse regering kiest de komende jaren voor forse bezuinigingen, wat leidt tot een significant lagere financiële investering in de sport

(Breedveld, 2006; CBS, 2007; Ministerie VWS, 2007; NISB, 2006; NOC*NSF, 2006; Poel, 1999).

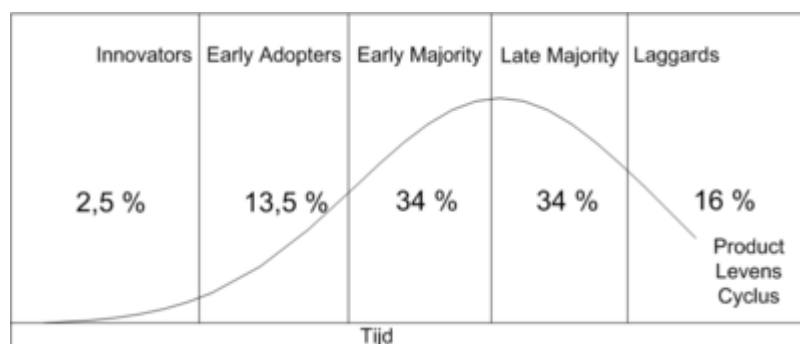
Maar wat is nu de invloed van deze ontwikkelingen op snowkayak? Enerzijds ligt het antwoord in het feit dat zij invloed hebben op alle producten en diensten. Anderzijds kan een bedrijf door het analyseren van deze ontwikkelingen strategische keuzes maken. In dit geval de keuze of het al dan niet moet investeren in

snowkayak, of dat de prioriteiten beter bij andere producten of diensten gelegd kunnen worden. In de hoofdstukken 1 en 2 werd het begrip snowkayak afgebakend, waarbij zichtbaar werd wat het is en voor wie het interessant is. Daarbij werd duidelijk dat het een individuele sport is, beoefend tijdens evenementen en waarbij deelnemers door de intensieve ervaring een hoge mate van spanning en sensatie ervaren. Dit sluit goed aan bij genoemde ontwikkelingen als individualisering en de drang naar unieke ervaringen en vernieuwing. De afname van sporten in georganiseerd verband leidt volgens de genoemde onderzoeken tot meer vraag naar evenementen, wat aansluit bij het gegeven dat snowkayak vooralsnog alleen in de vorm van evenementen plaats vindt. De aandacht voor snowkayak van de media in 2007 en het publiek dat op de evenementen af kwam lijken de tendens te bevestigen dat sport commerciëler wordt. In hoofdstuk 5 zullen de belangrijkste ontwikkelingen zoals hierboven beschreven schematisch worden weergegeven in een zogenaamde SWOT-analyse, door ze te verdelen in kansen en bedreigingen.

3.2 Productlevenscyclus

De levenscyclus van producten en diensten is door diverse economen en wetenschappers verschillend omschreven. Onder andere Fox (1973), Anderson en Zeithaml (1984) en Hill en Jones (1998) maakten hiervoor allen gelijksoortige modellen. Levitt (1965) gebruikte de term productlevenscyclus (PLC) voor het eerst (www.12manage.com, z.j.).

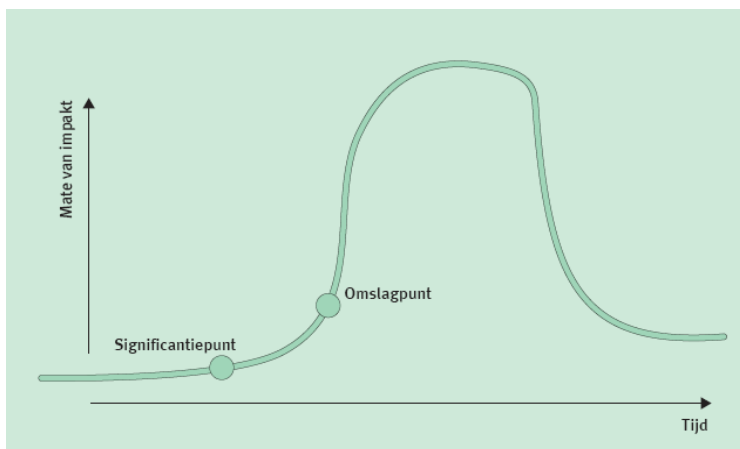
De fase waarin een product zich bevindt bepaalt voor een deel de marktvraag. Om vraag en aanbod op elkaar af te kunnen stemmen en een inschatting te maken wanneer nieuwe producten het best geïntroduceerd kunnen worden is het voor bedrijven handig om te weten in welke fase van de levenscyclus het product zich bevindt. Bovendien kan door te bepalen op welke plaats in de cyclus een product of dienst zich bevindt, een inschatting gemaakt worden welke toekomst het te wachten staat. In figuur 3.1 wordt de productlevenscyclus schematisch weergegeven (Levitt, 1965).



Figuur 3.1: Productlevenscyclus (Levitt, 1965)

- Introductie: Het introduceren van een nieuw product op de markt vormt de start van de levenscyclus.
- Groei: In de periode van groei neemt de omzet sneller toe dan de winst en er zal (nog steeds) fors geïnvesteerd worden in marketinguitgaven.
- Volwassenheid: Na de groei komt het product in de fase van volwassenheid. De groei neemt dan af en de winst stijgt sneller dan de omzet. Marketinginvesteringen zijn vooral gericht op ondersteuning en handhaving.
- Verzadiging: Zodra er geen nieuwe gebruikers bij komen is de verzadiging een feit. Het product draait dan hoofdzakelijk op vervangingsaankopen.
- Teruggang: Wanneer ook deze niet meer worden gedaan is er sprake van teruggang. Vaak komt dit doordat er nieuwe producten zijn die op dat moment beter aansluiten op de wensen van de klant.

Wanneer gekeken wordt naar de productlevenscyclus van een trend, valt op dat deze een andere curve vertoont dan die van de meeste andere producten of diensten. De groei van een trend verloopt namelijk exponentiël. Maenhoudt (2007) geeft aan dat er twee zeer belangrijke punten zijn in de ontwikkeling van een trend: het significantiepunt en het omslagpunt. De fase vóór het significantiepunt is het moment dat de eerste visies, inzichten en stappen ontstaan. In vergelijking tot de PLC van Levitt (1965) wordt de trend bij het significantiepunt door de early adapters opgepakt en vanaf het omslagpunt is ook de early majority van de partij. In figuur 3.2 is een veel steilere curve te zien dan in figuur 3.1; dit illustreert de snelle opkomst en verdwijning van een trend.



Figuur 3.2: De Levensloop van een trend (Maenhoudt, 2007)

Zoals in hoofdstuk 2 beschreven is, vonden de eerste snowkayak-evenementen plaats in Oostenrijk. Zij gaven snowkayak een eerste impuls en kunnen daarom gezien worden als de 'innovators' (uitvinders). Vervolgens is de impuls opgepakt door Kanoshop/ Outdoor Valley en SnowWorld door snowkayak in Nederland te introduceren en er commercieel gebruik van te maken, daarom kunnen zij gezien worden als de 'early adapters' (trendsetters). Daarbij dient vermeld te worden dat snowkayak nog in het beginstadium van de groeifase bevindt en dat de fase van de 'early adapters' nog zeker niet ten einde is. Wanneer het zich verder zal ontwikkelen en op den duur ook de 'early majority' (trendvolgers) 'in de boot stapt' zullen ook concurrenten op de markt verschijnen. Mochten deze ontwikkelingen daadwerkelijk plaatsvinden dan zal de 'late majority' (meelopers) vanzelf volgen.

Hoofdstuk 4 Andere trendsporten

Om een inschatting te kunnen maken van de ontwikkelingen die snowkayak te wachten staan, wordt er in dit hoofdstuk gekeken naar een aantal recente praktijkvoorbeelden. Allereerst zal het ontstaan en de ontwikkeling van snowboarden beschreven worden (§ 4.1) gevolgd door Nordic Walking (§ 4.2). In de derde paragraaf worden het ontstaan en de ontwikkeling van kitesurfen belicht.

4.1 Ontstaan en ontwikkeling snowboarden

Snowboarden is een sport waarbij men op een board met vastgemaakte schoenen afdaalt van een besneeuwde berghelling of piste. Het is ontstaan vanuit het golfsurfen. Surfers zochten een alternatief voor de winter en gingen met hun surfplank van de besneeuwde berghelling af (Boekel, 2007). Door de gelijkenis met snowkayak – dat ook voortkomt uit een watersport – is deze sport het eerste voorbeeld dat hier wordt aangehaald.

“De meeste mensen denken dat het snowboarden ergens in de zestiger jaren is uitgevonden. Niet dus!”, zegt een van Nederlands beste alpine snowboarders Martijn Fijma. Het eerste op een snowboard lijkend iets werd al in 1929 gemaakt door Jack Burchett. Hij nam een houten plank en met behulp van wat repen stof en paardenteugels maakte hij zijn voeten er aan vast. Dat was het eerste ‘snowboard’ (Fijma, 2007).

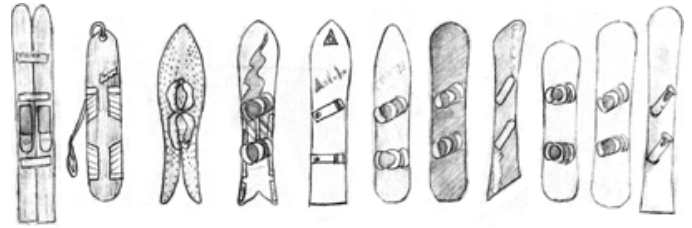
Het duurde bijna 35 jaar voordat de ontwikkeling verder ging. In 1963 maakte Tom Sims, een student, iets wat hij een ‘ski-board’ noemde. Hij gebruikte hiervoor een skateboard en zijn ervaring als surfer. In 1965 maakte een andere Amerikaan, Sherman Poppen een ander snowboardachtig iets. Als uitvinder was hij altijd op zoek naar leuke nieuwe ideeën. Toen hij zijn dochter op een slee staand een helling af zag glijden, kreeg hij een idee, ging naar zijn schuur en maakte twee kinderski’s aan elkaar vast. Zo kreeg zijn dochter een nieuw speeltje. Het ding kreeg de naam ‘snurfer’, een samenvoeging van snow en surfer. Hij zorgde er vervolgens voor dat het snowboard voor het eerst in massaproductie kwam: er zijn er meer dan een miljoen van verkocht (Ensor, 2000; Goldman, 2001; Raschetti, 2000).



Afbeelding 4.1: De Snurfer

De echte vooruitgang kwam in 1970 toen Dimitrije Milovich, een surfer, zogenaamde ‘wintersticks’ ging maken, hij begon hiermee nadat hij uit een cafetaria een paar dienbladen had gepakt en daarmee over de sneeuw was gaan glijden. De boards die hij maakte waren gebaseerd op surfplanken en ook op de manier waarop ski’s werken. De zijanten hadden vanaf 1985 ijzeren randen. Hierdoor geïnspireerd, begon Jake Carpenter Burton, die het boarden eveneens op de snurfer had geleerd, ook met het maken van snowboards. Hij maakte een type van

hout, dat met behulp van stoom in de juiste vorm werd gebogen en een ander type van fiberglass. Ook richtte zijn eigen bedrijf op, Burton, ook tegenwoordig nog een van de marktleiders op snowboard gebied. Een van zijn boards was de 'Backhill'. Dat was van gelamineerd hout gemaakt, had kleine vinnetjes voor de stabiliteit en opgeschroefde bindingen (Ensor, 2000; Goldman, 2001; Raschetti, 2000).



Afbeelding 4.2: Ontwikkeling van snowboard materiaal

In 1977 verklaarden verzekeringsmaatschappijen dat snowboarden gedekt zal worden, net als skiën. In 1982 werd de eerste internationale snowboardwedstrijd gehouden in de buurt van Woodstock. Het schijnt dat ze toen al de 90 km per uur haalden. Deze wedstrijd had niet zozeer tot doel om te winnen, dan wel om te overleven (Ensor, 2000; Goldman, 2001).

Het grootste probleem van snowboarders in de begin was attitude van de boarders. Ze wilden zich afkeren tegen de skiërs en tegen alle regels. Er is dan ook een tijd geweest waarin snowboarders geen toegang kregen tot de gebieden, voornamelijk in Amerika. Later is er een ommekeer gekomen nadat beleidsbepalers inzagen dat er met snowboarders een hele nieuwe doelgroep bereikt kon worden. Doordat de marketing zich in eerste instantie richtte op de steden werd een heel ander publiek bereikt dan bij andere tot dan toe beoefende bergsporten. Deze groep voornamelijk jongeren heeft geen ervaring in de bergen en vertoont een afwijkende houding en kledingstijl. In de loop der jaren is de sport snowboarden van dit negatieve imago afgekomen, maar de associaties met de lifestyle van jongeren uit grote steden zijn gebleven (Boekel, 2007; Raschetti, 2000).

In 1985 lieten van de 600 wintersportgebieden, nog maar 39 snowboarders toe. Toch komen dit jaar de eerste boards uit met ijzeren randen. Het betekent de afsluiting van het snurfer tijdperk.

In 1990 begint de explosieve groei. Vele wintersporttoorden spelen in op de specifieke wensen van snowboarders door middel van snowparks en er ontstaan snowboardscholen, –opleidingen en officiële competities. In 1998 wordt snowboarden een Olympische sport. Volgens een schatting van de wereldwijde National Sporting Goods Association maakten snowboarders de afgelopen jaren 23 procent uit van het totale aantal bezoekers in wintersporttoorden. Tijdens de Spelen in Turijn (2006) waren er maar liefst drie snowboarddisciplines te bekijken. Naast de halfpipe en de parallel slalom, die al in 2002 in Nagano Olympisch waren, is sinds 2006 ook de snowboardcross aan het programma toegevoegd (Ensor, 2000; Goldman, 2001; Oostdijk, 2005; Rachetti, 2000).

De ontwikkeling van snowboarden in vogelvucht

- Surfers experimenteren door met een surfplank van een sneeuwhelling te glijden.
- ‘Creatieve geesten’ ontwerpen allerlei voorlopers van het snowboard.
- De eerste producent besluit te investeren en snowboarden te gaan maken, door bestaande kennis van surfen en skiën te bundelen.
- Allerlei modellen worden ontworpen en het materiaal ontwikkeld zich in een razend tempo.
- Steeds meer mensen – met name jongeren – beginnen met snowboarden.
- Dan zien ‘plotseling’ ook beleidsbepalers, skigebieden en producenten van ski’s de potentie van snowboarden en de mogelijkheid om een hele nieuwe doelgroep te bereiken.
- Verzekeringsmaatschappijen verklaren dat snowboarden gedekt wordt, snowboarders krijgen toegang tot skigebieden en overal worden opleidingen ontwikkeld en aangeboden. Wintersporttoorden spelen in op specifieke wensen, magazines worden opgericht en officiële competities ontstaan. In 1998 wordt snowboarden een Olympische sport.

4.2 Ontstaan en ontwikkeling Nordic Walking

Nordic Walking is tegen het einde van de 20^{ste} eeuw ontstaan in Finland. Oorspronkelijk diende dit “lopen met stokken” als zomertraining voor langlaufers. In minder dan 10 jaar tijd heeft deze trend inmiddels miljoenen beoefenaars in met name Europa en de Verenigde Staten. Het succes van Nordic Walking is wellicht te danken aan het feit dat de sport voor iedereen geschikt is. Het is een veilige en laagdrempelige sport, waarbij jong én oud op een gemakkelijke gezond en actief kunnen zijn. (www.nordicwalking.nl, 2007). Tel hierbij op dat overgewicht een van de snelst toenemende gezondheidsproblemen van dit moment is met bijvoorbeeld in Nederland meer dan 50% mensen die lijden aan obesitas of een andere vorm van overgewicht (www.voedingscentrum.nl, 2007).

Om na het ontstaan van de trend het Nordic Walking verder te ontwikkelen is in 2000 in Finland de International Nordic Walking Association (INWA) opgericht. De INWA doet wetenschappelijk onderzoek om zo de kernwaarden van Nordic Walking – laagdrempelig en heel gezond – wetenschappelijk te onderbouwen. De INWA heeft als hoofdsponsor Exel (producent van o.a. poles) en Polar

Marco Maas, voorzitter van het opleidingscomité van de INWA over de ontwikkeling van Nordic Walking:

„Je kunt een sport alleen ontwikkelen als je geld hebt. Cursusprogramma's en een netwerk opzetten kost geld. Toen we met INWA begonnen, hadden we sponsors nodig. Zo zijn wij bij de firma Exel terecht gekomen. Zij hebben een stok ontwikkeld met een speciaal polsbandje, dat echt wel zijn voordelen heeft.”

„Als mensen bij mij op cursus komen, krijgen ze van mij stokken van een goed merk. Na afloop staan ze vrij om de stokken te gebruiken die ze willen. Maar ik ontken het niet. Natuurlijk is Nordic Walking ondertussen een commercieel verhaal. Er valt veel geld mee te verdienen. Ik schat dat er in Nederland 40 miljoen euro op jaarbasis in omgaat.”

Kader 4.1: Sport gecreëerd door ondernemers

(producent van hartslagmeters). Deze beide sponsors hebben eind jaren '90 de aanzet gegeven tot het ontwikkelen van het product Nordic Walking (www.nordicwalking.nl, 2007).

Vervolgens is de trend overgewaaid naar Nederland en is sinds 2003 de snelst groeiende buitensport van dit land. Door de exponentiële groei ontstond een groot aanbod op het gebied van Nordic Walking waarbij de kwaliteit nogal verschillend was. Om de kwaliteit te bevorderen en te bewaken is door een groep Nordic Walking-instructeurs op 5 juli 2004 de Stichting Nordic Walking Nederland (SNWN) opgericht. De SNWN werkt nauw samen met de partners van de INWA en onderzoeken hebben aangetoond dat de *juiste techniek*

zeer belangrijk is om de optimale gezondheidsaspecten te verkrijgen. Daarom hebben de INWA en de SNWN een licentie ingevoerd die garant staat voor een gedegen opleiding en bijscholing (www.nordicwalking.nl, 2007; www.snwn.nl, 2007). Inmiddels is Nordic Walking ook geaccepteerd door de Wandelbond en de Nederlandse Atletiekunie (www.atletiekunie.nl, 2007). Op zoek naar materialen lijken de mogelijkheden tegenwoordig eindeloos, op de website www.elmakes.nl – van groothandel in Nordic Walking producten Elmakes – worden zo zeven verschillende soorten poles gevonden (voor de reiziger, voor de instructeur, custom fit, extreme) en talloze boeken en accessoires (www.elmakes.nl, 2007).



Afbeelding 4.3: verschillende 'poles'

De ontwikkeling van Nordic Walking in vogelvlucht

- Nordic Walking wordt gebruikt als zomertraining voor langlaufers.
- Steeds meer mensen kampen met gezondheidsproblemen en tijdgebrek en ondernemers zien dat de laagdrempeligheid en gezondheidsbevordering commerciële kansen biedt.
- De International Nordic Walking Association (INWA) wordt opgericht en vindt een partner in de belangrijkste producent van Nordic Walking materiaal. De INWA doet allerlei onderzoek om het belang van opleiding en materiaal aan te tonen. Verder verzorgt de INWA opleidingen.
- De INWA wijst voortdurend op het belang van goede opleiding en het gebruik van de juiste materialen.

4.3 Ontstaan en ontwikkeling kitesurfen

Kitesurfen is een vorm van watersport waarbij de sporter op een kleine surfplank staat en zich voort laat trekken door een kite, ofwel een vlieger (www.watersportverbond.nl, 2007). De Engelsman Keith Stewart is in 1977 de eerste die aantoonde dat vliegers ook praktisch als voortstuwing te gebruiken zijn door in een kleine catamaran in 4½ uur het kanaal van Frankrijk naar Engeland over te steken. Dit wordt opgepakt door de Nederlander G. Panhuizen die zich eveneens in 1977 als eerste met behulp van een vlieger staand over het water voort laat trekken. In 1985 ontwerpen de gebroeders Legaigoux een vlieger die vanaf het water te starten is: de Wipika;

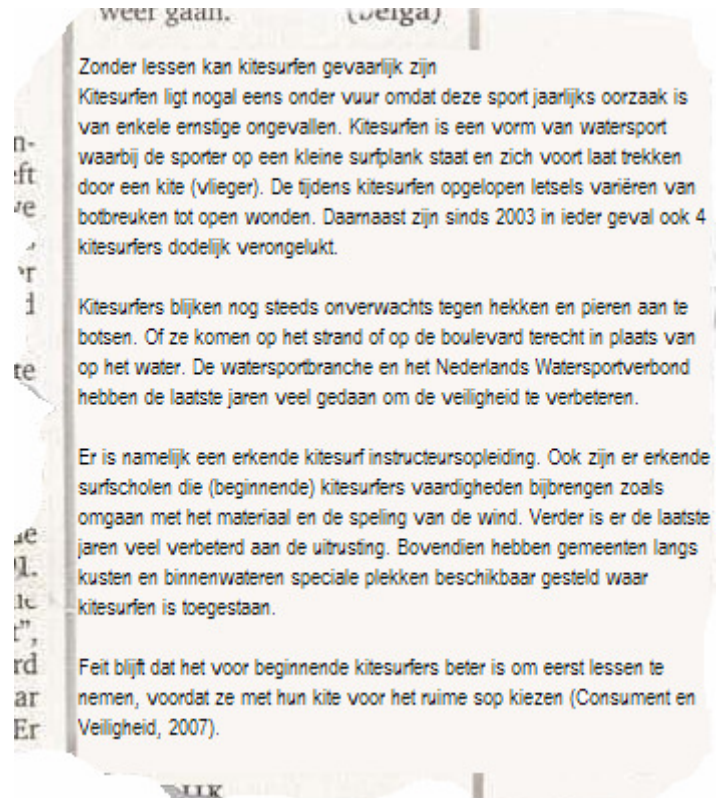
een vlieger met opblaasbare delen. Vanaf het water herstartbaar zijn van de vlieger is cruciaal om de sport succesvol te maken. Peter Lynn introduceert in 1994 de naam 'Kite Surfer'. Hij maakt het eerste succesvolle vaartuig dat geheel planerend en door vliegers voortgestuwd ook aan-de-windse koersen kan varen. In het zuiden van Frankrijk en op Hawaii zijn de eerste kitesurfers te vinden. Wereldwijde media-aandacht komt op gang en een nieuwe sport is geboren. In 1996 gaat de Wipika surfkite in de verkoop. Raphael Salles (ex- windsurfer) start snel daarna (1997) met de productie van kitesurfboards. In 1998 volgen ook windsurflegende Robby Naish en vliegerlegende Peter Lynn. Ze hebben de potentie van het kitesurfen ontdekt en starten

met het ontwikkelen van eigen surfkites. In

hetzelfde jaar wordt het eerste wereldkampioenschap gehouden op Hawaï. Vanaf 1999 volgen vele vlieger- en windsurfproducenten de nieuwe trend. Inmiddels zijn er al een tiental merken surfkites wereldwijd leverbaar voor het grote publiek. Overal worden kitesurfverenigingen opgericht met enthousiaste leden. Voor een deel komen ze uit het windsurfen maar ook de vliegeraars en snowboarders willen hun hobby wel eens op het water proberen. Kitesurfmagazines komen uit en meer en meer wedstrijden worden georganiseerd. Ook in 1999 start het eerste profcircuit, professionele kitesurfers reizen de hele wereld af om aan wedstrijden mee te doen. De afgelopen vier jaar was kitesurfen de snelst groeiende watersport van Nederland (www.kitereparatie.nl, 2007; www.kitehigh.nl, 2007; www.watersportverbond.nl, 2007).

De ontwikkeling van kitesurfen in vogelvucht

- Pioniers vanuit de vlieger- en surfwereld beginnen te experimenteren door deze twee sporten te combineren.
- Creatieve ideeën zorgen voor de eerste ontwikkeling op het gebied van materiaal (de vlieger wordt herstartbaar vanaf het water en het wordt mogelijk aan-de-windse koersen te varen).
- De pioniers van de sport trekken de aandacht van de media.
- De eerste producent besluit te investeren in kitesurfen.
- Dan volgen vele vlieger- en windsurfproducenten de nieuwe trend.
- Kitesurfverenigingen worden opgericht met leden afkomstig uit het windsurf-, vlieger- en snowboardwereld. Kitesurfmagazines komen uit en meer en meer wedstrijden worden georganiseerd.



Afbeelding 4.4: Krantenbericht gevaar kitesurfen

- De ontwikkelingen op het gebied van materiaal gaan in sneltreinvaart door, allerlei nieuw materiaal ziet het licht. Bestaande ontwerpen worden doorontwikkeld en om de paar maanden verschijnen nieuwe ideeën. Binnenkort zullen er kite's op de markt verschijnen die ook tegen de wind in kunnen varen/vliegen. Eigenlijk een combinatie van kiten en parapenten.

Ter vergelijking van de ontwikkeling van trendsporten is in dit hoofdstuk gekeken naar het ontstaan van snowboarden, Nordic Walking en kitesurfen. Bij de ontwikkeling van snowboarden en kitesurfen valt op dat een van de grootste problemen waar deze sporten in het beginstadium mee te kampen hadden was dat ze te gevaarlijk waren. In hoofdstuk 2 (§ 2.5) kwam naar voren dat dit ook voor snowkayak een probleem is. Door verschillende oplossingen die destijds bij snowboarden en kitesurfen werden gevonden, met name door ontwikkeling van materiaal en regelgeving, konden deze 'kinderziektes' worden overwonnen. Bij beide sporten werden deze ontwikkelingen in eerste instantie geïnitieerd door 'creatieve geesten' of 'pioniers' die als eerste – en op dat moment waarschijnlijk als enige – toekomst zagen in de sport.

Nadat de grootste gevaren verholpen waren zagen ook producenten de mogelijkheden van deze nieuwe sporten en sprongen er op in door het produceren van materiaal, waardoor de sporten ook voor het grote publiek beschikbaar werden. Media zien de amusementswaarde van deze nieuwe sporten en geven ze aandacht. Daarna volgt de grote 'spin-off'; verenigingen, opleidingen, bonden en magazines worden opgericht.

Nordic Walking heeft vooral op commercieel gebied een overeenkomst met snowkayak. De sport lijkt namelijk 'gecreëerd' door slimme ondernemers door in te spelen op de maatschappelijke trends van toenemende gezondheidsproblemen en afnemende vrije tijd. Het feit dat het veilig, laagdrempelig en gezond is lijkt de grootste kracht. Tegelijkertijd ontstaat daardoor het gevaar voor ondernemers dat ze niet meer nodig zijn, iedereen kan immers eenvoudig de deur uitgaan en 'een wandelingetje met stokken' maken. Door het belang van de juiste techniek en de juiste materialen te benadrukken en te onderbouwen met onderzoeken worden de inkomsten van de INWA en producenten veilig gesteld. Bij snowkayak is het voor iedereen reeds duidelijk dat er in tegenstelling tot Nordic Walking wél risico's aan kleven. De gewenste oplossing daarentegen zou dezelfde kunnen zijn: ontwikkel een opleidingstructuur en materiaal dat aan de voorwaarden voldoet. Zodoende houd je én een marktleidende positie doordat je alle knowhow in huis hebt, én ontwikkel je de kennis die nodig is om de sport volwaardig te maken.

Gekeken naar de ontwikkeling van andere trendsporten kan gezegd worden dat de ontwikkeling van een sport voor een belangrijk deel afhankelijk is van geld en dat dit bij de genoemde sporten bij de producenten van materiaal vandaan komt (inherent daaraan is dat het materiaal zich daardoor ontwikkelt waardoor de sport weer verder komt). Verder laten de ontwikkelingen bij met name het kitesurfen zien dat het veilig maken van de sport zeer belangrijk is om de sport tot volwaardig te maken.

Hoofdstuk 5 SWOT-analyse

In dit hoofdstuk wordt een SWOT-analyse gemaakt van snowkayak door de interne en externe analyse schematisch uit te werken (respectievelijk § 5.1 en § 5.2). Met behulp van deze analyse kan een ranking gemaakt worden door de belangrijkste kansen/bedreigingen en de sterkten en zwakten in een confrontatiematrix tegen elkaar af te zetten. Van daaruit kan begonnen worden met het bepalen van strategische opties, met andere woorden, welke koers wordt gevaren om de ondernemingsdoelstellingen te bereiken. De confrontatiematrix en bijbehorende strategische opties worden in paragraaf 5.3 besproken.

5.1 Interne analyse

De analyse van de interne situatie omvat zaken die (min of meer) beïnvloed kunnen worden. Waarin ben je goed of slecht ten opzichte van je concurrenten. Wat zijn de beschikbare financiële middelen en wat zijn de ambities en doelstellingen (Verhage, 2001)? De interne analyse is gebaseerd op een kwalitatief onderzoek dat gehouden is onder betrokkenen bij het WK Indoor Snowkayak 2007 in Landgraaf. Een aantal punten is reeds besproken in paragraaf 2.5. Omdat voor de interne analyse ook bedrijfstechnische aspecten van belang zijn is de overige informatie gebaseerd op bedrijfsgegevens van Kanoshop/ Outdoor Valley. Deze informatie is verkregen uit diepte-interviews met directeurs Koos van Raalte en Erik Rövekamp.

Sterkten

1	Spectaculair en stoer imago, fun, adrenaline
2	Laagdrempelig, weinig/geen oefening vereist om een eenvoudige afdaling te maken
3	Ervaren van snelheid (laag bij de grond)
4	Leuke sport voor publiek, mits de baan niet al het zich ontnemt
5	d.m.v. snowkayak kan Kanoshop/ Outdoor Valley spin-off creëren voor haar andere activiteiten
6	Head to head wedstrijdvorm: ervaren van strijd, competitie
7	Kanoshop/ Outdoor Valley heeft vrijwel alle knowhow m.b.t. snowkayak (voor op concurrenten)
8	Materiaal kan tevens op water gebruikt worden
9	Ook te beoefenen door minder validen
10	Kanoshop/ Outdoor Valley heeft veel contacten in de kajak/kano- en buitensportwereld
11	Snowkayak is nieuw en origineel. Het trekt daarom veel aandacht van o.a. media
12	Kanoshop/ Outdoor Valley heeft (veel) ervaring met het organiseren van evenementen
13	Kanoshop/ Outdoor Valley heeft al enkele mediapartners en sponsors die interesse hebben

Zwakten

1	Ongelukken, met name wervelletsel, in mindere mate ook knieblessures
2	Niet alleen gevaar voor de snowkayaker zelf, ook voor omstanders, publiek, andere recreanten

3	Parcours moet volledig aangepast zijn om te kunnen snowkayakken, dat kost (veel) tijd en geld
4	Nauwelijks te sturen en te remmen
5	Voor wedstrijden is het niet leuk/eerlijk dat er een groot verschil zit in snelheid van nieuwe boten (glad) en oude boten (krassen).
6	Materiaal is duur in aanschaf
7	Imago dat het gevaarlijk en moeilijk is
8	Weinig ervaring omtrent alle aspecten van snowkayakken omdat het nieuw is, weinig knowhow
9	De skilift is niet ideaal voor transport bergopwaarts. Lopen is zwaar en een auto is arbeidsintensief en duur
10	Geen (grote) investeringsmogelijkheden door Kanoshop/ Outdoor Valley
11	Kanoshop/ Outdoor Valley heeft weinig contacten binnen de wintersportbranche in het algemeen en m.b.t. materiaalkennis in het bijzonder
12	Hoge kosten voor aanpassen speciaal (snowkayak)materiaal
13	Kanoshop/ Outdoor Valley heeft haar prioriteiten bij andere onderdelen van het bedrijf, daardoor krijgt de ontwikkeling van snowkayak wellicht te weinig aandacht

5.2 Externe analyse

Er zijn ook factoren die van invloed zijn welke niet of nauwelijks te beïnvloeden zijn, zij worden behandeld in de externe analyse (Verhage, 2001). Deze kansen en bedreigingen voor snowkayak worden in deze paragraaf behandeld. Onderstaande externe analyse is gebaseerd op de trends en ontwikkelingen als beschreven in hoofdstuk 3.

Kansen

1	Groeïende aandacht voor funsports en extreme sports
2	Individualisering, toenemende vraag naar individuele sporten
3	Groeïende aandacht voor kortdurende, unieke en intensieve ervaringen
4	De invloed van marketing en sales, media en sponsoring op de sport neemt (nog steeds) toe
5	Het Internet wordt een combinatie van informatie, communicatie en transactie. Ook voor de sport biedt dit voordelen. Denk aan verkoop en werving
6	Combinaties van werk, wonen en recreëren worden belangrijker. Bedrijven hebben al interesse getoond.
7	Door minder financiële steun vanuit de overheid zal het sportaanbod “vercommercialiseren”
8	Interesse van andere partijen (skihal, Universiteit, Producent)
9	Opvallend is de verschuiving van betrokkenheid bij het primaire proces naar evenementen en van top- naar de breedtesport
10	De vrijetijdssector waaronder sport valt, ontwikkelt zich steeds sterker tot de sector waar veel technologische innovaties ontstaan of worden uitgetoetst

Bedreigingen

1	Door de vergrijzing zijn in 2020 ouderen in West-Europa in de meerderheid, aan kinderen is een gebrek
2	De komende jaren zullen bedrijven, gezien de economische teruggang, keuzes gaan maken
3	Toenemende wettelijke eisen/aansprakelijkheid
4	Conflicten door cultuurverschillen
5	Het aandeel etnische minderheden in de samenleving blijft toenemen
6	Sportdeelname onder ouderen en etnische minderheden ligt verhoudingsgewijs lager dan onder
7	Door toenemende concurrenten verwacht de consument meer voor minder geld
8	West-Europeanen moeten weer langer gaan werken, daardoor hebben ze minder vrije tijd
9	Onbedorven natuur wordt schaarser en daardoor waardevoller
10	Door verdergaande globalisering stijgt de behoefte aan regionale/nationale identificatie en maatschappelijke betrokkenheid

5.3 Confrontatiematrix en strategische opties

Met behulp van de confrontatiematrix worden de interne en externe analyse tegen elkaar afgezet en uitgewerkt om zodoende bepaalde voorkeursstrategieën te ontwikkelen. Dit uitwerken van de confrontatiematrix gebeurt vier keer. Kansen met sterkten, kansen met zwakten, bedreigingen met sterkten en bedreigingen met zwakten (Verhage, 2001). In tabel 5.1 is te zien dat deze vier kwadranten leiden tot acht strategische opties.

Intern Extern	Sterke punten	Zwakke punten
Kansen	Uitbuiten Groeien	Verbeteren Ombuigen tot sterke punten
Bedreigingen	Verdedigen Concurreren met sterkten	Vermijden of terugtrekken Samenwerking zoeken

Figuur 5.1: De confrontatiematrix: SWOT-combinaties en strategieën (Verhage, 2001).

Bij alle vier de combinaties uit de confrontatiematrix horen twee strategische opties, in totaal zijn er dus acht strategische opties:

- Met een sterkte op een kans inspelen kan door te groeien of door uit te buiten.
- Met een sterkte op een bedreiging inspelen kan door te verdedigen of door te concurreren met de sterktes.
- Met een zwak punt op een kans inspelen kan door te verbeteren of door de zwaktes om te buigen naar sterktes.
- Met een zwak punt op een bedreiging inspelen kan door het te vermijden of terug te trekken, of door samenwerking te zoeken.

Als voorbeeld zijn in bijlage IV de kansen en sterke kanten van snowkayak tegen elkaar afgezet. Wanneer een bedrijf – in dit geval Kanoshop/ Outdoor Valley – besluit snowkayak verder te gaan ontwikkelen en te exploiteren kan deze gebruikt worden om te komen tot een strategie. Zo is bijvoorbeeld de kans “groeiende aandacht voor fun- en extreme sports” een goede match met de sterke kant “stoer en spectaculair imago” en zou daarom uitgebuit kunnen of wellicht zelfs moeten worden. Ook de match tussen de kans “de invloed van marketing en sales, media en sponsoring op sport neemt toe” en de sterkte “leuke sport voor publiek (kijksport)” kan mogelijkheden bieden voor uitbuiting.

Het voert voor dit rapport te ver om de confrontatiematrix en alle bijbehorende strategische opties gedetailleerd uit te werken. Dat hoort eerder thuis in een eventueel ondernemingsplan. Wel kan de inhoud van dit rapport, zoals bijvoorbeeld de kansen en bedreigingen voortkomend uit hoofdstuk 3, door Kanoshop/ Outdoor Valley gebruikt worden deze nader uit te werken zodat daarna begonnen kan worden met het opstellen van een strategisch-, marketing-, communicatie- of actieplan, afhankelijk van de doelstelling.

Hoofdstuk 6 Toekomstscenario's

Na de opkomst van een nieuwe trend zijn er verschillende scenario's mogelijk hoe deze zich verder zal ontwikkelen. In dit hoofdstuk worden deze beschreven door een stelling te formuleren – het mogelijke scenario – en vervolgens argumenten aan te halen uit eerdere hoofdstukken om de stelling te onderbouwen. Achtereenvolgens worden drie scenario's geschetst: snowkayak als eendagsvlieg (§ 6.1), snowkayak als funsport (§ 6.2) en snowkayak als volwaardige sport (§ 6.3).

6.1 Eendagsvlieg

Stelling: "Snowkayak is een kortdurende trend welke plotseling afgelopen kan zijn."

Argumenten voor

- Het is te gevaarlijk, met name het risico op wervelletsel is te groot. Om dit op te lossen moeten behoorlijke investeringen gedaan worden. Omdat die in dit stadium van de ontwikkeling wellicht nog niet voor de hand liggen, blijft dit risico voorlopig aanwezig. Daardoor bestaat er een reële kans op het (regelmatig) voorkomen van (ernstige) ongelukken. Mocht dat gebeuren, dan kan dat funest zijn voor de sport.
- Er zal niet geïnvesteerd worden in snowkayak waardoor de sport niet verder ontwikkeld wordt.

Argumenten tegen

- In 2007 was er veel aandacht voor snowkayak, onder andere van media en sponsors, dit kan een signaal zijn dat de sport toekomst heeft.
- Er is nog geen onderzoek gedaan naar de noodzakelijke aanpassingen en de bereidheid van potentiële investeerders.
- Deelnemers en publiek verwachten een vervolg, daar zullen ondernemers op inspelen.

Belangrijke ontwikkelingen

- Degenen die op dit moment bepalend zijn voor de ontwikkeling van snowkayak zijn niet bereid de noodzakelijke investeringen te doen.
- Of: Er gebeurt een ernstig ongeluk wat vervolgens in de media verschijnt. Hierdoor trekken sponsors zich terug en is er geen geld meer voor de ontwikkeling van de sport.

Wanneer er niks gedaan wordt aan de veiligheid is de kans groot dat het blijft bij een kortstondige trend. Snowkayak blijkt dan een eendagsvlieg te zijn. Het verschijnen van een ernstig ongeluk in de media zal de kans op dit scenario waarschijnlijk doen vergroten. Ook wanneer ondernemers hun prioriteiten elders leggen en kiezen voor niet te investeringen in snowkayak kan de trendsport plotseling ophouden te bestaan. Een argument voor deze keuze kan bijvoorbeeld zijn dat het organiseren van snowkayak-evenementen een behoorlijke investering is in tijd en financiële middelen en de sport haar meerwaarde nog niet onomstotelijk bewezen heeft.

6.2 Extreame sport voor een kleine doelgroep

Stelling: “Snowkayak blijft voor een kleine doelgroep bestaan doordat er van tijd tot tijd evenementen georganiseerd worden waar met een beetje goede promotie altijd mensen op af komen. Daardoor kan het vooral als ‘kijksport’ worden gepresenteerd”.

Bij veel “extreme sports”, wordt door media en sponsors dankbaar gebruik gemaakt van het extreme, stoere en spectaculaire imago. Red Bull en Go Fast (energiedranken) zijn goede voorbeelden van merken die gebruik maken van het imago van extreme sporten (www.gofastsports.nl, z.j., www.redbull.nl, z.j.).

Argumenten voor

- Het is spectaculair om te zien en daardoor interessant voor media en sponsors.
- De doelgroep is weliswaar niet zo groot, maar wel heel duidelijk afgebakend en daardoor goed te bereiken.
- Het is laagdrempelig.
- Er is een groeiende aandacht voor funsporten.
- Bestaand materiaal kan gebruikt worden.
- Deelnemers en publiek verwachten een vervolg, daar zullen ondernemers op inspelen.

Argumenten tegen

- Het is te gevaarlijk, met name het risico op wervelletsel is te groot. Om dit op te lossen moeten behoorlijke investeringen gedaan worden. Omdat die in dit stadium van de ontwikkeling nog niet voor de hand liggen, blijft dit risico voorlopig aanwezig. Daardoor bestaat er een reële kans op het (regelmatig) voorkomen van (ernstige) ongelukken. Mocht dat gebeuren, dan kan dat funest zijn voor de sport.
- De snowkayaker naar verwachting niet bereid veel meer te betalen voor deelname, waardoor het niet rendabel is wedstrijden te organiseren.

Skydiven

Parachutespringen of skydiven is een sport die al heel lang beoefend wordt. Mede door de fascinatie van de mens om te kunnen vliegen alsook om functionele redenen zoals het leger heeft deze sport al lang bestaansrecht. Met de komst van Indoor Skydive in Roosendaal kan ineens iedereen ervaren hoe het is om te duiken in de lucht (Alsemgeest, 2007).

Kader 6.1: Voorbeeld trendsport 1

Slamball

Een nieuwe rage in sportland. Een kruising tussen American Football & Basketball. Slamball is een teamsport gebaseerd op basketbal. Er staan vier trampolines op het basketbalveld, omgeven door matten. Met behulp van de trampoline worden spectaculaire sprongen, salto's en (slam)dunks gemaakt (www.sportgeschiedenis.nl, z.j.).

Kader 6.2: Voorbeeld trendsport 2



Afbeelding 6.1: Snowkayak als extreme sport

Belangrijke ontwikkelingen

- Pioniers komen met creatieve oplossingen voor de veiligheidsproblemen.
- Er komt een sponsor die wil investeren in snowkayak;
- Er komt een eenvoudige, betaalbare oplossing om de veiligheid te vergroten;
- Media zijn bereid snowkayak onder de aandacht te brengen.

Wanneer door ondernemers op dit moment gekozen wordt niet te investeren in snowkayak kan het zijn dat het blijft bij een kortdurende trend (eendagsvlieg), maar het kan ook zijn dat de ontwikkeling op een 'laag pitje' verder gaat. Pioniers gaan mogelijk net als bij snowboarden en kitesurfen aan het experimenteren en er kunnen ook best nog (locale) wedstrijden worden georganiseerd. Zodra er dan oplossingen gevonden worden voor de veiligheidsproblemen is de kans groot dat vroeg of laat toch een ondernemer besluit in snowkayak te investeren. Het kan ook zijn dat er binnen afzienbare tijd al investeerders komen die de sport verder gaan ontwikkelen. De vele uitingen in de media en het grote aantal sponsors dat het 'Nederlands team' steunde worden gezien als een gunstig voorteken voor de toekomst van snowkayak. Hierbij opgeteld het grote aantal deelnemers dat zich inschreef voor het WK Indoor Snowkayak lijkt het mogelijk dat snowkayak verder kan voortbestaan. Als kijksport liggen er interessante kansen voor ondernemers om snowkayak in de markt te zetten. Media zullen wellicht bereid zijn reportages over snowkayak uit te zenden omdat het spectaculair is om te zien (denk aan YOZ en X-games van Eurosport). Ook als er bedrijven zijn die een stoer en spectaculair imago willen verbinden aan hun eigen merk, dan zou snowkayak daar een middel voor kunnen zijn.

6.3 Volwaardige funsport

Stelling: "Snowkayak heeft de potentie om een volwaardige funsport te worden. Zodra de kinderziektes zijn overwonnen zal de sport niet plotseling ophouden te bestaan. Steeds meer mensen zullen in de toekomst gaan snowkayakken".



Afbeelding 6.2: Snowkayak als volwaardige funsport

Argumenten voor

- Laagdrempelig, het is heel makkelijk dus geen oefening vereist. Bedrijven hebben reeds interesse getoond.
- Het is spectaculair om te zien en daardoor interessant voor media en sponsors.
- Veel verschillende mensen hebben reeds hun interesse getoond. Naast kajakkers en sensatiezoekers ook bedrijven en zelfs kinderfeestjes.
- Er is een groeiende aandacht voor funsporten.

Argumenten tegen

- Snowkayak is te extreem en daardoor niet geschikt voor een brede doelgroep.
- Om de stap naar volwaardige funsport te maken zijn grote investeringen nodig. Deze financiële middelen zullen niet beschikbaar worden gesteld in deze fase.

Belangrijke ontwikkelingen

- Snowkayak wordt eerst een extreme sport en kan in de toekomst nog doorgroeien tot een volwaardige funsport.
- Of: snowkayak wordt door ondernemers 'slim' in de markt gezet. Hiervoor worden grote investeringen gedaan.

Om de stap van trendsport naar volwaardige sport te maken zal nog een groot aantal ontwikkelingen plaats moeten vinden. Er zal een groter publiek bereikt moeten worden en het oplossen van het veiligheidsprobleem is cruciaal. De trendsport is op dit moment namelijk te gevaarlijk. Dit brengt grote risico's met zich mee, natuurlijk voor de deelnemer maar dit leidt ook tot bedrijfsrisico's voor potentiële ondernemers die snowkayak willen exploiteren. Wanneer namelijk een ernstig ongeluk plaatsvindt zal in het gunstigste geval alleen de bedrijfsnaam beschadigd raken en in een ernstiger geval kan dit mogelijk zelfs leiden tot het aansprakelijk stellen van de onderneming, omdat de risico's vooraf bekend waren. Zodra er oplossingen gevonden worden voor de veiligheidsproblemen en sponsors bereid zijn zich aan snowkayak te binden is de eerste en belangrijkste stap voor verdere ontwikkeling gezet. Gezien de ontwikkeling van andere trendsporten ligt het in de lijn der verwachtingen dat de trendsport vervolgens nog een veelheid aan ontwikkelingen te wachten staat. Te denken valt hierbij aan het aansluiten bij of oprichten van een bond, verenigingen, enzovoort.

De toekomst van snowkayak kan nog vele kanten op gaan. Dit is namelijk onder meer afhankelijk of er in geïnvesteerd wordt en zo ja, welke strategie gekozen wordt. Verder kunnen factoren bepalend zijn als het vinden van oplossingen voor de veiligheidsproblemen, het vinden van sponsors en media. Hoewel tussenvormen ook mogelijk zijn, kunnen grofweg de volgende scenario's onderscheiden worden:

1. Snowkayak verdwijnt en blijkt een 'eendagsvlieg' te zijn;
2. Snowkayak heeft toekomst als 'extreme sport voor een kleine doelgroep';
3. Snowkayak wordt een 'volwaardige funsport voor een breed publiek'.

In de verre toekomst kunnen wellicht – zoals enkele respondenten aangaven – verschillende disciplines binnen de sport ontstaan, waarmee ook een breder publiek bereikt kan worden. Op dit moment echter, zijn er nog te veel risico's en zogenaamde 'kinderziektes' waar eerst een antwoord op gevonden moet worden.

Hoofdstuk 7 Methode

Dit hoofdstuk beschrijft hoe het onderzoek is opgezet en hoe het is uitgevoerd.

7.1 Onderzoeksmethode

Baarda en De Goede (2001) onderscheiden de volgende onderzoeksmethoden:

- *Deskresearch* is onderzoek naar al bestaande of secundaire gegevens, die door anderen zijn verzameld. Deskresearch kan plaatsvinden met behulp van interne en externe bronnen.
- *Kwalitatief onderzoek* is het uitdiepen van achtergronden of redenen. De nadruk ligt op zachte feiten, meestal psychologisch van aard, en minder op harde cijfers. Men kan kwalitatief onderzoek op drie verschillende manieren inzetten; als vooronderzoek (oriënterende interviews om inzicht te krijgen in het onderzoeksprobleem), als hoofdonderzoek (diverse diepte-interviews), of als aanvullend onderzoek.
- Bij *kwantitatief onderzoek* gaat het om het geven van een cijfermatige inhoud. Er wordt een groot aantal respondenten over een beperkt aantal onderwerpen ondervraagd. Dit gebeurt vaak door middel van een enquête. Het kwantitatief onderzoek berust dus op harde feiten, gegevens en cijfers.

Voor het beantwoorden van de vijf deelvragen zoals genoemd in de inleiding van dit rapport is enerzijds gebruik gemaakt van deskresearch. Anderzijds is met behulp van zowel oriënterende als diepte-interviews informatie verkregen (kwalitatief onderzoek). Vervolgens is door middel van een kwantitatieve toetsing bij de betrokkenen van het WK Indoor Snowkayak 2007 onderzocht wat hun toekomstverwachtingen van snowkayak zijn.

7.2 Onderzoekseenheden

Onderzoekseenheden zijn de personen of objecten waarover in de specifieke onderzoeksvragen een uitspraak wordt gedaan (Baarda e.a., 2001). In dit onderzoek worden drie onderzoekseenheden onderscheiden, allen waren betrokkenen bij het WK Indoorsnowkayak 2007 (31 maart 2007). Onderscheiden worden:

1. Deelnemers
2. Vrijwilligers
3. Bedrijven

7.3 Steekproef

Een steekproef is een selectie uit een totale populatie ten behoeve van een meting van bepaalde eigenschappen van die populatie. Baarda en De Goede (2001) maken het volgende onderscheid:

- Er is sprake van een *aselecte steekproef* als de onderzoekseenheden volstrekt willekeurig worden getrokken. Alle eenheden in de omschreven populatie hebben dan een gelijke kans of in ieder geval een bekende kans om in de steekproef terecht te komen.
- Er is sprake van een *selecte steekproef* als de eenheden niet op toevalsbasis uit een populatie worden geselecteerd. De volgende vormen worden onderscheiden:

- Toevallige steekproef. Hier worden bijvoorbeeld mensen op straat aangesproken om erachter te komen of mensen geschikt zijn voor het onderzoek.
- Quota-steekproef. Hierbij wordt de populatie eerst in deelpopulaties opgedeeld op basis van bepaalde persoonskenmerken, en dan een toevallige steekproef uitgevoerd.
- Doelgerichte steekproef. Een steekproef in een kleinere populatie waarvan je weet dat de persoonskenmerken overeenkomen met de grotere populatie.
- Sneeuwbalsteekproef. De onderzoeker vraagt aan een persoon met de juiste persoonskenmerken of hij/zij nog meer mensen kent met dezelfde kenmerken.

Voor het onderzoek onder de deelnemers wordt gebruik gemaakt van een doelgerichte selecte steekproef. Via het gegevensbestand van de website www.snowkayak.nl, dat ten behoeve van dit onderzoek beschikbaar is gesteld door Outdoor Valley, worden alle Nederlandse deelnemers per e-mail gevraagd de vragenlijst in te vullen. De gegevens van de vrijwilligers en medewerkers zijn eveneens door Outdoor Valley beschikbaar gesteld, waardoor allen persoonlijk kunnen worden benaderd. Hier is dus geen sprake van een steekproef.

7.4 Representativiteit

Voor het onderzoek wordt gebruik gemaakt van drie verschillende populaties. In tabel 7.1 wordt per populatie het aantal ondervraagden en de bijbehorende respons weergegeven.

	Aantal verstuurd	Aantal ingevuld	Respons
Bedrijven	10	9	90,0 %
Vrijwilligers/medewerkers	22	17	77,3 %
Deelnemers	122	54	44,3 %

Tabel 7.1: Respons op de vragenlijsten

7.5 Opzet onderzoek

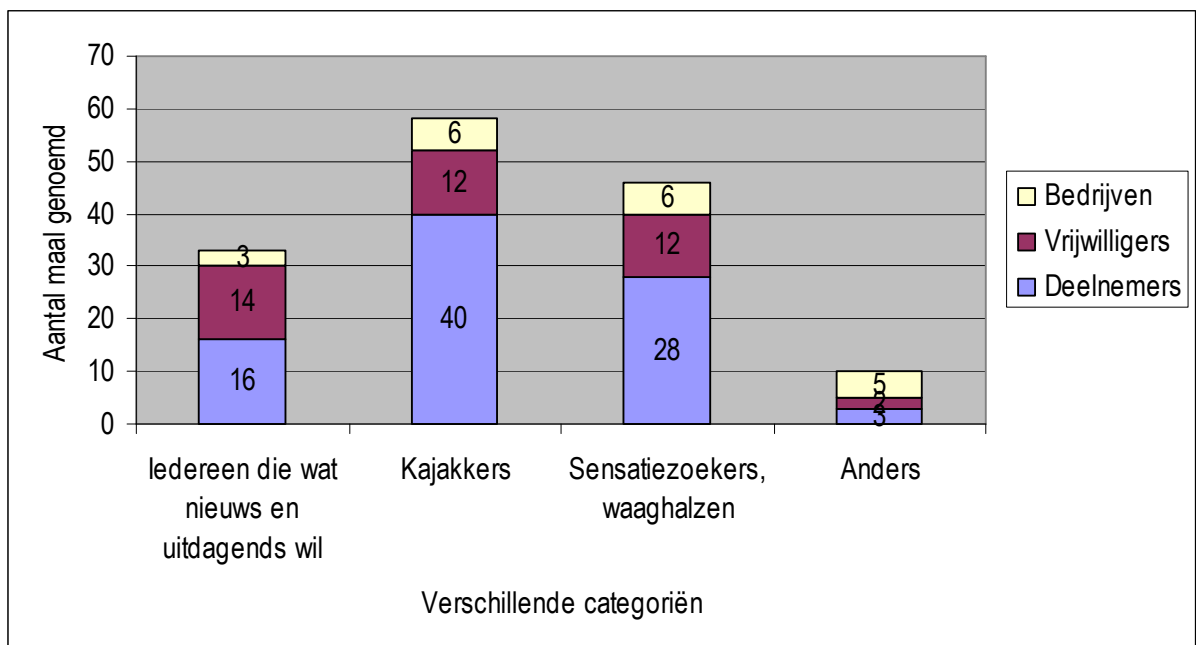
Zoals vermeld (§ 7.2) is er bij onderzoek gebruik gemaakt van drie verschillende populaties. De vragenlijst is naar alledrie de populaties per e-mail verzonden zoals deze is weergegeven in bijlage V. De vragenlijst is voorzien van een begeleidend schrijven waarin de doelstelling van het onderzoek en de deadline voor beantwoorden werden vermeld. De vragenlijst bestaat uit gesloten en open vragen, om een zo duidelijk beeld te krijgen van de mening van de respondenten. Alle respondenten die hebben geantwoord hebben de vragenlijst ingevuld in de weken 36 en 37 van het jaar 2007. Aanvullend op de vragenlijst zijn enkele vragen gesteld die specifiek van toepassing zijn op de betreffende populatie (bijlage VI).

Hoofdstuk 8 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de afgenomen vragenlijsten gepresenteerd. In paragraaf 8.1 worden de resultaten op de vragen die alle respondenten voorgelegd kregen (bijlage V) weergegeven. Vervolgens komen de resultaten aan bod die specifiek van toepassing zijn op de verschillende onderzoekspopulaties (§ 8.2). Deze vragen zijn weergegeven in bijlage VI.

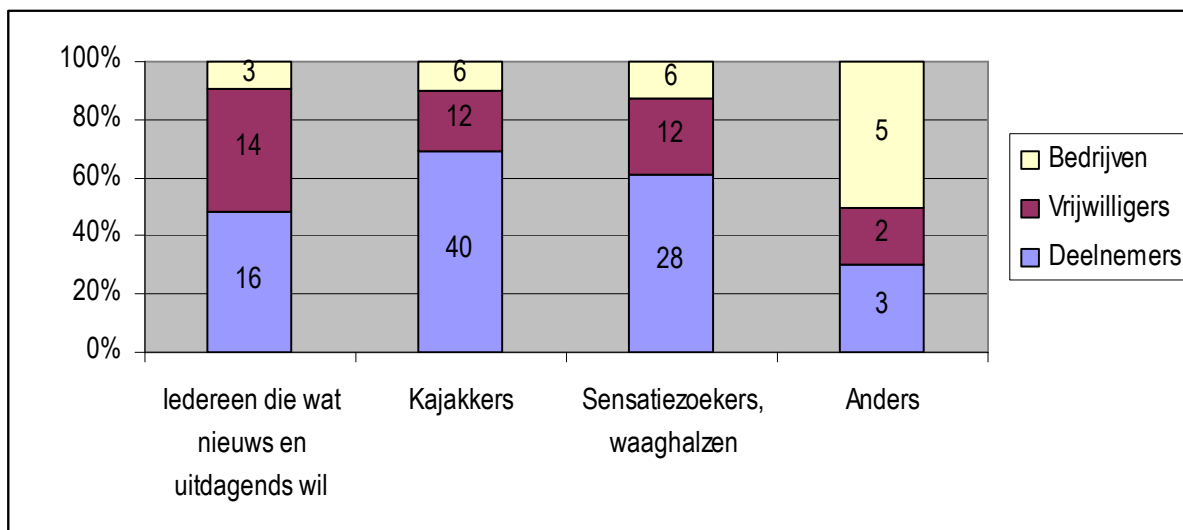
8.1 Resultaten alle respondenten

In de vragenlijst is de respondenten (N=80) gevraagd voor wie zij snowkayak interessant achten. Daarbij had men vier antwoordmogelijkheden waarbij het ook mogelijk was meerdere antwoorden aan te kruisen. Figuur 8.1 laat zien hoe de antwoorden verdeeld zijn over de verschillende categorieën, tevens is af te lezen welke onderzoekspopulatie verantwoordelijk was voor de gegeven antwoorden.



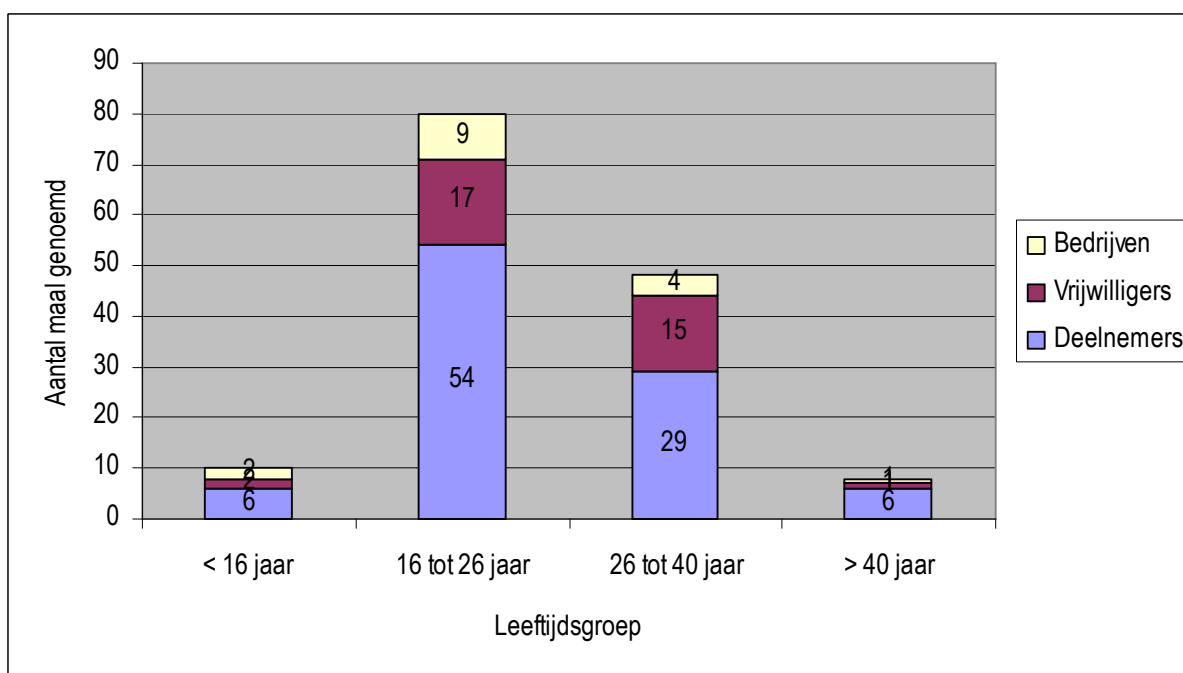
Figuur 8.1: Voor wie achten de respondenten snowkayak interessant

Wanneer dezelfde cijfers in verhouding gezet worden (figuur 8.2) valt op dat bedrijven verhoudingsgewijs vaak kiezen voor de optie 'anders'. De opmerkingen die hierbij vermeld werden op de vragenlijst hadden allen betrekking op bedrijven. Zo werden sponsors (2), producenten van materiaal (2) en sneeuwhallen (1) genoemd.



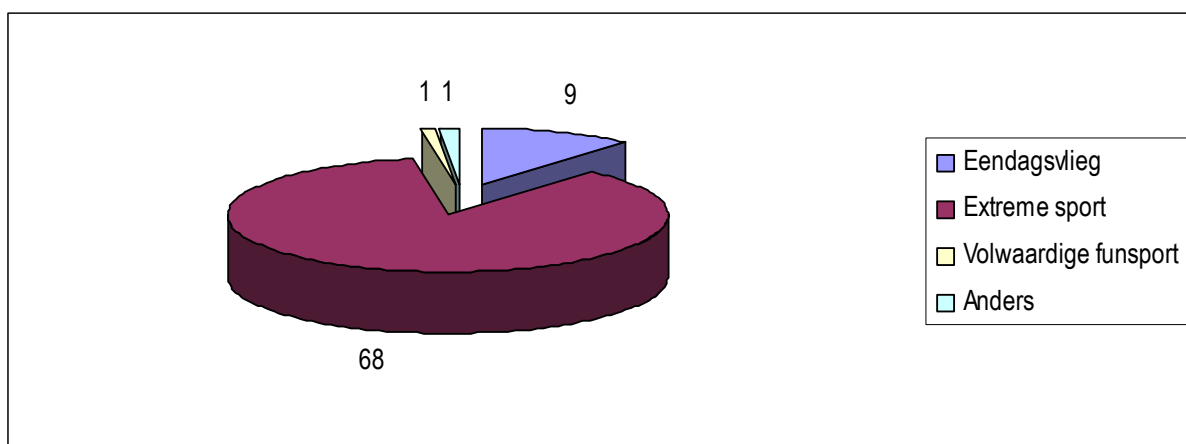
Figuur 8.2: Verhoudingsgewijze inschatting van de respondenten voor wie snowkayak interessant is

Wanneer gekeken wordt naar de vraag voor welke leeftijdsgroep snowkayak interessant is, zijn de respondenten (N=80) het er over eens dat dit hoofdzakelijk voor de leeftijd van 16 tot 40 jaar is, met een accent op de jongste helft van deze groep (figuur 8.3).



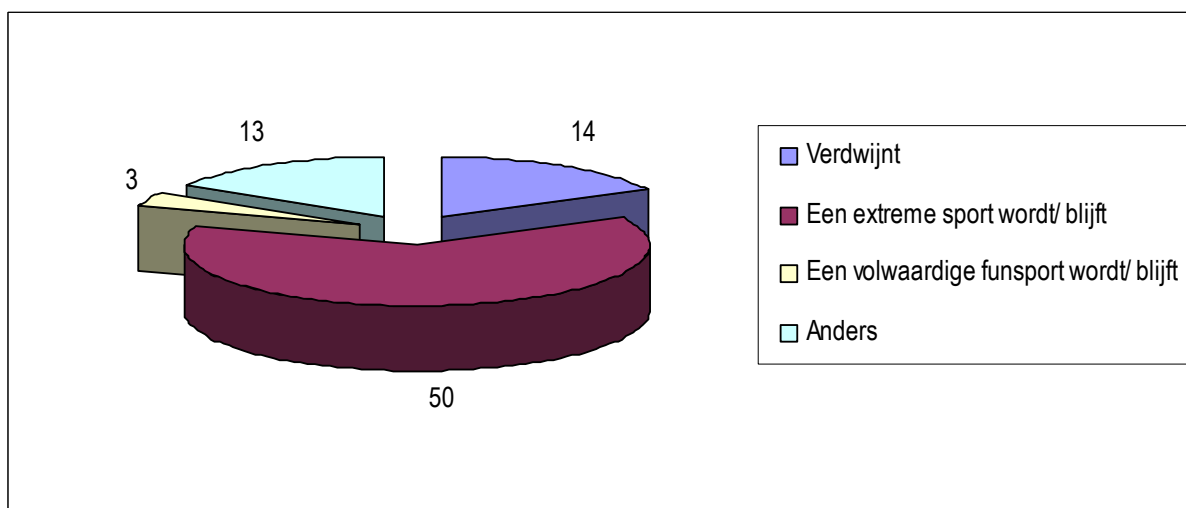
Figuur 8.3: Voor welke leeftijdscategorie is snowkayak interessant?

Figuur 8.4 laat zien dat 85 % (N = 80) van alle respondenten snowkayak op dit moment ziet als 'extreme sport'. Ruim 11 % ziet de snowkayak als 'eendagsvlieg' en nog geen 2 %, ofwel 1 respondent, noemt het een 'volwaardige funsport'.



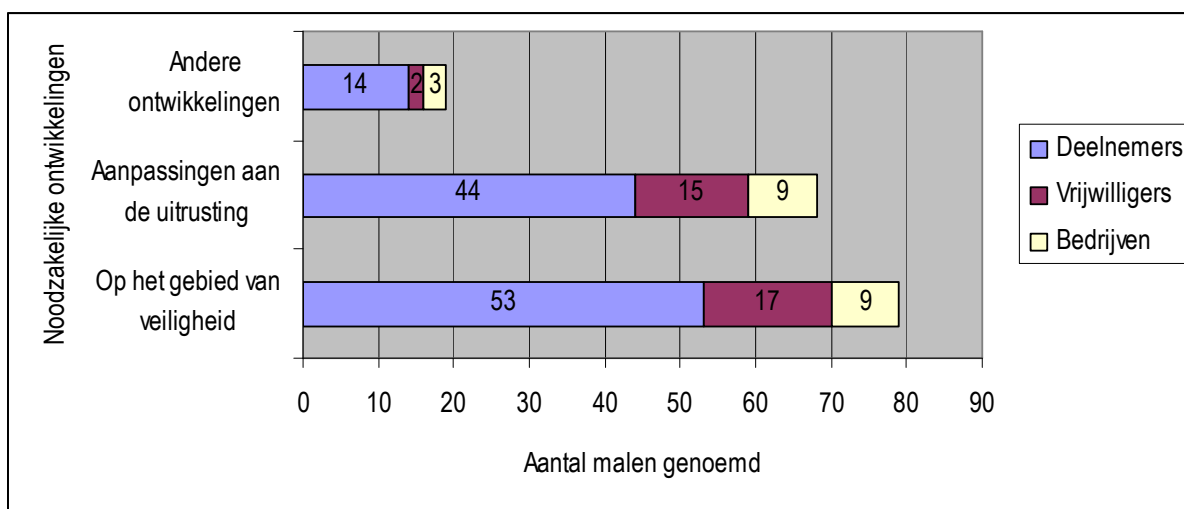
Figuur 8.4: Als wat voor soort sport wordt snowkayak gezien?

Vervolgens is de respondenten gevraagd naar de verwachtingen voor de toekomst. Hoe denkt men dat snowkayak zich verder zal ontwikkelen? In figuur 8.5 is te zien dat 14 respondenten (17,5 %) verwacht dat snowkayak geheel verdwijnt. Opvallend is dat ruim 16 % (13 respondenten) bij deze vraag de keuzemogelijkheid 'anders' heeft aangekruist. Degenen die dat gedaan hebben gaven ieder met andere woorden aan dat het voortbestaan afhankelijk is van een aantal voorwaarden. Het merendeel (9 respondenten) noemde noodzakelijke ontwikkelingen op het gebied van veiligheid als voorwaarde, twee respondenten gaven aan dat het er afhankelijk van is 'of iemand het oppakt' en de laatste twee gaven aan dat het van een sponsor afhangt.



Figuur 8.5: De verwachting tot wat voor soort sport snowkayak zich zal ontwikkelen

Op de vraag 'Welke ontwikkelingen zijn te verwachten of zelfs noodzakelijk?' kwam een veelheid aan suggesties naar voren. Figuur 8.6 laat zien dat op een na alle respondenten (N=80), dat is maar liefst 99 %, ontwikkelingen op het gebied van veiligheid verwachten. Ook gaf 85 % (68 respondenten) aan dat zij aanpassingen aan de uitrusting verwachten. Uit de opmerkingen die hier bij vermeld werden blijkt dat ook deze voor het grootste deel te maken hebben met de veiligheid.



Figuur 8.6: Welke ontwikkelingen zijn te verwachten of zelfs noodzakelijk

De vragenlijst bood de mogelijkheid achter elke noodzakelijke of te verwachten ontwikkeling te vermelden wát die ontwikkeling zou kunnen zijn. Omdat de voorgestelde aanpassingen aan de uitrusting allemaal te maken hadden met de veiligheid worden deze direct geclusterd. Onderstaand de genoemde zaken:

Ontwikkelingen op het gebied van veiligheid en uitrusting:

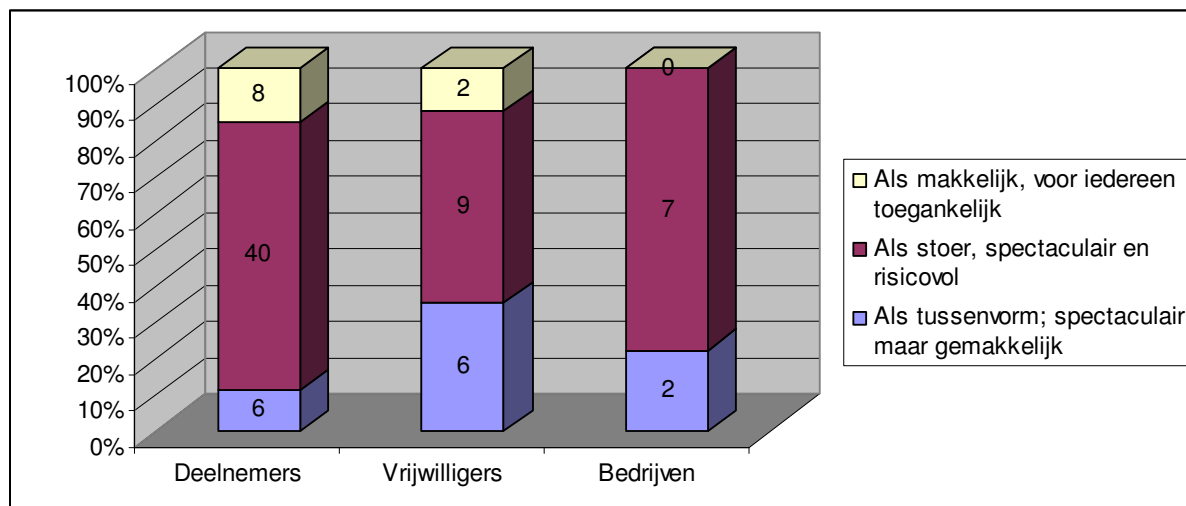
- De kajak bestuurbaar maken (19), waaronder: aanbrengen van carve lijnen (7)
- Vering in de kajak maken (11)
- Stootranden op de kajak aanbrengen. Een punt van foam?
- Beschermende kleding (23), waaronder: gezichtsbescherming (2), elleboogbescherming (1), rugprotectie (14) en kniebeschermers (2)
- Parcours aanpassen (5), waaronder: (meer) vangnetten plaatsen (2), veiliger voor publiek (1)
- Niks veranderen aan de boot, dan wordt het een andere sport! (2)
- Warme kleding (3)

Andere ontwikkelingen:

- 12 deelnemers en 2 vrijwilligers gaven aan dat dezelfde boten gebruikt moeten worden, omdat het oneerlijk is om oude en nieuwe boten tegen elkaar te laten strijden!
- 3 bedrijven gaven aan dat een (grote) sponsor de sport een financiële impuls moet geven om de sport te kunnen ontwikkelen.
- Ook werd geopperd om een vaste baan te bouwen, omdat het maken ervan zo arbeidsintensief is.
- Toevoegen nieuwe disciplines 'snelheid' en 'freestyle'.

Figuur 8.7 laat zien hoe de respondenten denken over het imago van snowkayak. Hoe moet het in de markt gezet worden, gepositioneerd.

De absolute aantallen waarin geantwoord is op de vraag hoe snowkayak in de markt gezet moet worden staan vermeld in staafkolommen. Door echter de relatieve frequentie weer te geven wordt zichtbaar dat van de deelnemers ruim 14 % van mening is dat snowkayak als ‘makkelijk en voor iedereen toegankelijk’ in de markt moet worden gezet. Bedrijven daarentegen zijn van mening dat snowkayak meer een imago moet hebben als ‘stoer, spectaculair en risicovol’.



Figuur 8.7: Snowkayak moet in de markt gezet worden als?

8.2 Specifieke resultaten

In deze paragraaf worden de onderzoeksresultaten beschreven van de vragen die specifiek aan de verschillende onderzoekspopulaties gesteld zijn.

Voorwaarden voor participatie

In de aanvullende vragen aan bedrijven (zie bijlage VI) is de vertegenwoordigers van de benaderde bedrijven gevraagd enkele voorwaarden te noemen alvorens zij op de trendsport in willen springen. Met andere woorden; wat zien zij in het huidige snowkayak als belangrijkste beperkende factor waardoor men de bedrijfsnaam op dit moment niet aan snowkayak zou willen verbinden.

Zeven respondenten (N = 9) gaven aan dat eerst de veiligheid het grootste probleem vormt. Voordat zij verder iets zouden doen met snowkayak zal de kans op ongelukken moeten afnemen. Kanoshop/ Outdoor Valley en SnowWorld gaven tevens aan dat er eerst een grote sponsor bereid moet zijn een toekomstig evenement te ‘adopter’ alvorens er verdere stappen kunnen worden ondernomen.

Specifieke vragen aan de Nederlandse Kanobond (NKB) en de Nederlandse Ski Vereniging (NSKiV)

Beide bonden is gevraagd of men zich kan voorstellen dat snowkayak in de toekomst onder de betreffende bond komt te vallen. Vervolgens is de vraag gesteld of men de voorwaarden kan noemen alvorens snowkayak onder de bond komt te vallen. De reacties waren als volgt:

Nederlandse Kanobond: *“Wij kunnen ons voorstellen dat snowkayak in de toekomst onder auspiciën van de NKB komt te vallen. Voorwaarde is wel dat de sport eerst wat verder ontwikkelt. Verder is het essentieel dat er gebruik wordt gemaakt van een kajak of kano. Mogelijke andere voorwaarden zullen eerst nader onderzocht moeten worden”* (Gispen, 2007).

Nederlandse Ski Vereniging: *“Mocht snowkayak uitgroeien tot een serieuze sport dan kan het gezien onze missie in de toekomst wellicht onder de bond komen te vallen”* (Avis, 2007). De NSKiV stelt zich namelijk ten doel alle sneeuwsporten te stimuleren. De missie van de NSKiV luidt: *‘De Nederlandse Ski Vereniging is dé nationale organisatie voor skiërs, langlaufers, snowboarders en beoefenaars van gerelateerde sporten, die zoveel mogelijk Nederlanders – in alle leeftijden – wil stimuleren om met plezier en op verantwoorde wijze te sporten’* (Stork, 2005, p. 8).

Specifieke vragen Technische Universiteit Delft

De faculteit ‘Industrieel ontwerpen’ aan de TU Delft is benaderd met de vraag of zij mogelijk in samenwerking met Kanship/ Outdoor Valley een project wil opstarten om een kajak te ontwerpen die specifiek voor het snowkayakken geschikt is.

Dhr. Jan Kaper is enthousiast en geïnteresseerd in deze opdracht. Hij verwacht dat er interessante mogelijkheden liggen. Echter, Kanship is geen producent. Daarom kunnen studenten niet in de praktijk aan de slag. En dat is een absolute voorwaarde om te leren voor de studenten. Daarom is samenwerking slechts mogelijk wanneer een producent (van kajaks of wellicht ski's/snowboards) ook bij dit project betrokken wordt. In hun fabriek zullen de studenten na de ontwerpfase aan de slag moeten. Een andere voorwaarde is dat het bedrijf waar het project uitgevoerd gaat worden een bedrijf is met meer dan 20 medewerkers. Dit is vastgelegd binnen het beleid van de TU om maximale leerwinst te behalen voor de studenten.

Wanneer de volgende drie partijen dus participeren in een mogelijk project zou er een samenwerkingsverband tot stand kunnen komen:

1. Kanship/Snowkayak.nl (niet noodzakelijk)
2. Producent van kajaks of snowboards die snowkayaks wil ontwerpen
3. TU Delft die een team studenten met begeleiding op het project zet

Randvoorwaarden:

- Projecten starten altijd per september (start studiejaar). Het project zal 5 á 6 maanden duren.
- Daarom dient er vóór juli een partner (producent) gevonden te zijn en vervolgens dienen het businessidee en de probleemstelling (1 a 2 A4) overlegd te worden aan de TU.

Specifieke vragen verzekeringsmaatschappij

Wanneer men een reisverzekering afgesloten heeft die risicosporten dekt is in de huidige begripsbepalingen snowkayak gedekt. In de “Sneeuwverzekering” van Elvia Verzekeringen worden bijvoorbeeld ‘wintersporten’ en ‘bijzondere wintersporten’ gedekt. In artikel 1 van de Algemene Voorwaarden, “Begripsomschrijvingen”, worden deze als volgt omschreven (zie bijlage VII):

“Wintersport”	:	elke van sneeuw en/of ijs afhankelijke sport
“Bijzondere wintersporten”	:	wintersporten die een meer dan normaal risico met zich meebrengen, waaronder ijsklimmen, skeleton, bobsledrijden, ijshockey, speedskiën, speedraces, skispringen, figuurspringen bij freestyle-skiën, ski-alpinisme, paraskiën en heliskiën.

Telefonische navraag bij zowel Elvia Verzekeringen als Europeesche Verzekeringen bevestigt dat snowkayak binnen deze verzekering valt. Onder artikel 7, “Algemene uitsluitingen – Verval van recht op vergoeding/uitkering”, staat een onder 7.2: *“Het recht op vergoeding vervalt indien bij de aanvang van de reis zodanige omstandigheden bekend of aanwezig waren dat het maken van de kosten redelijkerwijs te verwachten viel”* (zie bijlage VII).

Wanneer de verzekeringsmaatschappij in kwestie nader onderzoek zou instellen naar aanleiding van een ongeval, is het wellicht mogelijk dat zij zich zal beroepen op de bepaling uit artikel 7.2. De maatschappij kan van mening zijn dat de deelnemer of de organisatie van een snowkayak evenement vooraf had kunnen weten dat het risico op bijvoorbeeld rugletsel ‘redelijkerwijs te verwachten viel’. Daarom is het zaak deze sport expliciet in de verzekering te benoemen onder de ‘bijzondere wintersporten’.

Naast de resultaten zoals besproken in dit hoofdstuk zijn nog enkele vragen gesteld die niet direct voor het onderzoek van belang zijn. Deze vragen worden daarom apart besproken in bijlage VIII.

Discussie

Onderstaand worden de onderzoeksresultaten ter discussie gesteld.

De cijfers zoals die zijn weergegeven in het vorige hoofdstuk (hoofdstuk 8) zijn dusdanig gekozen dat zij trachten een zo juist mogelijke weergave te zijn van metingen uit de vragenlijsten. Echter, het verdient vermelding dat het onmogelijk is om als onderzoeker volledig objectief te zijn. Daar komt nog bij dat ik tijdens mijn stage bij Kanoshop/ Outdoor Valley deelnam aan het WK Snowkayak in Lienz en tevens mede organisator was van het WK Indoor Snowkayak in Landgraaf. Voor het laatstgenoemde evenement geldt bovendien dat ik een deel van de promotie voor mijn rekening nam en daarmee als het ware een 'voorvechter' van snowkayak was. Het voordeel is natuurlijk dat ik de ontwikkelingen van dichtbij heb kunnen volgen en de wegen naar de diverse betrokkenen en belanghebbenden relatief makkelijk wist te vinden.

Bij de uitvoering van het onderzoek is bewust gekozen voor hoofdzakelijk kwalitatief onderzoek. Bijvoorbeeld bij de benadering van bedrijven was het namelijk van belang dat zij al een band met snowkayak hadden. Zouden bijvoorbeeld willekeurig nog een groot aantal andere bedrijven zijn benaderd dan zouden naar mijn mening andere, uit hun verband gerukte resultaten zijn ontstaan. Het nadeel hiervan is dat de respondenten wellicht bevooroordeeld zijn doordat zij reeds betrokken zijn.

Doordat alle respondenten de vragenlijst (bijlage V) per e-mail hebben verzonden is voor de onderzoekers te achterhalen welke antwoorden van wie afkomstig zijn. De kans dat de vragenlijst serieus is ingevuld is daarmee groot. Tegelijkertijd brengt dit het risico met zich mee dat er 'sociaal wenselijke' antwoorden zijn ingevuld.

Deelnemers die de vragenlijst hebben ingevuld waren allen Nederlandstalig. Hiervoor is gekozen omdat het doel van het onderzoek is te kijken naar de mogelijkheden die snowkayak kan bieden voor Kanoshop/ Outdoor Valley, en de potentiële klanten zich hoofdzakelijk in Nederland bevinden. Bovendien geeft dit als voordeel dat zij denken en redeneren in dezelfde taal als die van de onderzoekers, wat de kans vergroot dat zij de gestelde vragen op de juiste manier interpreteren. Tegelijkertijd heeft deze keuze het nadeel dat de verkregen antwoorden mogelijk eenzijdiger zijn dan wanneer verschillende nationaliteiten benaderd zouden zijn.

Het blijft de vraag of met het afnemen van de vragenlijst ook daadwerkelijk gemeten wordt wat de bedoeling was te meten. De vragenlijst bestond bijvoorbeeld voornamelijk uit meerkeuzevragen. Het kan zijn dat hiermee al enigszins gestuurd werd in de richting van bepaalde antwoorden, ondanks de mogelijkheid tot het kiezen van de antwoordmogelijkheid 'anders, namelijk...'

Ook is de respondenten bij vraag 3 gevraagd hoe zij snowkayak zien. Daar kwam overwegend uit dat het gezien wordt als 'extreme sport' (zie hoofdstuk 8). Gezien het geschrevene in hoofdstuk 1 zijn er nog wat interpretaties

van dit woord mogelijk en kan het dus zijn dat respondenten met hetzelfde antwoord iets anders bedoelen. Door achter deze keuzemogelijkheid op de vragenlijst een definitie te geven is een poging gedaan dit te voorkomen.

De vragenlijst is afgenomen in de nazomer en het onderzoek richt zich op een wintersport. Het is mogelijk dat dit heeft geleid tot andere antwoorden. Wanneer de vragenlijsten bijvoorbeeld voor, tijdens of na een snowkayak-evenement afgenomen zouden zijn, waren de antwoorden wellicht iets anders geweest.

De bronnen die worden aangehaald zijn voor het grootste deel experts op het betreffende vakgebied. Een klein deel van de informatie is echter afkomstig van bronnen die wellicht minder diepgang hebben. Er is echter bewust gekozen wanneer dit te doen. Bijvoorbeeld de informatie afkomstig van Wikipedia (digitale encyclopedie waar iedereen informatie kan toevoegen en verwijderen) wordt uitsluitend gebruikt voor het definiëren van het begrip 'snowkayak' en wordt juist toegevoegd ter illustratie dat het begrip in deze encyclopedie is opgenomen.

De artikelen uit de media die zijn opgenomen in bijlage I en op de kaft van dit rapport worden zijn bewust niet in de literatuurlijst opgenomen. Daardoor zou de bronnenlijst onevenredig toenemen in omvang en dat zou de suggestie kunnen wekken dat er veel meer bronnen voor het onderzoek gebruikt zouden zijn. Om toch volledig te zijn wordt onder de artikelen de bron geplaatst.

Tot slot van deze discussie volgt hieronder nog een aantal stappen dat is ondernomen om de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek zo groot mogelijk te maken:

- Alle respondenten hebben dezelfde vragenlijst ingevuld, met uitzondering van de aanvullende specifieke vragen.
- De specifieke vragen voor de verschillende doelgroepen zijn apart toegevoegd zodat ze alleen diegenen bereikten van wie de antwoorden relevant zijn voor het onderzoek.
- De gegevens zijn verkregen in een tijdsbestek van twee weken. Daardoor worden de respondenten bijvoorbeeld niet beïnvloed door het verschil zomer/winter, wat voor snowkayak wellicht een ander gevoel zou kunnen opwekken.
- Alle betrokkenen hebben de vragenlijst in een privacy situatie ingevuld waardoor er naar alle waarschijnlijkheid bijvoorbeeld geen sprake is geweest van groepsdruk.
- De vragenlijst is door alle respondenten per e-mail ingevuld.
- Begrippen als 'extreme sport' en 'volwaardige funsport' worden toegelicht omdat ze voor diverse interpretaties vatbaar zijn.
- Door het toevoegen van de stellingen (vraag 7 in de vragenlijst) wordt een aantal eerder gesteld vragen herhaald. Dit om met behulp van een andere vraagformulering ongeveer hetzelfde te weten te komen. Zo is de kans groter dat er een betrouwbaar antwoord komt op de belangrijke vragen.

Conclusie

Dit hoofdstuk beantwoordt de vraagstelling van het onderzoek, zoals ook genoemd in de inleiding. Hiervoor wordt gerefereerd aan voorgaande hoofdstukken ter aanvulling of ondersteuning. Ter verduidelijking worden hier nogmaals doel- en vraagstelling genoemd.

De doelstelling van dit onderzoek luidt:

Inzicht hebben in de toekomst van de trendsport snowkayak. De onderzoeksresultaten leveren een advies op over de toekomstscenario's van snowkayak en de beste manier voor Kanoshop/ Outdoor Valley om daar op in te spelen.

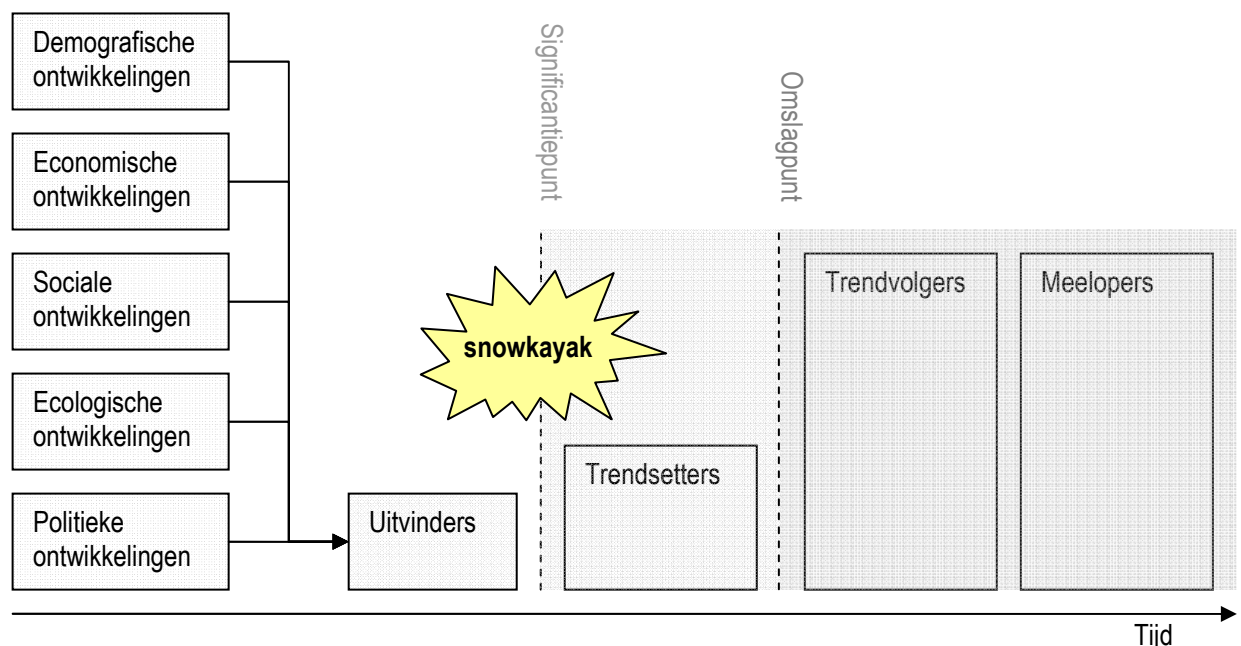
Vanuit deze doelstelling is de volgende hoofdvraag geformuleerd:

“Wat is de toekomst van de trendsport snowkayak en welke ontwikkelingen zijn te verwachten?”

Snowkayak is een trendsport waarbij men in een kajak van een sneeuwhelling glijdt, daarbij wordt de peddel gebruikt om te sturen en te remmen. De sport heeft in 2007 enige bekendheid verworven doordat de eerste officiële wedstrijden werden georganiseerd. De afvalrace waarin de wedstrijden worden gehouden wordt gezien als zeer spectaculair, zowel om te doen als om naar te kijken. Vanwege de jonge geschiedenis van snowkayak zijn er nog maar weinig regels en de kans op ongelukken is groot omdat er niet of nauwelijks onderzoek heeft plaatsgevonden naar de gevaren die de sport met zich meebrengt. Media en sponsors vinden snowkayak interessant vanwege het stoere spectaculaire imago. Snowkayak wordt het meest geschikt geacht voor kajakers die iets nieuws en uitdagends willen en voor sensatiezoekers en waaghalzen. Gezien de resultaten is snowkayak met name geschikt voor de leeftijdscategorieën van 16 tot 26 jaar en van 16 tot 40 jaar, waarbij de eerste leeftijdscategorie gezien wordt als de belangrijkste doelgroep.

Het woord 'trend' heeft een tweeledige betekenis. In de eerste betekenis gaat het om 'de richting waarin zich iets ontwikkelt', ook wel 'tendens' genoemd. In de tweede betekenis wordt de trend gezien als 'nieuwe mode', met synoniemen als hype en rage (§ 1.2). Wanneer men echter spreekt van trendsporten wordt doorgaans bedoeld op een specifiek type sport, waar de termen 'extreme sport' en 'funsport' beter de lading dekken. Extreme sporten zijn sporten die voor een kleine doelgroep geschikt zijn, de nadruk ligt op het verleggen van grenzen en de amusementswaarde voor de toeschouwer. Snowkayak wordt nu voornamelijk gezien als een extreme sport (85 % van de respondenten). Funsporten zijn volwaardige sporten die men vooral voor de lol doet. Zij hebben hun bestaansrecht reeds verworven doordat kinderziektes zijn overwonnen en de kans dat de sport 'plotseling' ophoudt te bestaan is daarom nihil. Slechts één respondent (N=80) gaf aan snowkayak als volwaardige funsport te zien.

Om in te kunnen schatten welke toekomstscenario's voor snowkayak mogelijk zijn is het van belang te weten hoe de trendsport ontstaan is en op welke plaats in de levenscyclus deze zich op dit moment bevindt. Met behulp van het zogenaamde DESTEP-model worden de ontwikkelingen die aan een trend vooraf gaan in kaart gebracht en onderverdeeld in demografische, economische, sociale, technologische, ecologische en politieke ontwikkelingen (Eisinga, 2007). Door snowkayak te projecteren op de modellen van Levitt (1965) en Maenhoudt (2007), die gebruikt worden om de levenscyclus van een product of dienst te analyseren, wordt duidelijk waar de trendsport zich bevindt. Daarbij valt op dat snowkayak zich op dit moment bevindt in het stadium van de 'innovators' (uitvinders) en 'early adapters' (trendsetters). Dit wordt weergegeven in figuur 10.1. Wil snowkayak uitgroeien tot een volwaardige funsport, dan moet de zogenoemde 'early majority' (trendvolgers) enthousiast worden gemaakt voor de trendsport. De grote groep meelopers ('late majority') zal dan op den duur vanzelf volgen.



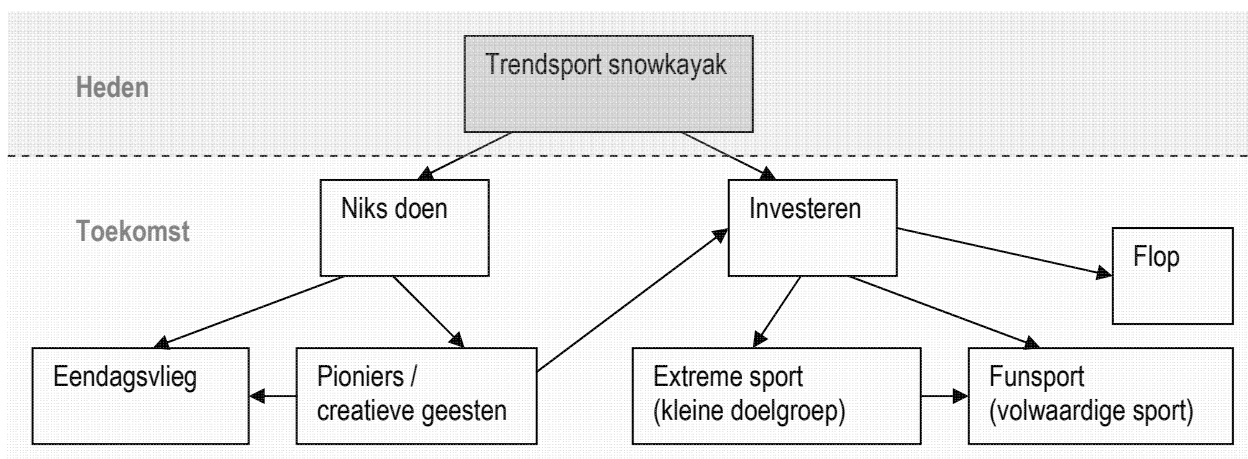
Figuur 10.1: Ontstaan en ontwikkeling van een trend en de plaats van snowkayak in deze cyclus

Er zijn talloze voorbeelden te noemen van trendsporten die zich in vergelijking tot snowkayak een stuk verder in de levenscyclus bevinden. Voorbeelden als snowboarden en kitesurfen zijn ontstaan vanuit gepassioneerde en geïnspireerde pioniers als alternatief voor de reeds bestaande sporten surfen en vliegeren. Dankzij creatieve ideeën werden oplossingen gevonden voor de problemen die zich hoofdzakelijk op het gebied van veiligheid voordeden. Pas daarna werden de sporten commercieel opgepakt. Een ander voorbeeld van een ontwikkelde trendsport is Nordic Walking, wat in tegenstelling tot de eerdere voorbeelden is ontstaan vanuit een businessidee. Door in te spelen op maatschappelijke trends als groeiende gezondheidsproblemen en tijdgebrek wisten ondernemers de meerwaarde van Nordic Walking uit te dragen bij een brede doelgroep. Door een slimme samenwerking van producenten van materiaal en de International Nordic Walking Association (INWA) werd er enerzijds geld verdiend aan materiaal en opleidingen en anderzijds geïnvesteerd in onderzoek en ontwikkeling van de sport. Opvallend is dat de onderzoeken door een niet-onafhankelijke partij – de INWA – werden

uitgevoerd en vrijwel allen het belang van goed materiaal (geproduceerd door Exel en Polar, de belangrijkste sponsors van de INWA) en gedegen opleiding (verzorgd door de INWA) benadrukten. Nordic Walking is daarmee een goed voorbeeld hoe een sport 'gecreëerd' en ontwikkeld kan worden met als doelstelling geld te verdienen.

Gekeken naar de ontwikkeling van andere trendsporten kan gezegd worden dat de ontwikkeling voor een belangrijk deel afhankelijk is van geld en dat dit bij de genoemde sporten bij de producenten van materiaal vandaan komt. Inherent daaraan is dat het materiaal zich daardoor ontwikkelt waardoor de sport weer verder komt. Verder laten de ontwikkelingen bij met name snowboarden en kitesurfen zien dat het veilig maken van de sport zeer belangrijk is om de sport tot volwaardig te maken en dat dit moet gebeuren vóór producenten of sponsoren zullen investeren.

Het is niet mogelijk een sluitend antwoord te geven op de vraag welke toekomst snowkayak tegemoet gaat. Deze is namelijk afhankelijk van verschillende factoren. Het is wel mogelijk een aantal scenario's te schetsen. Gezien de ontwikkelingen van de eerder genoemde trendsporten ligt het in de lijn der verwachtingen dat als de ontwikkeling van snowkayak zich doorzet er óf pioniers aan de slag zullen moeten om het materiaal te verbeteren en veiliger te maken, óf een ondernemer bereid moet zijn te investeren in dit soort ontwikkelingen. Vanuit de ondernemer gezien is het dus in eerste instantie een keuze tussen 'niets doen' en 'investeren'. In figuur 10.2 wordt dit weergegeven.



Figuur 10.2: De toekomstscenario's van snowkayak

Wanneer gekozen wordt voor de eerste optie (niks doen) kan het zijn dat het blijft bij een kortdurende trend (eendagsvlieg), maar het kan ook zijn dat de ontwikkeling op een 'laag pitje' verder gaat. Pioniers gaan mogelijk net als bij snowboarden en kitesurfen aan het experimenteren en er kunnen ook best nog (locale) wedstrijden worden georganiseerd. Zodra er dan oplossingen gevonden worden voor de veiligheidsproblemen kunnen ondernemers alsnog besluiten te investeren. Het kan ook zijn dat er nu al investeerders komen die de sport verder gaan ontwikkelen. Zodra hiermee begonnen wordt zijn er nog steeds twee scenario's mogelijk; 'extreme sport voor een kleine doelgroep' of 'volwaardige funsport voor een brede(re) doelgroep'. In de verre toekomst

kunnen wellicht – zoals enkele respondenten aangaven – verschillende disciplines binnen de sport ontstaan, waarmee ook een breder publiek bereikt kan worden. Op dit moment echter, zijn er nog te veel risico's en zogenaamde 'kinderziektes' waar eerst een antwoord op gevonden moet worden.

De vraag is nu echter: welk scenario ligt het meest voor de hand en welke ontwikkelingen zijn dan te verwachten of noodzakelijk? Naar de verwachting van de respondenten (62,5 %) gaat snowkayak een toekomst als 'extreme sport' tegemoet (N=80). Slechts 17,5 % voorziet dat snowkayak geheel verdwijnt. De vele uitingen in de media en het grote aantal sponsors dat het 'Nederlands team' steunde kunnen gezien worden als een gunstig voorteken voor het voortbestaan van snowkayak. Hierbij opgeteld het grote aantal deelnemers dat zich inschreef voor het WK Indoor Snowkayak – en tevens interesse toonde bij een volgende editie weer van de partij te zijn – lijkt het mogelijk dat snowkayak een toekomst als extreme sport of funsport tegemoet gaat. Om hiertoe te komen echter, zal een aantal ontwikkelingen noodzakelijk zijn. Uit zowel de meeste interviews als uit de ingevulde vragenlijsten bleek één ontwikkeling cruciaal te zijn: de noodzaak tot het vergroten van de veiligheid.

Maar liefst 99 % van de respondenten (N=80) gaf aan hieromtrent ontwikkelingen te verwachten c.q. noodzakelijk te achten. De meeste mogelijkheden om de veiligheid te vergroten liggen in het aanpassen van uitrusting en materiaal, wat gezien de ontwikkelingen van snowboarden en kitesurfen een logische keuze lijkt te zijn. De belangrijkste aanpassingen zijn volgens de 80 ondervraagden het dragen van beschermende kleding (genoemd door 29 % ofwel 23 respondenten) en het bestuurbaar maken van de kajak (24 % ofwel 19 respondenten). Verder blijkt dat om de veiligheid te vergroten ook duidelijke regels, voorlichting en eventueel het aanpassen van het terrein belangrijk zijn. Deze laatste ontwikkeling is vooral belangrijk wanneer men op een steile helling wil snowkayakken. Er zijn twee logische scenario's hoe dit zou kunnen. Enerzijds door investeringen vanuit het bedrijfsleven, die de sport 'creëren' zoals dat ook bij Nordic Walking gebeurd is. Het geld kan dan wellicht gevonden worden bij sponsors. Deze zullen met name geïnteresseerd zijn in het stoere en spectaculaire imago van snowkayak en willen dat de media aandacht aan snowkayak besteden. Een andere mogelijkheid is dat er eerst 'pioniers' en 'creatieve geesten' aan de slag gaan om oplossingen te bieden voor het veiligheidsprobleem (zoals dat bij snowboarden en kitesurfen is gegaan). Een mogelijkheid ligt wellicht in een samenwerking met de Technische Universiteit in Delft, die geïnteresseerd is om een project te starten voor het ontwerpen en fabriceren van een geschikte snowkayak. Wanneer bovenstaande ontwikkelingen hebben plaatsgevonden ligt het in de lijn der verwachtingen dat de trendsport vervolgens nog een veelheid aan ontwikkelingen te wachten staat. Te denken valt hierbij aan het aansluiten bij of oprichten van een bond, verenigingen, enzovoort.

Wanneer niets gedaan wordt aan de veiligheid brengt dit grote risico's met zich mee, natuurlijk voor de deelnemer maar dit leidt ook tot bedrijfsrisico's voor potentiële ondernemers die snowkayak willen exploiteren. Wanneer namelijk een ernstig ongeluk plaatsvindt zal in het gunstigste geval alleen de bedrijfsnaam beschadigd raken en in een ernstiger geval kan dit mogelijk zelfs leiden tot het aansprakelijk stellen van de onderneming, omdat de risico's vooraf bekend waren.

Aanbevelingen

Stap1: Maak een keuze

De eerste aanbeveling ligt wellicht voor de hand; Outdoor Valley moet een bewuste keuze maken of het al dan niet tijd en geld stopt in de ontwikkeling en exploitatie van snowkayak. Er zijn interessante mogelijkheden, maar ook de risico's dienen goed overwogen te worden. Kans van slagen hangt voor een belangrijk deel samen met 'ervoor gaan' en 'half werk' kan leiden tot zeer negatieve gevolgen. De geadviseerde keuzeopties zijn de volgende:

- a) Onderneem op dit moment geen verdere stappen. Hou desondanks de ontwikkelingen van de 'pioniers' in de gaten. Maak gebruik van de interesse die er is en organiseer een reis naar het reeds geplande WK 2008 in Oostenrijk. De wedstrijd in Lienz is minder gevaarlijk door de kleine hellingshoek. Werk ter voorbereiding de stappen 2, 5, 6 en 9 van deze aanbevelingen verder uit.
- b) Grijp deze kans en maak gebruik van de leidende positie van dit moment. Richt een werkgroep op die achtereenvolgens alle aanbevelingen uit dit rapport gaat uitwerken. Ook dient deze 'commissie snowkayak' een plan voor Outdoor Valley op te stellen met marketing-, communicatie- en ondernemingsdoelstellingen. Hiermee kan bijvoorbeeld een start worden gemaakt door een stagiair(e).

Stap 2: Doe nader onderzoek naar de veiligheid

Absolute voorwaarde voor het voortbestaan is dat de veiligheid vergroot wordt. Hiervoor is een aantal acties aan te bevelen:

- Het maken van een uitgebreide risico-inventarisatie.
- Met name de kans op rugletsel dient grondig bekeken te worden. Overleg met medische deskundigen wordt dringend aanbevolen.

Stap 3: Maak afspraken met verzekeringsmaatschappijen

Om te zorgen voor een juridische dekking is het raadzaam met verzekeringsmaatschappijen om de tafel te gaan zitten en heldere afspraken te maken over de dekking van de verzekeringen. De huidige definities binnen de voorwaarden voor risicosporten (zie bijlage VII) dekken snowkayak in principe al. Wanneer er echter grote ongelukken gebeuren kan het zijn dat ze zich toch zullen beroepen op het 'onzorgvuldig handelen' van de organisatie omdat in hun ogen de ongelukken voorkomen hadden moeten worden.

Stap 4: Stel duidelijke regels

Er dient een officieel reglement te komen voor snowkayak. Hierin wordt de sport gedefinieerd en afgebakend door middel van regels, middelen, terrein en wedstrijdvorm. Ook dienen de conclusies voortkomend uit stap 3 in dit reglement te worden opgenomen.

Stap 5: Vind media die bereid zijn snowkayak te publiceren

Het doel van deze stap is sponsoren bereid te vinden zich aan snowkayak te verbinden en publiciteit te genereren voor Kanoshop/ Outdoor Valley.

Stap 6: Vind sponsoren

Nadat de stappen 1 t/m 8 voornamelijk een investering zullen zijn in tijd en geld voor Outdoor Valley is er vanaf nu voldoende basis om sponsoren binnen te halen. Zij kunnen zorgen voor een grotere financiële impuls waarmee materiaal ontwikkeld kan worden en evenementen kunnen georganiseerd kunnen worden.

Stap 7: Onderzoek de mogelijkheden om het materiaal aan te passen

Er moet een betaalbare aanpassing komen waardoor de kajak bestuurbaar wordt en rugklachten voorkomen worden. Leg daarbij in eerste instantie de focus op bestaand materiaal uit de kajakwereld. Wellicht is het plaatsen van 'iets schokdempends' in het zitje voldoende tegen rugletsel en zijn er eenvoudige oplossingen om te kunnen sturen en remmen. Er zullen mensen met creatieve ideeën moeten komen, maar als die er komen en er wordt een betaalbaar 'opzetstuk' ontworpen dat op de bestaande kajak kan worden gemonteerd dan is op dit vlak het meeste geld te verdienen! Ga daarom op zoek naar een partner (een producent van kajak-, ski- of snowboardmateriaal) en start in samenwerking met de Technische Universiteit Delft – die reeds interesse heeft getoond – een project. de ontwikkeling van snowkayakmateriaal. Ook dienen de overige middelen (helm, zwemvest e.d.), die speciaal ontworpen zijn voor gebruik en risico's op (wild)water, bekeken te worden in hoeverre zij geschikt zijn voor snowkayak of dat bijvoorbeeld een ski- of snowboardhelm niet geschikter is.

Stap 8: Organiseer evenementen

Zodra de veiligheid voldoende is afgedekt is het interessant om evenementen te organiseren. Outdoor Valley heeft veel ervaring omtrent het organiseren van evenementen en als ook bovenstaande stappen zijn uitgewerkt zal het gezien worden als de kenner bij uitstek op het gebied van snowkayak.

Stap 9: Informeer toekomstige deelnemers goed

Deelnemers van toekomstige evenementen dienen uitgebreid geïnformeerd te worden over de gevaren en risico's die snowkayak met zich mee brengt. Dit informeren dient herhaaldelijk plaats te vinden:

- Op de website van het evenement;
- In eventuele promotie brochures;
- Na inschrijving door middel van het toesturen van een reglement waarbij expliciet gewezen wordt op het belang dit grondig door te lezen;
- Door het voorafgaand aan het evenement tekenen van een 'eigen risico verklaring';
- Eventueel aangevuld met behulp van een presentatie bij aanvang van een evenement.

Stap 10: Zorg voor eerlijke wedstrijden

Tijdens de tot nu toe georganiseerde wedstrijden bleek dat succes voor een groot deel afhankelijk was van de staat van de kajak. Een oude kajak met veel krassen gaat vele malen minder hard dan een nieuwe kajak. Deze ongelijke strijd zou opgelost kunnen worden door wedstrijden te organiseren voor 'gelijke bootjes'. Dit kan tevens zeer interessant zijn voor een producent van kajaks, die deze boten dan levert. Kanoshop is bijvoorbeeld importeur van Fluid, wellicht is Fluid geïnteresseerd deze boten te leveren en zo op een originele manier haar boten onder het publiek – dat grotendeels bestaat uit kajakkers – te promoten. Kanoshop zou deze boten dan vervolgens kunnen leveren.

Stap 11: Verzorg opleidingen en trainingen

Wanneer alle voorgaande stappen zijn doorlopen wordt het interessant om een opleidingstraject op te zetten en trainingen te verzorgen. Sneeuwhallen hebben hier reeds interesse in getoond om tijdens het laagseizoen meer bezoekers te trekken. Ook de borstelbaan in Bergschenhoek zou voor Outdoor Valley interessante mogelijkheden kunnen bieden.

Literatuurlijst

- Alsemgeest, K. (2007). Trend: Skydiven. *Salt Magazine*. 1^e jaargang. Nummer 1. (pagina 68 – 71).
- Baarda, D.B. & De Goede, M.P.M. de (2001). *Basisboek Methoden en technieken, Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek*. Groningen, Stenfert Kroese.
- Boerdonk, P. (2007). *Event*. Bergschenhoek, van het World Wide Web gehaald op 22 april 2007: www.indoorsnowkayak.com.
- Bredeveld, K. & Tiessen-Raaphorst, A. (2006). *Rapportage sport 2006*. Sociaal Cultureel Planbureau, Den Haag, van het World Wide Web gehaald op 18 april 2007: http://www.scp.nl/publicaties/boeken/903770252x/Rapportage_Sport_2006.pdf.
- Centraal Bureau voor Statistiek (z.j.). *Vrije tijd, cultuur en sport*. Voorburg, van het World Wide Web gehaald op 18 april 2007: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2004/default.htm>.
- Cm.be (z.j.). *Rugbeparende tips bij zittend beroep*. Van het World Wide Web gehaald op 18 september 2007: http://www.cm.be/nl/100/uwgezondheid/gezondleven/zorgenvooruwlichaam/rugbeparende_tips_bij_zittend_beroep.jsp.
- Consument en Veiligheid (2007). *Zonder lessen kan kitesurfen gevaarlijk zijn*. Amsterdam, van het World Wide Web gehaald op 7 september 2007: <http://www.veiligheid.nl/csi/websiteveiligheid.nsf/wwwVwContent/11actueelnieuwszonderlessenkankitesurfengevaarlijkzijn.htm>.
- Dam, N.H.M. van & Marcus, J.A. (2002). *Een praktijkgerichte benadering van Organisatie en Management*. Groningen/Houten, Wolters-Noordhoff.
- Elmakes.nl (2007). *Assortiment Poles*. Santpoort, van het World Wide Web gehaald op 3 september 2007: <http://www.elmakes.nl/>.
- Elvia Verzekeringen (2007). *Algemene Voorwaarden*. Amsterdam, van het World Wide Web gehaald op 14 september 2007: <https://www.elvia.nl/ElviaPolis/ShowPolicyTerms?prod=RV>.
- Ensor, S. (2000). *Skiing and Snowboarding*. London, United Kingdom, A & C Black Publishers.

- Gezondheidsnet.nl (z.j.). *Rugpijn*. Van het World Wide Web gehaald op 18 september 2007: <http://www.gezondheidsnet.nl/medisch/artikelen/217/rugpijn-rust-roest>.
- Gofastsports.nl (z.j.). *Extreme sports*. Van het World Wide Web gehaald op 13 mei 2007: <http://www.gofastsports.nl/index.php?p=home>.
- Goldman, G. (2001). *Snowboarding*. London, United Kingdom, New Holland Publishers.
- Hetvolk.be (2007). *Peer stelt snowboard met stuur voor*. Van het World Wide Web gehaald op 24 juli 2007: http://www.hetvolk.be/Article/Detail.aspx?ArticleID=DMF23072007_083.
- Huis voor de Sport Limburg (z.j.). *Trends en ontwikkelingen*. Sittard, van het World Wide Web gehaald op 18 april 2007: <http://www.huisvoordesportlimburg.nl/start.php?pagID=291>.
- INWA Nederland (2007). *Achtergronden van Nordic Walking*. Van het World Wide Web gehaald op 7 september 2007: http://www.nordicwalking.nl/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=14.
- Kitereparatie.nl (2007). *Veiligheid*. Laren, van het World Wide Web gehaald op 7 september 2007: <http://www.kitereparatie.nl/veiligheid/veiligheid.htm>.
- Kitehigh.nl (2007). *Geschiedenis van het kitesurfen*. Van het World Wide Web gehaald op 7 september 2007: <http://www.kitehigh.nl/kitegeschiedenis.php>.
- Klimaatnieuws.nl (2007). *Klimaatrage bij bedrijven na film Al Gore*. Gouda, van het World Wide Web gehaald op 18 april 2007: http://www.klimaatnieuws.nl/200704/klimaatfilm_gore_bedrijven_uitstoot.php.
- Levitt, T. (1965). Exploit the product life cycle. *Harvard Business Review*. Volume 43, november-december 1965, (pagina 81-94).
- Maas, M. (2007). *Dit is geen hype, want het gaat nooit meer weg*. Van het World Wide Web gehaald op 7 september 2007: <http://www.nieuwsblad.be/Article/Detail.aspx?articleID=g1q105gli>.
- Maenhoudt, F. (2006). *Trends herkennen, begrijpen, gebruiken en creëren*. Uitgeverij Fons Maenoudt.
- Maenhoudt, F. (2007). *Eye Zicht op trends*. Nummer 1. (pagina 16-17).
- Marketconcern (z.j.). *Bepaling van strategische opties met het diabolomodel*. Bunnik, van het World Wide Web gehaald op 17 april 2007: <http://www.marketconcern.nl/diabolomodel.html>.
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2007). *Sport*. Den Haag, van het World Wide Web gehaald op 13 april 2007: <http://www.minvws.nl/dossiers/sport/>.

- Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme (z.j.). *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2006/2007*. Breda, van het World Wide Web gehaald op 13 april 2007: <http://www.nritmedia.nl/141/17/Trendrapport%20toerisme%20recreatie%20en%20vrije%20tijd%2020062007.htm>.
- NOC*NSF (z.j.). *Relevante trends en ontwikkelingen*. Papendal, van het World Wide Web gehaald op 17 april 2007: http://www.sport.nl/nocnsf/strategie_beleid/sportagenda20052008/216593/.
- Oostdijk, M. (2005). On the way to Turin 2006. *Snowboard Magazine*, 01, (pagina 63-65).
- Poel, H. van der (1999). *Tijd voor vrijheid. Inleiding tot de studie van de vrijetijd*. Amsterdam, Boom.
- Raschetti, C. (2000). *Sky High. De bergen volgens Ski Horizon*. Utrecht, van het World Wide Web gehaald op 13 april 2007: <http://www.skihorizon.com/DU/magazine/sport-snowboard.asp>.
- Redbull.nl (z.j.). *Extreme sports*. Van het World Wide Web gehaald op 13 mei 2007: <http://www.redbull.nl/nl/LandingPageAll.1134482776373-1462786977/htmlLandingPageAll.action?offset=20#page=HomePage.1189520013484-1277300526>.
- Rigor and Relevance in Management (z.j.). *Product Life Cycle (Product Levenscyclus)*. Bilthoven, van het World Wide Web gehaald op 6 mei 2007: http://www.12manage.com/methods_product_life_cycle_nl.html.
- Schnabel, P. (1998). *Een sociale en culturele verkenning voor de lange termijn*. Rijswijk, Sociaal Cultureel Planbureau.
- Snowkajak.com (2007). *The race*. Lienz, van het World Wide Web gehaald op 22 april 2007: <http://www.snowkajak.com/>.
- Snowkajak.nl (2007). *Event*. Bergschenhoek, van het World Wide Web gehaald op 22 april 2007: <http://www.snowkajak.nl/index.php?id=2>.
- Sportgeschiedenis.nl (z.j.). *Slamball*. Van het World Wide Web gehaald op 27 april 2007: <http://sportgeschiedenis.web-log.nl/sportgeschiedenis/2006/04/slamball.html>.
- Stichting Nordic Walking Nederland (2007). *Wat is SNWN en wat doet SNWN*. Van het World Wide Web gehaald op 7 september 2007: <http://www.snwn.nl/>.
- Stork, (2005). *Meerjarenbeleidsplan Nederlandse Ski Vereniging*. (pagina 8).
- Van Dale Taalweb (z.j.). *Kajak*. Van het World Wide Web gehaald op 12 april 2007: <http://www.vandale.nl/opzoeken/woordenboek/?zoekwoord=kajak>.

- Van Dale Taalweb (z.j.). *Kano*. Van het World Wide Web gehaald op 12 april 2007:
<http://www.vandale.nl/opzoeken/woordenboek/?zoekwoord=kano>.
- Van Dale Taalweb (z.j.). *Trend*. Van het World Wide Web gehaald op 12 april 2007:
<http://www.vandale.nl/opzoeken/woordenboek/?zoekwoord=trend>.
- Verhage, B. (2001). *Grondslagen van de marketing*. Groningen, Stenfert Kroese.
- Vermeulen, T. (2006). De toerist in 2020. *Leisure management*. 9^e jaargang. Nummer 2 (pagina 8 en 9).
- Voedingscentrum (2007). *Overgewicht*. Van het World Wide Web gehaald op 7 september 2007:
<http://www.voedingscentrum.nl/voedingscentrum/Public/Dynamisch/gewicht+en+dieet/overgewicht/>.
- Watersportverbond.nl (2007). *Kitesurfen*. Nieuwegein, van het World Wide Web gehaald op 7 september 2007: <http://www.watersportverbond.nl/>.
- Wikipedia, de vrije encyclopedie (z.j.). *Snowkajak*. Van het World Wide Web gehaald op 13 april 2007:
<http://de.wikipedia.org/wiki/Snowkajak>.

Mondelinge informatie

- Avis, F. (2007). General manager sport Nederlandse Ski Vereniging.
- Boekel, R. (2007). Projectcoördinator Nederlandse Ski Vereniging.
- Boerdonk, P. (2007). Organisator WK Indoorsnowkayak in Landgraaf, Nederland.
- Eisinga, D. (2007). Docent Fontys Sporthogeschool. Vakgebied 'onderzoeken' en 'minor Vrijtijdsbesteding en Sport'.
- Fange, A. van der (2007). Locatiemanager SnowWorld Landgraaf.
- Fijma, M. (2007). Snowboarder Nederlands team.
- Gispen, P. (2007). Medewerker Nederlandse Kanobond (bij afwezigheid van Dhr. M. van den Bergen).
- Kokke, R. (2007). Locatiemanager SnowWorld Zoetermeer.
- Maas, M. (2007). Voorzitter opleidingscomité INWA.
- Raalte, K. (2007). Directeur Outdoor Valley.
- Rövekamp, E. (2007). Directeur Kanoshop.
- Vries, N. de (2007). Sportredacteur Sp!ts expertise 'funporten'.
- Zimmermann, T. (2007). Organisator WK Snowkayak in Lienz, Oostenrijk.

Bijlage I Snowkayak in de media

Snowkayak is in 2007 regelmatig in de media verschenen. Deze bijlage toont enkele artikelen in magazines en kranten en op internet. Daarnaast zijn er verschillende reportages op radio en televisie uitgezonden. Op de radio waren interviews te horen op onder andere Radio Hoekse Waard, Q-Music, Caz Radio en BNN Radio. Televisiezoekers die reportages uitzonden waren onder andere Randstad TV West, BNN101, RTL4 en TV Limburg. Ook in het buitenland kreeg snowkayak aandacht zoals op het Duitse WDR en de Tsjechische televisie. De artikelen die hieronder worden weergegeven worden niet apart in de bronnenlijst vernoemd.

28 SPITS

XTREME SPORTS

DONDERDAG 1 FEBRUARI 2007

'Een achterlijk idee, maar wel gaaf'

Een opwelling werd een grap en uiteindelijk vertrekt er vanavond een zwaar gesponsorde en serieuze Nederlandse delegatie. Elf (semi-)professionele kanoërs storten zich zaterdag in het Oostenrijkse Lienz in een kajak van een steile sneeuwheiling om een gooi te doen naar de wereldtitel snowkayakken. „Een achterlijk idee“, beseffen ze stuk voor stuk. „Maar wel gaaf!“

door Nol de Vries

BERGSCHENHOEK — Een link tussen de Oostenrijkse bergen en kajakken zouden de wild stromende rivieren en de riante meren, waarop je met de kajak uitstekend uit de voeten kunt, kunnen zijn. Besneeuwde bergheilingen passen daar niet zo in thuis. Toch vormen de witte Oostenrijkse alpenweiden zaterdag het decor voor hese kajakwedstrijden, namelijk de WK snowkayakken. Dat betekent niets meer of minder dan in een kajak zo snel mogelijk van een berg af glijden.

Snowkayakken is spectaculair en vereist enige lef, maar volgens de beoefenaars is het wel 'supergaaf'.

FOTO: JASPER POLAKAL

Profkanoërs naar Oostenrijk voor wereldkampioenschap snowkayak



De groep doorgewinterde kajakkers die vanavond naar het Oostenrijkse Lienz vertrekt, om daar deel te nemen aan de wereldkampioenschappen snowkayak. Een doel hebben ze al: het snelheidsrecord breken.

FOTO: MICHEL UTRECHT

net zolang tot er een wereldkampioen overblijft. Boven mogen maximaal drie meter lang zijn. Verder blijken de zogeheten wildwater- of freestyle kayaks het best geschikt voor deze tak van sport. De onderkant mag worden gewaxed, terwijl je ook nog vinnen zou kunnen gebruiken om de kajak in de afdaling wat stabielier te maken. „Maar,“ waarschuwt Pablo, „dan wordt de boot ook een stuk langzamer.“

„Je kunt het vergelijken met boarderX en de halfpipe bij snowboarden en met bobsleeën“, vergelijkt Pedro. „Eigenlijk is het alles

in een. En aangezien alles mag onderweg en je de meest vreemde capriolen moet uithalen om overeind te blijven, is ervaring dus noodzakelijk.“ Alles mag? „Ja“, lacht El Rino. „Bijna alles. Slaan met de peddel bijvoorbeeld niet, maar verder mag je naar hartenlust duwen en trekken. Een helm en zwemvest zijn verplicht, een zwemvest dan puur bedoeld als stootkussen, want je kunt behoorlijke klappers maken.“

Ondanks deze gevaren en wilde verhalen over snelle afdalingen waren El Rino, Pedro en Pablo direct enthousiast. Het viertje ging snel rond en binnen afzienbare tijd stond er een ploeg van elf man

klaar om af te reizen naar Lienz. Jeroen van Wijk, Oscar Lous, Niels Stuurman, Fijke Dijns, Paul Meyer, Valentijn van der Valk, Wout van Hoof en Roy Hopmans toonden zich direct bereid mee te doen. Allemaal ervaren kanoërs, die op een of andere manier beroepsmatig met de kanoport zijn verbonden.

Snelheidsrecord

Inderhaast werden trainingen in Snowworld Zoetermeer en op de borstelbaan in Bergschenhoek gepland en besloot het gezelschap zelfs op trainingsstage te gaan. Afgelopen weekende werd bijvoorbeeld volop getraind in het Franse Tignes. „Wij zijn er klaar voor“, lacht Pablo. „Het is te krankzinnig voor woorden dat we het doen, maar wel supergaaf. Een achterlijke actie van een paar idioten, die helemaal gek zijn van kajakken.“

„Het snelheidsrecord staat op 65 kilometer per uur, ooit getoet door Shaun Baker. Dat gaan wij breken“, klinkt het vervolgens strijdustig eensluidend, waarmee tevens de sfeer in de ploeg wordt verwoord. „Want iedereen heeft er ontzettend veel zin. Het is een stel-tje 'gekken', dat er compleet voor gaat namelijk. Dat bleek wel tijdens de trainingen in Snowworld en in Tignes.“

„Dat stel-tje 'gekken' vertrekt vanavond richting Oostenrijk, waar dit keer geen wildstromende rivieren, rustieke slootjes, mooie watervallen of vlakke meren worden opgezocht. De kajakken gaan het water uit, de sneeuw in. „Maar“, gebruikt Valentijn van der Vlak een uitspraak die ooit is gebozigd door Jack O'Neill: „Sneeuw is eigenlijk niets meer dan bevroren water. Toch?“

Zie voor meer informatie
www.snowkayak.nl

Wild idee

Het was aanvankelijk slechts een wild idee. Rein 'El Rino' Hagen, naar Peter 'Pedro' Hollebrand en Paul 'Pablo' van Boerdonk – bijnamen zijn onlosmakelijk verbonden aan de kanoport – vroegen het zich hardop af: hoe zou het zijn om met een kajak van een sneeuwheiling af te gaan. En of toeval bestaat of niet, in het daaropvolgende nummer van het Xtreme Sports-magazine Salt ontdekten ze een klein artikel over snowkayakken.

De sport blijkt al zo'n vijf jaar internationaal te worden beoefend. Er zijn regelmatig wedstrijden. In landen als Tsjechië, Duitsland en Oostenrijk wordt het snowkayakken steeds populairder en worden niet alleen afdalingen gemaakt. Zogeheten 'time trials' beginnen ook steeds meer vorm te krijgen als aparte discipline in het snowkayakken. En wat bleek verder: het Oostenrijkse Lienz is dit jaar gastheer van de wereldkampioenschappen snowkayakken, nota bene de eerste editie uit een mondiale ontmoeting.

Aanmelden dus, want een Nederlands team mocht daar volgens het voornoemd trio niet ontbreken

en daar bleken meer fanaten uit het kleine kanowereldje wel voor te porren. Binnen 'no time' stond er een ploeg van elf man op papier. „Allemaal ervaren en (semi-)professionele kanoërs“, weet Pablo te vertellen. „Maar dat moet ook wel“, vult El Rino hem aan. „Iedereen kan zich als een blinde van zo'n berg storten, maar het is wel handig als je, terwijl je omlaag dendert, de boot nog enigszins kunt besturen.“

Want snowkayakken is eigenlijk niets meer (overigens ook niets minder) dan het zo snel mogelijk afdalen. Ongeacht de hobbels, kombachten en kleine schansjes die je onderweg tegenkomt en die voor spectaculaire sprongen kunnen zorgen. Je wint, als je als eerste de kajak onder aan de heiling hebt liggen. Met een beetje mazzel zit je er zelf dan ook nog in.

Alles mag

De piste is zo'n 700 meter lang. De start is, evenals bij snowboarden, van belang om een eerste tik uit te delen aan de concurrenten. Bij de WK wordt 'gevaan' in heats met vier deelnemers. De snelste twee gaan door naar de volgende ronde.

Overgewicht slecht voor carrière

Fijn getafeld de afgelopen dagen? Tijd voor de sportschool. Want overgewicht is slecht voor de carrière.

Door Margreet van Renswoude
Zelfs als je al een beetje overgewicht hebt, is het belangrijk om dat te verminderen. Overgewicht kan namelijk schadelijk zijn voor je gezondheid en kan ook invloed hebben op je prestaties in de sport. Het is daarom belangrijk om je gewicht te controleren en bij nodig te verminderen. Dit kan door middel van een combinatie van sport en een gezond dieet.

Overgewicht kan namelijk schadelijk zijn voor je gezondheid en kan ook invloed hebben op je prestaties in de sport. Het is daarom belangrijk om je gewicht te controleren en bij nodig te verminderen. Dit kan door middel van een combinatie van sport en een gezond dieet.

Overgewicht kan namelijk schadelijk zijn voor je gezondheid en kan ook invloed hebben op je prestaties in de sport. Het is daarom belangrijk om je gewicht te controleren en bij nodig te verminderen. Dit kan door middel van een combinatie van sport en een gezond dieet.

Overgewicht kan namelijk schadelijk zijn voor je gezondheid en kan ook invloed hebben op je prestaties in de sport. Het is daarom belangrijk om je gewicht te controleren en bij nodig te verminderen. Dit kan door middel van een combinatie van sport en een gezond dieet.



(Sp/1s, 1 februari 2007)

Nederlandse snowkayakers overtuigend op WK



Niels Stuurman daalt in een moordend tempo vol overtuiging de helling af tijdens het WK snowkay-akken zaterdag in het Oostenrijkse Lienz. Stuurman was met een vijfde plaats de beste Nederlander tussen de 130 deelnemers aan het eerste wereldkampioenschap van deze Xtreme Sports-discipline. Paul van Boerdonk zat hem met een negende plek op de hielen. „Een gruwelijk gaaf evenement“, reageerde Van Boerdonk, nadat de inderhaast opgetrommelde Nederlandse selectie van elf man gisteren in Nederland was teruggekeerd. „Perfect georganiseerd en een prachtig parcours.“ Door een klein stuurfoutje miste Van Boerdonk op een haar na de finale. „Ik had een supersnelle boot en was iets te fanatiek, waardoor ik uit de baan vloog.“ Roy Hopmans (10e), Rein Hagenaar (11e) en Valentijn van der Valk (17e) eindigden in de top 20. De rest werd in een eerder stadium uitgeschakeld.

FOTO: JASPERPOLAK.NL

(Splts, 5 februari 2007)

5.4.2007

Adrenalin

Český vicemistr světa!

Mistrovství světa v halovém snowkayakcrossu v Holandsku

Není to tak dávno, co jsme vás informovali o kajakářských závodech v Dolomitech. Tuto sobotu, 31. března, se uskutečnila podobná akce, ale tentokrát v halové sjezdovce v holandském Langraafu. ČR reprezentovali celkem 4 muži a jedna žena. Na bednu se propádl Tomáš Máhring a umístil se na druhém místě, těsně za prvním Holanďanem.

Opět se jelo stylem krossu – v každé jízdě startovali 4 závodníci a první dva postupovali dál až do té doby, kdy zbyli 4 nejlepší. Ti pak poměřili síly ve finálové jízdě. Problém halové sjezdovky byl chybějící protisvah, o který by kajakáři brzdili, a tak se dojíždělo do jezírka ledové vody (v hale je stála teplota minus 6 stupňů Celsia). Trať dlouhá 520 metrů byla plná skoků a zálných zatáček.



Bjéta ještě stihá efektní pózy pro fotografy.

FOTO: TOMÁŠ MÁHRING

České výprave se z prvních jízd dařilo celkem úspěšně postupovat. Všichni se dostali do první šestnáctky, ale z té pokračoval s dalšími 7 nejlepšími už jen zmíněný Tomáš. Postup do finálové jízdy mu původně nevyšel, ale díky stíznosti přihlížejícího kamaráda organizátorům, že první jel

dvakrát mimo trať (což bylo v pravidlech výslovně zakázáno), měl dveře k medaili otevřené. Ve finálové jízdě bojoval s domácím Paulem Jensenem, který si nakonec odvezl zlato. Třetí, ale se značným odstupem, dojel Němec Alexander Vogels. „Čím dál jsme postupovali, tím lepší tam byla atmosféra. Na

trati se jelo na krev, ale v cílovém jezírku byli všichni zase kamarádi. Záleželo na namažání voskem a na stáří a poškrábání dna kajaku. Zde mi hodně pomohl úplně nový půjčený spunt, za což moc děkuju,“ říká Tomáš. Více informací a fotografií najdete na www.h2omaniaks.com. H2Omaniaks

(Ook in de Tsjechische kranten verscheen snowkayak)

DONDERDAG 29 MAART 2007

SPORT

SPITS 29

In een kajak door de sneeuw

Met de komst en de groei van het aantal indoorskibanen in Nederland, werd ook het skiën en snowboarden ten dele dichterbij huis gehaald. Even 'een uurtje skiën of snowboarden' is zelfs in Nederland, ondanks het gebrek aan bergen en de hoognodige sneeuw, dan ook geen reden meer om iemand voor gek te verklaren. Wat komende zaterdag in Snowworld Landgraaf wordt georganiseerd, zal echter meniggen de wenkbrauwen doen fronsen: het WK indoor snowkajak.

door Nol de Vries

LANDGRAAF — Een uit de hand gelopen geintje. Op zich zou je het WK indoor snowkajakken, dat komend weekeinde in Snowworld Landgraaf wordt gehouden, zo wel enigszins kunnen noemen. 'Een achterlijk idee' van een aantal kanovrienden leidde twee maanden geleden tot deelname aan het WK outdoor. In de voorbereiding daarop kwam Snowworld met het idee om het evenement ook naar Nederland te halen. De indoorbaan in Landgraaf was daarbij de beste optie, want noemenswaardige bergen zijn er hier nu eenmaal niet. Zaterdag is het resultaat te zien.

Internationaal is het evenement in ieder geval wel al aangeslagen. Maar liefst 170 deelnemers van negen verschillende nationaliteiten hebben zich inmiddels aangemeld. Nederland levert als gastland de grootste groep kajakkers die zich straks van de helling in Landgraaf storten. Maar er zijn ook Belgen, Duitsers, Oostenrijkers, Tsjechen en een Zwitser van de partij. De organisatie mag zich verheugen in de deelname van een Griek, een Canadees en een verwaalde Zuid-Afrikaan. Kortom, een noemenswaardig internationaal deelnemersveld.

En dat begon enkele maanden geleden met een opwelling van een aantal fanatieke Nederlandse kanoërs, die zich afvroegen of zo'n boot ook geschikt zou zijn om van een sneeuwheveling af te glijden. Terwijl ze het er onderling over hadden en het af en toe eens ter sprake kwam, ontdekte een van hen in een Xtreme Sports magazine een aankondiging van het



Zaterdag heeft Landgraaf de primeur met het eerste WK indoor snowkajak. Het evenement is internationaal aangeslagen, want er zijn deelnemers uit België, Duitsland, Oostenrijk, Tsjechië, Zwitserland en zelfs uit Canada en Zuid-Afrika.

FOTO'S: JASPER POLAK

Snowworld Landgraaf en Kanoshop Outdoorvalley hebben primeur met eerste WK indoor snowkajak

WK snowkajak in het Oostenrijkse Lienz. Voor het groepje Nederlandse kanoërs, een tiental fanatieken die voor een deel ook beroepshalve aan de sport verbonden is, dé kans om af te reizen.

„Eigenlijk komt het idee om een WK indoor te organiseren van Snowworld”, geeft Paul ‘Pablo’ Boerdonk grif toe. „Toen we eenmaal hadden besloten om aan het WK outdoor deel te nemen, moesten we natuurlijk een trainingsfaciliteit hebben met sneeuw en toen kwamen we bij Snowworld Zoetermeer terecht. Daar waren ze eigenlijk direct enthousiast. Er kwamen best veel media

af op onze trainingen. Tijdens de voorbereidingen op het WK in Oostenrijk kwam daarna een eventueel indoorvenement al een paar keer ter sprake. Twee man van Snowworld zijn ook mee geweest naar Lienz. In Oostenrijk is de knoop doorgehakt en zijn ook al de eerste flyers, die inmiddels waren gemaakt, uitgedeeld. Vanaf dat moment loopt het storm.”

Terug uit het Oostenrijkse Lienz werden direct meerdere af-

spraken gemaakt om het evenement vorm te geven. De organisatie ligt in handen van Snowworld Landgraaf. Kanoshop Outdoorvalley uit Bergschenhoek is erbij betrokken voor de expertise, tips en de wedstrijdleiding.

Samen hebben ze een aardig parcours uitgezet. Anders dan in de bergen is meer gewerkt aan een baan, die in de buitenbochten wat lager ligt. Daar zijn rechte muurtjes aangebracht. De zoge-

noemde kombachten, zoals bekend van het bobsleeën, zijn uit het traject gehaald. „Dat zijn ook typisch van die bochten, waarbij je uit de baan vliegt”, legt Van Boerdonk uit. „In de bergen is dat niet zo erg, want dan beland je simpelweg in de bomen. In een indoorhal als Snowworld is dat echter minder prettig voor de deelnemers, omstanders en baanmedewerkers. Het moet wel veilig blijven natuurlijk.”

Verder zijn er weinig verschillen met de outdoorversie van het evenement. Er verschijnen elke keer vier of vijf kajakken – om goed uit te komen met het aantal heats – aan de start van de run. De twee snelsten gaan door naar de volgende ronde. Zo gaat het door, tot er uiteindelijk één winnaar overblijft. Er wordt verder een indeling gemaakt op basis van junioren (14 tot en met 17 jaar en gemengd), senioren mannen en senioren vrouwen. Behalve een wereldtitel ligt er voor een van de drie winnaars ook een Fluid Solokano klaar. Een van de besten in zijn soort volgens Van Boerdonk: „De beste bij het wildwaterkanoën en de snelste op de sneeuw, zo bleek bij het WK in Oostenrijk,” waar ze live de loting kunnen aanschouwen. De avond wordt muzikaal omlijst door de band De Clarks en zal besloten worden met een traditionele afterparty. Zaterdagmorgen tussen acht en half elf kunnen de deelnemers het parcours verkennen, waarna om elf uur het startsein wordt gegeven voor het eerste officiële WK indoor snowkajak. Omstreeks vijf uur in de middag moeten de wereldkampioenen van de drie verschillende categorieën bekend zijn.

SALTO'S EN 'KURKSCHROEVEN' MET DE KANO

van onze sportredactie

BERGSCHENHOEK — Kanoshop Outdoorvalley beperkt zich komend weekeinde niet alleen tot het mede-organiseren van het WK indoor snowkajak, maar heeft voor zondag ook nog een aantal extreme evenementen op het programma staan op het terrein in Bergschenhoek. Salto's met de kano, zogeheten 'kurkschroeven' en bepaalde freestyle-acties zullen dan aan de lopende band de revue passeren.



In Bergschenhoek worden komende zondag stunts uitgehaald met de kano. Salto's, zogeheten 'kurkschroeven' en bepaalde freestyle-acties zullen dan aan de lopende band de revue passeren.

De drie belangrijkste evenementen zondag op het terrein van Outdoorvalley staan vooral in het teken van de kajak en welke extreme capriolen je allemaal met de boot kunt uithalen. Voor de freestylers, die het liefst zelf doen, en de liefhebbers, die willen genieten van de meest spectaculaire sprongen, hét evenement om af te reizen naar Bergschenhoek.

Daar staan de meest doorgewinterde kajakkers klaar om in het kader van de zogeheten Teva Playboat Cup – een boaterX-Met vier tegelijk gaan de deelnemers een bepaald parcours af en worden op verschillende punten allerlei 'freestylerevues' gemaakt. Loopings, de handstand, 'cartwheels' en salto's. Doorgaans geen acties, die je als beginnend kanoër moet proberen en die velen een compleet nieuwe kijp op het kajakken zullen geven.

Daarnaast staat er een tweetal schanswedstrijden gepland. Outdoorvalley heeft de borstelschans tevoorschijn gehaald en deze enigszins verhoogd, waardoor er een schans van zeven meter hoogte en een hellingshoek van tachtig graden is ontstaan. De deelnemers zullen tijdens de sprong laten zien in hoeverre ze de kajak dan nog onder controle hebben.

De andere schanswedstrijd wordt op het water uitgevoerd. De kajakkers worden hier met

een lier met een snelheid van 40 kilometer per uur over het water getrokken en komen ergens op het parcours een schans tegen. Ook hier zullen er, als de schans eenmaal verlaten is en de kajak door de lucht vliegt, allerlei freestylerevues worden gemaakt. Favoriet daarbij zijn de zogenoemde kurkschroef en allerlei salto's. Hierbij heeft de winnaar duidelijk de meeste controle over de boot.

Het complete evenement wordt gelardeerd met tal van zogeheten 'side-events', die en kan iedereen kennismaken met de mogelijkheden bij Outdoorvalley en wordt er een speciaal voor deze takken van sport opgebouwde markt georganiseerd.

De echte fanatiekelingen kunnen zich deze dag aanmelden voor een promowedstrijd adventure-racing, waarbij een bepaald traject op verschillende manieren moet worden afgelegd. De drie uur durende wedstrijd bestaat uit 6 kilometer kajakken, 7 kilometer hardlopen en 15 kilometer mountainbiken. Bij de zes uur durende race gaat het om afstanden van respectievelijk 12, 15 en 30 kilometer en komt er nog 20 kilometer step-pen bij.

Meer informatie over deze evenementen is te vinden op www.tevaplaysportcup.nl en www.outdoorvalley.nl.

Inschrijven voor het WK indoor snowkajak kan nog tot zes uur vanmiddag. Voor meer informatie kun je surfen naar www.indoorsnowkajak.com. De organisatie heeft plaats voor maximaal 200 deelnemers.

(Sp!ts, 29 maart 2007)

WK indoor snowkayak: geintje of topsport?

JE WEETED

Snowkayak

- Snowkayak is nog een jonge sport. Echte regels ontbreken nagenoeg. Bijna alles is tijdens deze afvalrace toegestaan, alleen elkaar slaan met de peddels is verboden.
- Door hoge wanden aan weerskanten blijven de kajakers in de baan. Een paar bochten zorgen er voor dat de snelheid niet te hoog ligt.
- De wedstrijd is opgezet volgens het knock-out-systeem. Per heat verschijnen vier waaghalzen in de baan. De twee snelsten gaan door naar de volgende ronde.
- Uiteindelijk strijden vier deelnemers tegen elkaar in de finale.

Was het een uit de hand gelopen eenaprilgrap? Of beleefden we de première van een toekomstige olympische sport? SnowWorld in Landgraaf had afgelopen weekend hoe dan ook een spectaculaire wereldprimeur: het WK indoor snowkayak.

TEKST: PAUL VERSTAPPEN / PAUL@TED.NL
BEELD: BOUDEWIJN BOLLMANN

De kersverse wereldkampioene Yvonne van der Valk (29) uit Breda kan het allemaal niet geloven. Een halfuurtje na de winnende race gloeit ze nog na van haar prestatie. "Ik bruis helemaal door de adrenaline en sta nog steeds te stuiteren." In het begin van de finale leken haar kansen echter meteen verkeken. "Mijn start was slecht, maar in de eerste bocht kon ik gelukkig vijf meter afstand

goedmaken." Het tekent het onvoorspelbare karakter van deze jonge sport. Een wereldkampioen heeft altijd gelijk. Wat is haar geheim? Yvonne: "Ik had een snelle kajak, want de onderkant was lekker glad. En ik was een beetje *sneaky* in de bochten, maar dat hoort er bij!" Tijdens het outdoor wereldkampioenschap in het Oostenrijkse Lienz maakte Yvonne nog gewoon deel uit

van het Oranjelegioen. "Ik vond het zo gaaf, ik moest er vandaag gewoon bij zijn." Dat de dag zo mooi zou eindigen had ze 's ochtends niet durven dromen. "Vanochtend werd ik wakker en ik dacht, ik weet het niet hoor. Maar de vorm van de dag was toch goed genoeg om te winnen." Even verderop staat organisator Valentijn van der Valk. Is hij tevreden? "Het was een spectaculaire wedstrijd zonder ongelukken. En mijn vrouw is wereldkampioen. Wat kun je je nog meer wensen?" Valentijn maakte zich vooral zorgen over de veiligheid. Om de toeschouwers bij de finish te plezieren is na de verlossende eindstreep een spectaculaire waterbak aangelegd. "Bij die grote snelheden zouden de deelnemers anders door de ruiten vliegen", legt Valentijn uit.



Roy Hopmans (met startnummer 55) aan de start van een van de heats.

“Nu kregen de toeschouwers hier toch spektakel te zien. We hebben het trouwens gisteren op het laatste moment bedacht. Het water heeft een temperatuur van min 2,6 graden Celsius. We hebben er vijftig kilo strooizout ingegooit, anders zou het dichtvriezen.”

EEN GRAP

Vooraf bij de heren stond een internationaal deelnemersveld aan de start. Martin Betik (28) uit Tsjechië is met vier vrienden naar Landgraaf gekomen. “Toen ik gisteren de steile piste zag, moest ik wel even slikken”, vertelt hij. “Gelukkig zijn er voldoende bochten, die de snelheid er een beetje uit halen.” Hoe bekijkt hij de wedstrijd? “It’s a joke! Maar we hebben een fantastische tijd gehad. Ben ik trouwens door naar de volgende ronde?” De Duitser Benjamin Bode (19) uit Munster inspecteert even

verderop de beslissende Niels Stuurman-bocht. Heeft hij er vertrouwen in? Benjamin: “Ik heb weinig geslapen, want we hebben tot diep in de nacht een feestje gevierd. Ik hoop dat alles goed afloopt. We hebben nog niet zo veel getraind.” De Duitser is populair vandaag. Een presentatrice van de Duitse televisiezender WDR staat op hem te wachten voor een volgend interview.

Ook veel Nederlanders wagen het er op. Roy Hopmans uit Delft was tiende op het wereldkampioenschap in Lienz. Roy: “Snowkayak is een enorme hype. Het is nog allemaal vrijheid blijheid. We zijn allemaal enthousiaste pioniers. Toch is het best een zware sport. Bij het peddelen heb je behoorlijk wat power nodig.” Hij wil zijn toptiennotering vandaag graag bevestigen. Sterker nog, in de toekomst wil hij nog beter voor de dag komen. “Ik studeer aan de Techni-

sche Universiteit in Delft. Ik wil graag een speciale, supersnelle kajak ontwerpen.” Roy slaagt vandaag in zijn missie. Hij haalt de herenfinale en eindigt op de vierde plaats. De Nederlander Paul Janssen gaat er echter met de felbegeerde titel vandoor. Voor de ‘oudere jongere’ Edwin Blom zijn deze ereplaatsen nog

te hoog gegrepen. Hij heeft net de eerste ronde overleefd. Edwin: “Het is een explosieve sprint van twee minuten. In de bochten gaat het er heftig aan toe. Ik voelde zelfs een kajak in mijn oksel. In de baan gunnen we elkaar niets, erbuiten juist alles. Dat sfeertje maakt deze sport juist zo speciaal.”



De Duitse Eva Meyer in de waterbak, ze eindigde als derde.

(Ted Magazine, # 74 april 2007)



Sneeuwjakken

Glij ‘m erin!

Geen sport zo gek of hij komt in FHM!

Extreme klunen, 500 meter doodgaan of een hangzakswaffeltournament – zolang ‘sport’ met een ‘s’ begint, spitsen wij de oren. De ‘s’ is ook de eerste letter van sneeuwjakken, zoals je zult begrijpen: het jakken over sneeuw. Tja, je moet wat als je evenwichtsorgaan je in de steek laat en je niet meer op latten of board kunt blijven staan. Toch is het een serieuze sport. Kijk voor de grap maar eens op www.snowkayak.nl. Nee, écht!

(FHM Magazine, april 2007)

Team Snowkayak naar het WK in Oostenrijk!



31 januari 2007

Na de laatste training in SnowWorld zijn de gliders er klaar voor, het WK Snowkayak in Lienz, Oostenrijk. De 10 gliders gaan morgen, 1 februari, op weg naar Oostenrijk om deel te nemen aan het WK Snowkayak. Team Kanoshop.nl doet mee voor de kick en om de controle even kwijt te raken, maar bovenal ook om te winnen.

Wat begon als een grap werd langzamerhand een serieuze bezigheid. Paul van Boerdonk las in Salt Magazine een stukje over een nieuwe funsport en werd gelijk enthousiast. Voor een WK moet natuurlijk wel getraind worden, dus SnowWorld werd benaderd en 24 januari vond de eerste training plaats. SnowWorld vond dit zo'n ludiek idee dat ze de pers benaderde. TV West legde de eerste training vast, vanaf toen is het balletje echt gaan rollen.

Een trainingsweekend in Frankrijk volgde, zodat de mannen ook getraind hebben in de echte sneeuw. Vandaag heeft de laatste training in SnowWorld plaatsgevonden, welke door de camera's van RTL 4 is vastgelegd. Uit deze training bleek dat de gliders in vorm zijn en klaar zijn voor het WK in Oostenrijk!

Zoals een echte sportploeg betaamd werd er gezocht naar sponsors. SnowWorld stelt de trainingslocatie beschikbaar, Van der Valk Vakanties zorgt voor het vervoer van onze helden, Kanoshop, Outdoor Valley en Kanosport Zwalker zijn verantwoordelijk voor de organisatie, Teva, Nike ACG, Nike Vision, Artistic en Booster zorgen ervoor dat de gliders goed en veilig de wereldtitel gaan veroveren

(www.ski.nl, 2007)

Geslaagde training WK Snowkayaking in SnowWorld!

Voor de eerste keer in het nog jonge bestaan van deze tak van sport, wordt er een Wereldkampioenschap Snowkayaking georganiseerd. Snowkayaking is een van de spectaculairste vormen van wintersport. In een kayak strijden deelnemers over een besneeuwde afdeling om de eerste plaats. Alles is toegestaan behalve slaan met de peddels.

Op woensdag 24 januari jl. trainde het Nederlandse Snowkayak Team op de derde piste van SnowWorld in Zoetermeer. Er werd op bochtentechniek, remtechnieken en snelheid getraind. Na afloop ging het team nog even het funpark in om over de slides en schansen heen te gaan. Dit leverde spectaculaire beelden op, die te zien zijn op snowworld.com onder nieuwsberichten.

Na de geslaagde indoortraining zal het team naar Frankrijk vertrekken om de trainingstage af te ronden. Het Wereldkampioenschap Snowkayak vindt plaats op 2 en 3 februari 2007 te Lienz in Oostenrijk.

Meer informatie is ook te vinden op snowkayak.nl.

(www.getsalt.com, 2007)



WK Snowkayak, wat?

6 februari 2007

Het Nederlandse team "Kanoshop" nam voor het eerst deel aan de Wereldkampioenschappen Snowkayak en haalde direct de halve finales. Maar wat houdt Snowkayaken eigenlijk in? De Nederlandse Ski Vereniging nam contact op met Valentijn van der Valk en vroeg hem het hemd van het lijf!

Kan je in het kort iets over jezelf vertellen?

Naam: Valentijn van der Valk

Leeftijd: 27 jaar

Werkzaam voor Kanoshop.nl in Bergschenhoek. Toen Paul van Boerdonk met het toen nog gekke plan kwam om deel te nemen aan de Wereld Kampioenschappen Snowkayak vond ik dat als kanoliefhebber een geweldig plan. Samen geloofden we in de grootse aanpak die we uiteindelijk hebben verwezenlijkt en zijn we die gaan uitwerken. Snel werd de website www.snowkayak.nl ontworpen, media en sponsors werden benaderd en trainingen in SnowWorld georganiseerd.

Er doken in de media ineens berichten op over Snowkayaken, waarom horen wij er nu pas wat van?

Drie weken geleden zouden we nog met alleen het Nederlands team Kanoshop in oude auto's naar Oostenrijk afreizen. Doordat twee weken voor het WK in Lienz een training in SnowWorld Zoetermeer door RTV West gefilmd werd (d.d. 24 jan jl.), is het balletje gaan rollen. Door deze uitzending hebben andere media de hype opgepakt en zijn we in diverse kranten en op televisie en radio geweest. Hoofdsponsor Van der Valk Vakanties verzorgde het vervoer per luxe touringcar, waardoor het Oranje legioen, een filmploeg en een fotograaf ook mee konden.

Wat is Snowkayaken precies?

Snowkayakken is een sport die ontstaan is vanuit de kanosport. Met de kajak wordt van een berghelling naar beneden gegleden. Het is zeer spectaculair en toch toegankelijk voor velen. Bij de wedstrijd op het WK wordt een 'boatercross-systeem' gehanteerd (geïnspireerd op de boardercross bij het snowboarden). Met zijn zessen (eerste twee ronden) en later met zijn vieren (vanaf kwartfinale) dender je van de berg en de eerste twee gaan door naar de volgende ronde. Alles is nog toegestaan. Slechts de regels "niet met de peddel slaan" en "wees sportief" gelden.

In hoeverre verschilt een Snowkayak van een kajak die ter water gaat?

Nog niets, de kajak die gebruikt wordt is dezelfde als die op zee/wildwater. Snowkayakken is een sport die nog in de kinderschoenen staat, ontwikkelingen van het materiaal zijn daarom zeker te verwachten. De belangrijkste ontwikkeling waaraan gewerkt gaat worden is de mogelijkheid om te remmen.

Dit klinkt allemaal heel spannend en gevaarlijk, maar met de juiste bescherming (in ons geval van Booster) is iedereen ongedeerd gebleven.

Wat voor hardware heb je allemaal nodig?

(wildwater)kajak

Peddel

Helm (verplicht)

Zwemvest als stootkussen (verplicht)

Rugbescherming

Bescherming voor je stuitje, crash pant (advies!)

Handschoenen (verplicht)

Goggle (tegen opspattende sneeuw)

Warme kleding

Waarom waren de Oostenrijkers onverslaanbaar?

Allereerst hadden zij het parcours ontworpen en aangelegd. Ook vliegen zij al enkele jaren met hun boten van de berg. Ook de andere 7 nationaliteiten konden niet winnen van het geoliede Oostenrijkse team.

In Landgraaf (WK Indoor Snowkayak, d.d. 31 maart '07) ligt het thuisvoordeel bij ons.

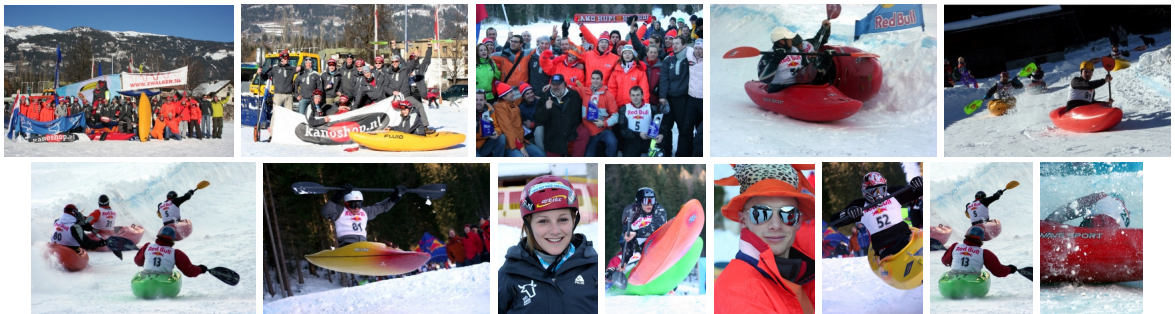
Je bent zelf 17e geworden, volgende keer beter?

17de van de 130 kan ik mee leven, het was voor mij ook de eerste keer dat ik mee deed. Toch voelde ik dat er meer in zat. Mijn boot was heel snel en goed gewaxt, maar inhalen op het parcours is moeilijk. Ik beukte herhaaldelijk op mijn voorganger en kwam er maar niet voorbij. En zoals ik al zei: over amper twee maanden heb ik het thuisvoordeel... De voorbereidingen voor het WK Indoor van 31 maart aanstaande zijn in volle gang. Op korte termijn zal hiervoor een site de lucht in gaan. Houd voor het laatste nieuws www.snowkayak.nl in de gaten.

Resultaten Nederlanders: (totaal aantal deelnemers 130)

5de Niels Stuurman
9de Paul v Boerdonk
10de Roy Hopmans
11de Rein Hagenaars
17de Valentijn v/d Valk
Paul Meijer (2de ronde)
Henk Tigelaar (2de ronde)
Fijke Dijns (1ste ronde)
Oskar Lous (1ste ronde)
Jeroen van Wijk (1ste ronde)

Het fotoalbum bevat 13 foto's die zijn gemaakt door Lobke Latten. (Diashow)



(www.wintersport.nl, 2007)



Kajak in de sneeuw

In een boot van een berg af racen. Dat klinkt raar. Toch zijn er in de hele wereld mensen die dit een echte sport vinden. Dit weekend is het allereerste WK sneeuwajakken in Oostenrijk. Er doen zelfs Nederlanders mee!

Een kajak is een soort kano. Hij is gemaakt van hard plastic. Dat glijdt prima over de sneeuw. Mensen die in een kajak naar beneden racen, noemen zichzelf dan ook 'gliders' (glijders). Komend weekend kun je de gliders in actie zien. Dan is het WK in het Oostenrijkse plaatsje Lienz. Daar is een speciale sneeuwajakbaan van 700 meter lang aangelegd. Het is een moeilijk parcours, vol scherpe bochten, sprongen en andere hindernissen. In een wedstrijd racen telkens vier kano's tegen elkaar. Onderweg mag alles, behalve slaan met de peddel.

Tekst: Maarten Hogenstijn Foto: internet

(www.kidsweekjunior.nl, 2007)

Fontysstudent organiseert WK Snowkayak Indoor

dinsdag 27 februari 2007, door Teun Borst



In een kajak zo snel mogelijk van een besneeuwde berg af terwijl je het je tegenstanders zo moeilijk mogelijk maakt. Dat is de essentie van snowkayak, een gloednieuwe sport waarvan 31 maart in Landgraaf het eerste wereldkampioenschap indoor gehouden wordt.

Zoals ooit een groepje surfers het snowboarden uitvond door met een plank onder de voeten van een berg te suizen, zo lijkt het ook te gaan met de winterse variant op kajakken. Het zijn nu nog vooral een stel maffe kajakkers die het wel geinig vinden om met hun boot door de sneeuw te glijden. Maar Valentijn van der Valk, student van Fontys Sporthogeschool in Sittard, denkt dat snowkayaking een serieuze sport kan worden. Begin deze maand deed hij in Oostenrijk mee aan het eerste WK en nu is Valentijn bezig met de organisatie van de indoorvariant. Tegelijkertijd onderzoekt hij voor zijn afstuderen de mogelijkheden en kansen voor de nieuwe sport.

Nederlandse selectie

‘Eigenlijk slaat het helemaal nergens op waar we mee bezig zijn’, lacht Valentijn. ‘Maar iedereen die het ziet, raakt enthousiast. Het is nieuw, het ziet er heel spectaculair uit en het is niet gevaarlijk.’ Enkele maanden geleden las de Fontysstudent in een tijdschrift voor extreme sporten over het wereldkampioenschap in het Oostenrijkse Tristach. Aangezien de sport nog in de kinderschoenen staat en geen officiële bond kent, stond inschrijving open voor iedereen. ‘Lachen, we doen mee’, dachten hij en zijn vrienden van kajak-evenementenorganisator Kanoshop. Al snel hadden ze een ploeg gevormd van elf deelnemers. Ze regelden een gesponsorde touringcar om de ‘Nederlandse selectie’ te vervoeren en in Snowworld in Landgraaf mochten ze gratis trainen. Daar kregen zij ook het idee om zelf het WK Indoor te organiseren.

Recht houden

Valentijn werd op het WK in Oostenrijk zeventiende van de 130 deelnemers. Een aardig resultaat vindt hij zelf, aangezien het voor de helft van de deelnemers een thuiswedstrijd was. ‘Je merkte wel echt dat de Oostenrijkers in het voordeel waren. Ze hadden die baan waarschijnlijk zelf aangelegd’, zegt Valentijn. Bij zijn eigen WK hoopt hij daarom bij de beste tien te eindigen. ‘Bij het snowkayak helpt het ook veel als je al kajakervaring hebt. Het belangrijkste is namelijk om de boot recht in de baan te houden en daarvoor moet je toch een beetje met je lichaam kunnen sturen. En je moet goed je tegenstanders in de gaten houden, want behalve slaan met de peddels mag alles.’ De snelheid van de boot is volgens Valentijn wat minder van belang. ‘Op een vlak, recht stuk is het wel fijn om een snelle boot te hebben, maar je vliegt er ook sneller mee uit de bocht.’



Toekomst

Moeten snowkayaks in de toekomst misschien remmen krijgen? Valentijn vindt van niet. ‘Dan gaat het te veel op bobsleeën lijken. Ik verwacht wel dat de snowkayaks de komende jaren aangepast zullen worden voor het gebruik in de sneeuw. Ik denk aan een soort snowboardachtige onderkant, zodat je met de boot kunt carven.’ Behalve voor de wedstrijdsport zou de snowkayak volgens Valentijn ook prima gebruikt kunnen worden om relaxt tochten in te maken. Maar daarmee loopt hij eigenlijk al vooruit op de conclusies van zijn afstudeeronderzoek. Voorlopig moeten de liefhebbers roeien met de riemen die ze hebben en dat betekent dus lekker ongecompliceerd met een gewone kajak van de berg raggen.

Het WK Snowkayak Indoor staat open voor iedereen. Deelname kost €10,- en €15,- voor de huur van het materiaal. Kijk voor meer informatie en een inschrijfformulier op <http://www.indoorsnowkayak.com/>.

(www.fontys.nl, 2007)

Wat is Snowkayak?

18-03-2007 om 19:12 | Door: Henk van der Kruk |



Snowkayaking is zoals de naam het al zegt: kajakken in de sneeuw. Hiervoor heb je alleen wel een helling nodig, om te verplaatsen. Dit is een upcoming funsport. Er worden steeds vaker wedstrijden en evenementen georganiseerd. Zo doende is na ongeveer 4 jaar, het WK Snowkayak ontstaan.

Waarom Nederlanders?

Voor het eerst wordt het WK georganiseerd, alle reden dus om meteen met Nederlanders deel te nemen aan het WK. Op deze manier willen wij direct laten zien, dat de Nederlanders ook in zijn voor dit soort sporten, ook al hebben wij geen Alpen.

Hoe werkt de wedstrijd?

Eerst vindt er een loting plaats en worden de deelnemers in heats gedeeld. In iedere heat zitten 4 deelnemers. Deze 4 strijden tegen elkaar voor een plaatsje in de volgende ronde. Als het startschot heeft geklonken, gaan deze 4 zo snel mogelijk naar beneden over de aangelegde piste van 700 meter. Tijdens deze afdaling is alles toegestaan, behalve het slaan met de peddel. Degene die als eerste twee over de finishlijn komen, gaan door naar de volgende ronde. Dit gaat zo door, tot er een finalist (de Wereld Kampioen) uit komt

(www.outdoornieuws.nl, 2007)

Snowkayak lijkt in Nederland een nieuwe rage te worden. Vet cool, zo snel mogelijk in een kajak van een besneeuwde helling af. Ik wist het niet, maar er worden zelfs wereldkampioenschappen gehouden. Check [dit filmpje](#) en deze [vette actie](#) om te zien hoe dat Snowkayakken er uit ziet. Meer weten en zien, check dan nog even [deze website](#). Lijkt mij wel wat voor mijn volgende wintersportvakantie...



(www.kaboem.nl, 2007)

Bijlage II Evaluatieformulier WK Indoor Snowkayak

WK Indoor Snowkayak (30 en 31 maart 2007)

Datum invullen:
 Ingevuld door:
 Geslacht:
 Geboorte datum:
 e-mail adres:

Dit formulier bevat twee delen. Het eerste deel is gericht op de organisatie van het WK Indoor Snowkayak in Landgraaf, d.d. 30 en 31 maart 2007. In het tweede deel staat de volgende vraag centraal: "Is snowkayakken een sport met toekomst of was het slechts een hype van korte duur?" Door het formulier secuur in te vullen help je ons enorm met de ontwikkeling van snowkayak in het algemeen en die van het WK in het bijzonder! Bij voorbaat dank!

Graag onder de vragen het antwoord typen in een andere kleur.

DEEL 1 ORGANISATIE WK INDOOR SNOWKAYAK

1. Wist je voorafgaand aan het evenement wat het WK Indoor Snowkayak inhield? (Hoe wist je dat?)

Antwoord:

2. Wat was jouw taak bij het evenement?

Antwoord:

- a. Was het voor jou vooraf duidelijk wat je moest doen? Waarom wel/niet?

Antwoord:

- b. Kun je tips geven voor degene die jouw taak volgende keer moet vervullen? Waar moet hij/zij op letten?

Antwoord:

- c. Welke materialen had je nodig om jouw taak te kunnen vervullen? Waren die voor handen en in goede staat? Of had je ze niet nodig?

Antwoord:

- d. Was het duidelijk wie je kon aanspreken als iets niet lukte en werd het dan opgelost?

Antwoord:

3. Heeft zich een ongeval of bijna-ongeval voorgedaan?

Ja / nee* (indien "nee" ga verder bij vraag 4)

- a. Omschrijving (bijna-)ongeval (evt. met kaart/schets/foto's)

Antwoord:

- b. Oorzaak (+ evt. bijkomende factoren)?

Antwoord:

- c. Hoe had het (bijna-)ongeval voorkomen kunnen worden?

Antwoord:

- d. Getroffen maatregelen om herhaling te voorkomen?

Antwoord:

Welke verbeteringspunten kun je verder nog noemen voor de organisatie?

Antwoord:

DEEL 2 SNOWKAYAK, EEN NIEUWE TREND?

1. Waarom is snowkayakken geweldig? Wat zijn sterke kanten?
[Antwoord:](#)
2. Zie je nog meer kansen van snowkayak als sport?
[Antwoord:](#)
3. Wat zou een bedrijf kunnen doen om deze kansen te benutten?
[Antwoord:](#)
4. Waarom is snowkayakken gedoemd te mislukken? Wat zijn de bedreigingen van de sport?
[Antwoord:](#)
5. Hoe zou een bedrijf kunnen omgaan met deze bedreigingen?
[Antwoord:](#)
6. Voor wie is snowkayakken interessant?
[Antwoord:](#)
7. Hoe zou je deze doelgroep(en) kunnen bereiken?
[Antwoord:](#)
8. Welke ontwikkelingen zijn te verwachten/ noodzakelijk?
 - a. Op het gebied van veiligheid
[Antwoord:](#)
 - b. Regel- en wetgeving die moet worden nageleefd/ aangepast
[Antwoord:](#)
 - c. Aanpassingen aan de uitrusting
[Antwoord:](#)
 - d. De wijze waarop het in de markt gezet wordt (positionering)
[Antwoord:](#)

Hartelijk dank voor het invullen!

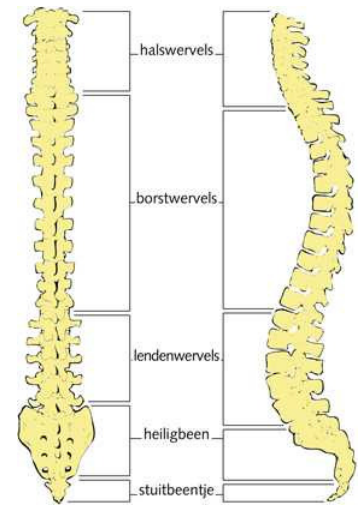
Valentijn van der Valk (valentijn@snowkayak.nl)

Bijlage III Rugklachten

Onderstaand wordt de natuurlijke werking van de wervelkolom uitgelegd. Vervolgens wordt gekeken naar de risico's van het zittend belasten van de wervelkolom. De menselijke wervelkolom is namelijk niet gebouwd op zittende belasting. Vervoersmiddelen, waarin met zittend wordt voortbewogen, zijn allen goed geveerd. De uitleg hieronder is zeer basaal maar wordt voor dit onderzoek als voldoende voorondersteld. De informatie is afkomstig

Anatomie van de wervelkolom

De wervelkolom is een S-vormige ketting van 24 beweegbare wervels die op elkaar gestapeld staan. Onderaan worden zij ondersteund door het heiligbeen en bovenaan “dragen” zij het hoofd. Van achteren gezien vormt de rug een vrij rechte lijn. Vanaf de zijkant gezien zijn de drie natuurlijke krommingen duidelijk zichtbaar: een holte in nek, een ronding ter hoogte van de bovenrug en een holte in de lenden. Deze krommingen zorgen voor een algemeen evenwicht en een globale schokdemping.



Figuur 3.01: Anatomie wervelkolom

Tussen de wervels in bevindt zich een discus of tussenwervelschijf die ervoor zorgt dat de wervels ten opzichte van elkaar voor- achter- en zijwaarts kunnen bewegen. De discus dient tevens als schokdemper. In het midden bevat deze discus een geleachtige massa. Aan de buitenkant zijn er kraakbenige ringen die achteraan het zwakst zijn. De discus belet dat de wervels over elkaar schuren en helpt in de beweging. De geleikern is vervormbaar en is vergelijkbaar met een ballonnetje dat samengeperst wordt. De druk moet zoveel mogelijk gelijkmatig verdeeld worden. Maakt men een bolle rug, dan komt er achteraan meer druk, net daar waar de kraakbeenringen het zwakst zijn.

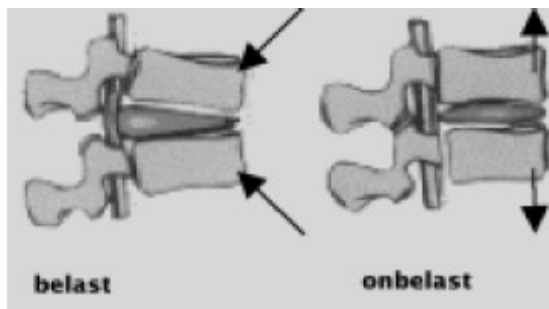
De wervel heeft een wervellichaam met daarachter een holle ruimte waarin het ruggenmerg loopt. Achteraan maken de wervels contact met elkaar door 2 gewrichtjes boven- en onderaan. Aan de zijkant is er een ruimte voorzien waar de zenuwen 'uittreden'.

Wervels zijn met elkaar verbonden door ligamenten die weinig elastisch zijn en door kleine spiertjes die zorgen voor onze houding. Daarbovenop liggen de grote bewegingsspijeren. Het is heel belangrijk dat deze voldoende sterk zijn én afgestemd zijn op elkaar. De gewrichtsbanden of ligamenten, spieren en pezen houden de wervelkolom bijeen zodat het geheel sterk en flexibel is (www.cm.be, z.j.; www.gezondheidsnet.nl, z.j.)

Zitten is belastend voor de rug

- In lighouding verwerken de tussenwervelschijven een druk van ongeveer 25 kg. Bij staan wordt dit al ongeveer 100 kg.
Wanneer men op een gewone stoel zit, kantelt het bekken gemakkelijk naar achter en worden de lenden boller. De druk op de wervelgewrichten en tussenwervelschijven verhoogt. Hoe boller de rug, hoe groter de belasting. Voorovergebogen zitten belast de rug nog meer.
- Een goede zithouding bewaart de natuurlijke krommingen van de wervelkolom. Het lichaamsgewicht wordt dan gelijkmatiger verdeeld via de heupen en het bekken.
- Om te grote belasting op de tussenwervelschijven te vermijden, is het belangrijk regelmatig te bewegen.
- Vermijd belasting in een gedraaide houding.
- Respecteer de natuurlijke krommingen van de rug.
- Hou het hoofd recht.
- Raadpleeg tijdig een arts bij rugklachten.

(www.cm.be, z.j.; www.gezondheidsnet.nl, z.j.)



Figuur 3.02: Schuine belasting van de tussenwervelschijf

Bijlage IV Voorbeeld Confrontatiematrix

Matchen kansen met sterke kanten

INTERN EXTERN	S1: Stoer en spectaculair imago	S2: Laagdrempelig, weinig/geen oefening vereist om een eenvoudige afdaling te maken	S3: Ervaren van snelheid (laag bij de grond)	S4: Leuke sport voor publiek, mits de baan niet al het zich onttrekt	S5: d.m.v. snowkayak kan Kanoshop/ Outdoor Valley spin-off creëren voor haar andere activiteiten	S6: Head to head wedstrijdvorm: ervaren van strijd, competitie	S7: Kanoshop/ Outdoor Valley heeft vrijwel alle knowhow m.b.t. snowkayak (voor op concurrenten)	S8: Ook te beoefenen door minder validen	S9: Kanoshop/ Outdoor Valley heeft veel contacten in de kajak/kano- en buitensportwereld	S10: Snowkayak is nieuw en origineel. Het trekt daarom veel aandacht van o.a. media	S11: Kanoshop/ Outdoor Valley heeft al enkele mediapartners en sponsors die interesse hebben	Aantal X	> X
K1: Groeiende aandacht fun- en extreme sports	XXX	XX	XXX	XXX	XX	XX	X	X	XX	XXX	XXX	25	3
K2: Toenemende vraag naar individuele sporten	XXX	XX	XX	X	X	XXX	X	XX	XX	XX	XX	21	7
K3: Groeiende vraag naar kortdurende, intensieve ervaringen	XXX	XXX	XXX	XX	X	XXX	XX	XX	XX	XXX	XXX	27	1
K4: De invloed van marketing en sales, media en sponsoring op de sport neemt (nog steeds) toe	XXX	X	XX	XXX	XXX	XXX	XX	X	XX	XXX	XXX	26	2
K5: Het Internet wordt een combinatie van informatie, communicatie en transactie. Voordelen m.b.t. verkoop en werving	XX	XX	XX	XXX	XX	X	X	X	X	XXX	X	19	9
K6: Combinaties van werk, wonen en recreëren worden belangrijker.	X	XXX	XX	XX	XXX	XX	X	X	X	XX	X	19	8
K7: Vercommercialisatie van sport	XXX	XX	X	XXX	XX	XXX	X	X	XX	XXX	XXX	24	5
K8: Interesse van andere partijen (skihal, Universiteit, Producent)	XX	XX	XX	XX	XXX	X	XXX	X	XXX	X	X	21	6
K9: Steeds meer vraag naar evenementen en verschuiving van top- naar de breedtesport	XX	XXX	XX	XXX	X	XX	XXX	XX	XX	XX	XXX	25	4
K10: Technologische innovaties van andere sporten benutten	X	X	X	X	XX	X	X	XXX	XXX	X	XX	17	10
Aantal X	23	23	20	23	20	21	16	15	21	23	22		
> X	1	4	9	3	8	6	10	11	7	2	5		

Bijlage V Vragenlijst

Enquête Snowkayak

Enquêtenummer:

Deze enquête bevat een korte inleiding en zeven vragen. Het invullen ervan kost u hooguit vijf minuten.
De vragen dienen ervoor om de toekomst van snowkayak beter in te kunnen schatten.

Bij voorbaat dank voor uw medewerking!

Inleiding

Met kajak en peddel – oorspronkelijk bestemd en ontworpen voor gebruik op water – van een besneeuwde berghelling glijden. Veel kajakkers hebben dit wel eens geprobeerd. De afgelopen jaren zijn zelfs enkele wedstrijden georganiseerd in de vorm van een afvalrace op een speciaal geprepareerd parcours. In februari 2007 vond in Oostenrijk het eerste Wereld Kampioenschap plaats. In Landgraaf werd vervolgens eind maart het eerste WK Indoor snowkayak georganiseerd.



Vragen

- 1 Ik ben bij snowkayak betrokken als:
- A Deelnemer WK Indoorsnowkayak 2007
 - B Vrijwilliger WK Indoorsnowkayak 2007
 - C Anders, namelijk:
- 2a Voor welke doelgroep is snowkayak interessant? (meerdere antwoorden mogelijk)
- A Kajakkers
 - B Sensatiezoekers, waaghalzen
 - C Iedereen die eens wat nieuws en uitdagends wil
 - D Anders, namelijk:
- 2b Voor welke leeftijdsgroep is snowkayak interessant? (meerdere antwoorden mogelijk)
- A < 16 jaar
 - B 16 tot 26 jaar
 - C 26 tot 40 jaar
 - D > 40 jaar
- 3 Ziet u snowkayak als:
- A Eendagsvlieg.
 - B Extreme sport voor een kleine doelgroep (de nadruk ligt op het spectaculaire imago, het verleggen van grenzen en de amusementswaarde voor de toeschouwer).
 - C Volwaardige funsport voor een breed publiek (een sport die zijn bestaansrecht verworven heeft. Kinderziektes zijn overwonnen en de kans dat de sport 'plotseling' ophoudt te bestaan is nihil).
 - D Anders, namelijk:
- 4 Verwacht u dat snowkayak in de toekomst:
- A Verdwijnt
 - B Een extreme sport voor een kleine doelgroep wordt/ blijft
 - C Een volwaardige funsport wordt/ blijft
 - D Anders, namelijk:
- 5 Welke ontwikkelingen zijn te verwachten/ noodzakelijk? (meerdere antwoorden mogelijk)
- A Op het gebied van veiligheid:
 - B Aanpassingen aan de uitrusting:
 - C Andere ontwikkelingen:

6 Hoe moet snowkayak in de markt worden gezet (gepositioneerd)?

- A Als stoer, spectaculair en risicovol
- B Als makkelijk, voor iedereen toegankelijk
- C Als een combinatie van A en B
- D Anders, namelijk:

7 Tot slot nog enkele stellingen. Zet een kruisje in het vakje van uw keuze.

Stelling	Eens	Oneens	Geen mening
Het imago van snowkayak moet stoer en extreem zijn.			
Snowkayak is geschikt voor een breed publiek en niet slechts voor een kleine doelgroep die op zoek is naar sensatie.			
Snowkayak is gevaarlijk.			
Om de snowkayak bestuurbaar te maken moet het materiaal aangepast worden.			
Het materiaal moet <u>niet</u> veranderd worden, dan is het geen kajak meer, zo nodig moet het parcours aangepast worden.			

Opmerkingen en/of aanvullingen:

.....

Ik wil graag informatie over toekomstige snowkayak evenementen ontvangen:

e-mail:

Ik wil graag de resultaten van het onderzoek ontvangen:

e-mail:

Hartelijk dank voor het invullen!

Valentijn van der Valk (valentijn@snowkayak.nl)

Bijlage VI Specifieke vragen

Als aanvulling op de vragenlijst die aan alle respondenten is verzonden (bijlage V) zijn specifieke vragen gesteld aan een aantal partijen. Deze vragen zijn expliciet van toepassing op het betreffende bedrijf. Onderstaand de gestelde vragen.

Specifieke vragen aan bedrijven

Aan welke voorwaarden moet worden voldaan alvorens u besluit op deze trendsport in te springen?

.....

Op welke manier zou u daar als bedrijf zijnde op in willen springen?

.....

Specifieke vragen deelnemers

Doe je bij de volgende editie van het WK Indoor snowkayak weer mee?

- A Ja
- B Nee
- C Weet ik nog niet

Heb je interesse om mee te gaan naar het WK Snowkayak 2008 in het Oostenrijkse Lienz (outdoor)?

- A Ja
- B Nee
- C Weet ik nog niet

Specifieke vragen aan de Nederlandse Kanobond (NKB) en de Nederlandse Ski Vereniging (NSKiV)

Kunt u zich voorstellen dat snowkayak in de toekomst onder de NKB (respectievelijk NSKiV) komt te vallen?

.....

Kunt u enkele voorwaarden noemen alvorens snowkayak onder de bond komt te vallen?

.....

Specifieke vragen Technische Universiteit Delft

Heeft u interesse in een mogelijke samenwerking met Kanoshop/ Outdoor Valley voor het opstarten van een project om een kajak te ontwerpen die specifiek voor snowkayak geschikt is? En zo ja, met welke randvoorwaarden dient Kanoshop/ Outdoor Valley rekening te houden?

.....

Specifieke vragen verzekeringsmaatschappij Elvia

Valt snowkayak binnen de reisverzekering die risicosporten of wintersporten dekt?

.....

Bijlage VII Algemene Voorwaarden Reisverzekering



ALGEMENE VOORWAARDEN

ALG06

INHOUD

Artikel 1.	Begripsomschrijvingen	1
Artikel 2.	Grondslag	1
Artikel 3.	Geldigheid met betrekking tot verzekerden	1
Artikel 4.	Hulp van ELVIA Assistance	1
Artikel 5.	Algemene verplichtingen in geval van schade	1
Artikel 6.	Termijn waarbinnen schade gemeld moet worden	1
Artikel 7.	Algemene uitsluitingen – Verval van recht op vergoeding/uitkering	2
Artikel 8.	Terrorisme risico	2
Artikel 9.	Vlieg risico	2
Artikel 10.	Meer dan één verzekering voor hetzelfde risico	2
Artikel 11.	Bepalingen inzake extra reis- en verblijfskosten	2
Artikel 12.	Betaling van de vergoedingen	2
Artikel 13.	Verval van rechten	2
Artikel 14.	Terugvordering van niet-verzekerde diensten en/of kosten	2
Artikel 15.	Persoonsgegevens	2
Artikel 16.	Toepasselijk recht	2
Artikel 17.	Geschillen	2

Artikel 1. Begripsomschrijvingen

In de voorwaarden van de Maatschappij wordt verstaan onder:

"Maatschappij"	: ELVIA Reisverzekering Maatschappij, gevestigd aan de Poeldijkstraat 4, 1059 VM te Amsterdam.
"ELVIA Assistance"	: Mondial Assistance B.V.
"Verzekeringnemer"	: degene, die de verzekeringsovereenkomst met de Maatschappij is aangegaan.
"Verzekerde"	: de op het verzekeringsbewijs als zodanig vermelde persoon.
"Partner"	: echtgenoot/echtgenote van verzekerde of degene met wie verzekerde duurzaam samenwoont (tenminste 1 jaar terugkerend vanaf het moment dat de reis aanvangt).
"Inwonende kinderen"	: inwonende kinderen tot 27 jaar van verzekerde, waaronder wordt verstaan: ■ minderjarige kinderen (waaronder pleeg- en stiefkinderen); ■ meerderjarige inwonende ongehuwde kinderen (waaronder pleeg- en stiefkinderen); ■ meerderjarige, i.v.m. studie uitwonende, ongehuwde kinderen (waaronder pleeg- en stiefkinderen).
"Gezinsleden"	: partner en/of inwonende kinderen van verzekerde.
"Familieleden 1e graad"	: partner, (schoon)ouders, (schoon)kinderen, alsmede pleeg- en/of stiefouders en -kinderen.
"Familieleden 2e graad"	: broers, zwagers, (schoon)zusters, pleeg- en/of stiefbroers en -zusters, grootouders en kleinkinderen.
"Reisgenoot"	: een met verzekerde samenreizend persoon.
"Wintersport"	: elke met sneeuw en/of ijs afhankelijke sport.
"Bijzondere sporten"	: Sporten die een meer dan normaal risico met zich meebrengen, waaronder bergbeklimmen, kletten, abseilen, speleologie, bungee-jumping, parachutespringen, paragliding, hanggliding, ultralight vliegen en zweefvliegen.
"Bijzondere wintersporten"	: Wintersporten die een meer dan normaal risico met zich meebrengen, waaronder ijsklimmen, skeleton, bobsleedrijden, ijshockey, speedskiën, speedraces, skijöring, skispringen, skivliegen, figuurspringen bij freestyle-skiën, ski-alpinisme, paraskiën en heliskiën.
"Privé-reizen"	: reizen en/of verblijf die geen verband houden met het beroep of bedrijf van verzekerde, maar een recreatief karakter hebben.
"Zakenreizen"	: reizen en/of verblijf verband houdende met het beroep of bedrijf van verzekerde.

Bovenstaande begrippen worden in de voorwaarden vetgedrukt weergegeven.

Artikel 2. Grondslag

- De Maatschappij verleent uitsluitend dekking voor de afgesloten verzekering(en) en/of rubrieken indien dit blijkt uit het verzekeringsbewijs en/of het dekkingsoverzicht. De dekkingen gelden tot maximaal de bedragen zoals die in de bijzondere voorwaarden en/of het dekkingsoverzicht worden vermeld met inachtneming van de eventueel daarbij vermelde maximale periode, voor maximaal het vermelde aantal personen en tot maximaal de vermelde klasse.
- Er zijn evenveel verzekeringen afgesloten als er verzekerden op het verzekeringsbewijs staan. Een verzekering geldt alleen voor degene op wiens naam ze staat: verzekeringen zijn niet verbruikbaar en niet overdraagbaar. Wat specifiek voor de ene verzekerde is bepaald, geldt niet voor de andere verzekerde, tenzij dat uitdrukkelijk vermeld is.
- Het aanvraagformulier met de daarin door verzekeringnemer of verzekerde gedane, al dan niet eigenhandig geschreven mededelingen, alsmede eventuele schriftelijke gegevens, daarbij afzonderlijk door verzekeringnemer of verzekerde verstrekt, maken onderdeel uit van de afgesloten verzekering(en) en worden geacht één geheel uit te maken met het verzekeringsbewijs.
- De Maatschappij is geen vergoeding van kosten verschuldigd en is bevoegd de afgesloten verzekering(en) zonder inachtneming van een opzegtermijn op een door haar te bepalen tijdstip te beëindigen, indien het aanvraagformulier en de mededelingen, dan wel de afzonderlijke gegevens in strijd met de waarheid waren, of omstandigheden verzwegen werden, die van dien aard zijn, dat de verzekering(en) niet, of niet onder dezelfde voorwaarden zouden zijn gesloten, indien de Maatschappij daarvan kennis had gedragen.

- De Maatschappij behoudt zicht het recht voor om betaalde vergoedingen (geheel of gedeeltelijk) te verhalen op derden. Het gaat hierbij o.a. om kosten waarvoor verzekerde ook op grond van een andere verzekering, wet of voorziening recht heeft op vergoeding.
- Naast deze Algemene Voorwaarden zijn op de afgesloten verzekering(en) van toepassing de Bijzondere Voorwaarden. Bij strijdigheid van de voorwaarden gaan de Bijzondere Voorwaarden voor deze Algemene Voorwaarden.

Artikel 3. Geldigheid met betrekking tot verzekerden

- De Maatschappij verzekert alleen personen die tijdens de geldigheidsduur van de afgesloten verzekering(en) ingeschreven staan in een Nederlands bevolkingsregister, en daadwerkelijk in Nederland woonachtig zijn.
- De afgesloten verzekering(en) is (zijn) niet geldig als de Maatschappij verzekerde al eens heeft laten weten hem niet meer te willen verzekeren. In dat geval bestaat de Maatschappij de eventueel al betaalde premie terug zodra verzekerde hierom vraagt.

Artikel 4. Hulp van ELVIA Assistance

- In geval van een onder een afgesloten reisverzekering verzekerde gebeurtenis heeft verzekerde recht op hulp van ELVIA Assistance. Deze hulp bestaat onder andere uit:
 - de organisatie van het (medische noodzakelijke) vervoer;
 - het verzorgen van de noodzakelijke (medische) begeleiding tijdens de (terug)reis;
 - het geven van adviezen en alle hulp, die ELVIA Assistance nuttig en noodzakelijk vindt.
- ELVIA Assistance verleent haar diensten:
 - binnen redelijke termijnen, in goed overleg met verzekerde of diens zaakwaarnemers;
 - voor zover overheidsvoorschriften of andere externe omstandigheden dit niet onmogelijk maken.
- ELVIA Assistance zal zich inspannen en die acties ondernemen die in redelijkheid van haar verlangd mogen worden om gemaakte afspraken na te komen. Voor verbintenissen die door verzekerde zelf worden aangegaan, met name in het geval van het huren van een vervangend vervoermiddel, rust de verantwoordelijkheid voor het nakomen van die uit de verbintenissen voortvloeiende verplichtingen bij verzekerde.
- Indien kosten die uit de hulpverlening voortvloeien niet onder de dekking van de afgesloten verzekering vallen, heeft ELVIA Assistance het recht de nodige financiële garanties te verlangen.
- ELVIA Assistance is, behalve voor eigen fouten en tekortkomingen, niet aansprakelijk voor schade die het gevolg is van fouten of tekortkomingen van derden die voor de hulpverlening zijn ingeschakeld. Dit beperkt de eigen aansprakelijkheid van deze derden niet.

Artikel 5. Algemene verplichtingen in geval van schade

In geval van schade moeten verzekerde of zijn rechtverkrijgende(n) het volgende doen:

- Het schadeformulier volledig en naar waarheid invullen, ondertekenen en samen met het verzekeringsbewijs opsturen naar de Maatschappij. Het schadeformulier is verkrijgbaar bij de agent waar de verzekering is afgesloten of via www.elvia.nl.
 - Al het mogelijke om de schade te beperken, alle aanwijzingen opvolgen van en alle medewerking verlenen aan de Maatschappij en ELVIA Assistance en verder niets doen dat de belangen van de Maatschappij en die van ELVIA Assistance zou kunnen schaden.
 - Alle aanspraken op vergoeding/uitkering (tot ten hoogste het bedrag van de vergoeding/uitkering) overdragen aan de Maatschappij. Dit is alleen nodig als de Maatschappij niet door betaling van de vergoeding/uitkering in de rechten van verzekerde is getreden. Verzekerde moet alle bewijsstukken van bovengenoemde aanspraken aan de Maatschappij overleggen.
 - Om onder een afgesloten reisverzekering gemaakte kosten vergoed te krijgen is het in bepaalde gevallen noodzakelijk van de Maatschappij en/of ELVIA Assistance vooraf toestemming te krijgen voor het maken van deze kosten. Het gaat hierbij o.a. om:
 - vervoer per ambulance, taxi, ambulance-vliegtuig of een ander, niet openbaar vervoermiddel;
 - het uitvallen en/of huren van een vervoermiddel;
 - extra terugreiskosten naar Nederland;
 - vervangend verblijf;
 - een ernstig ongeval;
 - ziekenhuisopname langer dan 24 uur;
 - overlijden.
 In deze gevallen moet direct ELVIA Assistance gebeld worden, onder opgave van de verzekeringsgegevens.
 - Verzekerde moet aan de Maatschappij overleggen de originele rekeningen inzake de medische kosten, de kosten van autohuur, de vervoer- en transportkosten en de extra reis- en/of verblijfskosten, de originele rekeningen van de buitenlandse begrafenisonderneming en alle andere papieren waarover de Maatschappij wenst te beschikken.
 - Verzekerde moet zijn uiterste best doen van de vervoersonderneming geld terug te krijgen voor zijn niet gebruikte biljetten. Verder moet hij de Maatschappij met bewijsstukken kunnen aantonen dat de gemaakte extra terugreis- en/of verblijfskosten noodzakelijk waren. Zulke bewijsstukken zijn bijvoorbeeld de rouwcirculaire, een ondertekende verklaring van de in het buitenland behandelend arts of, wanneer verzekerde binnen Nederland reist, van de in Nederland behandelend arts.
- Als verzekerde bovengenoemde verplichtingen niet nakomt zal de Maatschappij niet tot vergoeding/uitkering overgaan.

Artikel 6. Termijn waarbinnen schade gemeld moet worden

Wanneer er iets gebeurt waarvoor man onder een afgesloten reisverzekering verzekerd is, moet deze gebeurtenis binnen de volgende termijn door verzekerde of diens rechtverkrijgende(n) bij de Maatschappij gemeld worden:

- Als verzekerde overlijdt: binnen 24 uur (per telefoon, fax of e-mail).
- Als verzekerde langer dan 24 uur in een ziekenhuis moet worden opgenomen: binnen 7 dagen na opname (schriftelijk (post, fax of e-mail) melden).
- In alle andere gevallen: binnen 28 dagen na de eerste terugkeer in Nederland (schriftelijk (post, fax of e-mail) melden).

1

- 6.4. Als de schade niet op tijd bij de Maatschappij is aangemeld, keert de Maatschappij niet uit, tenzij verzekerde of zijn rechtverklingende(n) kunnen aantonen dat zij er in redelijkheid niets aan konden doen dat te laat werd gemeld. In ieder geval vervalt het recht op vergoeding/uitkering onherroepelijk, indien de schademelding niet binnen uiterlijk 180 dagen na de gebeurtenis door de Maatschappij is ontvangen.

Artikel 7. Algemene uitsluitingen – Verval van recht op vergoeding/uitkering

- 7.1. Niet verzekerd is schade:
- die direct of indirect verband houdt met molest, waaronder wordt verstaan gewapend conflict, burgeroorlog, opstand, binnenlandse onlusten, oproer en muiterij. De zwaarte van de molest, alsmede de definitie daarvan, vormen een onderdeel van de tekst, die door het Verbond van Verzekeraars op 2 november 1981 ter griffie van de Arrondissements-rechtbank te 's-Gravenhage is gedeponeerd. Wanneer verzekerde tijdens bovengenoemde gebeurtenissen schade lijdt, die hiermee geen enkel verband houdt, keert de Maatschappij slechts uit wanneer verzekerde kan bewijzen dat de schade daadwerkelijk niets met deze gebeurtenissen te maken had;
 - die direct of indirect verband houdt met of veroorzaakt is door het door verzekerde deelnemen aan of willens en wetens bijwonen van hi-jacking, kaping, staking of terreur;
 - die direct of indirect verband houdt met inbeslagname en/of verbeurdverklaring;
 - veroorzaakt door, optredende bij of voortvloeiende uit atoomkernreacties, onverschillig hoe en waar de reactie is ontstaan;
 - ten gevolge van het deelnemen aan of het begaan van strafbare feiten of het doen van pogingen daartoe.
- 7.2. Het recht op vergoeding vervalt indien bij de aanvang van de reis zodanige omstandigheden bekend of aanwezig waren dat het maken van de kosten redelijkerwijs te verwachten viel.
- 7.3. Het recht op vergoeding/uitkering vervalt ten aanzien van de gehele claim als door verzekerde of zijn rechtverklingende(n) onjuiste gegevens of feiten zijn verstrekt.
- 7.4. Het recht op vergoeding vervalt alleen ten aanzien van dat gedeelte van de schadeclaim indien door de Maatschappij opgevraagde voorwerpen en/of bescheiden niet binnen 180 dagen na datum van opvragen zijn ontvangen.

Verder biedt de Maatschappij geen dekking in de volgende gevallen c.q. voor de volgende kosten:

- Een ziekelijke of gebrekkige toestand van verzekerde voor of op het tijdstip van het ongeval, een geestelijke of lichamelijke afwijking of aandoening, zelfmoord of een poging daartoe.
- Zwangerschap en alle daarmee verband houdende kosten, met uitzondering van de kosten die het gevolg zijn van complicaties.
- Opzet, grove schuld of nalatigheid van verzekerde of van degene die bij de vergoeding/uitkering belang heeft.
- Het deelnemen aan wandaden, ruzies, vechtpartijen, het uitvoeren van waagstukken, het deelnemen aan expedities.
- Het gebruik van alcohol of andere verdovende of opwekkende middelen, waartoe ook soft- en harddrugs gerekend worden.
- Het overtreden van de veiligheidsvoorschriften van (vervoer)bedrijven.
- De kosten van abortus provocatus.
- Indien verzekerde naar het buitenland is gegaan o.a. om zich daar medisch te laten behandelen.
- Het tijdens de reis:
 - deelnemen aan ballonvaarten en onderwatertochten per onderzeëer;
 - beoefenen van de volgende sporten: boksen, worstelen, karate en andere gevechtssporten, jiu jitsu en rugby;
 - deelnemen aan wedstrijden en de voorbereidingen daartoe, zoals training;
 - deelnemen aan of voorbereiding tot snelheids-, record- en betrouwbaarheidsritten met motorrijtuigen of motorvoertuigen;
 - gebruik maken van vaartuigen buiten de binnenwateren, tenzij hieraan geen bijzondere gevaren zijn verbonden.

Artikel 8. Terrorismerisico

Voor schade ten gevolge van terrorisme, kwaadwillige besmetting en/of preventieve maatregelen, en handelingen of gedragingen ter voorbereiding daarvan, hierna, zoveel gezamenlijk als afzonderlijk, te noemen het "terrorismerisico", is de vergoeding/uitkering beperkt tot de uitkering zoals omschreven in het Clausuleblad terrorismedekking van de Nederlandse Herverzekeringsmaatschappij voor Terrorismedekking N.V. (NHT). De afwikkeling van een schademelding op grond van het terrorismerisico geschiedt overeenkomstig het Protocol afwikkeling claims van de NHT. Het Clausuleblad terrorismedekking en het Protocol afwikkeling claims zijn op 6 januari 2005 resp. 12 juni 2003 gedeponeerd ter griffie van de Rechtbank Amsterdam onder nummer 6/2005 resp. 79/2003. Deze teksten zijn in te zien c.q. te downloaden via www.terrorismede verzekerd.nl of op te vragen bij de Maatschappij.

De uitsluiting volgens artikel 7.1.b blijft onverminderd van kracht.

Artikel 9. Vliegcrisico

Als verzekerde per vliegtuig reist, is hij slechts verzekerd als passagier en niet als bemanningslid, vlieginstruitor, leerling-vlieger of parachutist. Om verzekerd te zijn moet gereisd worden met vliegtuigen van een erkende luchtvaartmaatschappij. Deze vliegtuigen moeten ingericht zijn voor personenvervoer en gebruik maken van erkende luchthavens.

Artikel 10. Meer dan één verzekering voor hetzelfde risico

Als voor een verzekerde bij de Maatschappij meerdere reisverzekeringen zijn afgesloten, dan kan hij ten hoogste de volgende bedragen uitgekeerd krijgen:

REISBAGAGE	€
• Kostbaarheden	1.000,-
• Foto-, film- en video/dvd-apparatuur	1.500,-
• Computerafbeelding	5.000,-
• Geld en reischekes	5.000,-
	1.500,-

REISONGEVALLLEN

Uitkering bij overlijden:

• 16 t/m 69 jaar	€ 125.000,-
• door motor- en/of scootertijden	€ 7.500,-
• 0 t/m 15 jaar	€ 5.000,-
• 70 jaar en ouder	€ 5.000,-
• als gevolg van een wintersport- of onderwatersport-ongeval, 16 t/m 69 jaar	€ 50.000,-
• als gevolg van een ongeval tijdens de beoefening van een bijzondere (winter)sport	€ 10.000,-

Uitkering bij blijvende invaliditeit:

• 0 t/m 69 jaar	€ 125.000,-
• door motor- en/of scootertijden	€ 100.000,-
• 70 jaar en ouder	€ 5.000,-
• als gevolg van een wintersport- of onderwatersport-ongeval, 0 t/m 69 jaar	€ 100.000,-
• als gevolg van een ongeval tijdens de beoefening van een bijzondere (winter)sport	€ 25.000,-

Artikel 11. Bepalingen inzake extra reis- en verblijfkosten

Indien onder de afgesloten verzekering dekking bestaat voor "extra reiskosten" en/of "extra verblijfkosten" geldt:

- Onder "verblijfkosten" wordt verstaan: de kosten van logies en maaltijden. Van de vergoeding voor extra verblijfkosten worden kosten die verzekerde onder normale omstandigheden ook gemaakt zou hebben voor noodzakelijke maaltijden, afgetrokken. Deze aftrek wordt gesteld op 20% van deze in redelijkheid gemaakte kosten.
- Met betrekking tot "extra reiskosten": indien verzekerde bij het maken van deze kosten gebruik maakt van het privé-motorrijtuig wordt een vergoeding verleend van € 0,15 per kilometer.

Artikel 12. Betaling van de vergoedingen

De Maatschappij betaalt de vergoedingen aan verzekerde, tenzij hij de Maatschappij heeft laten weten dat deze aan iemand anders moeten worden betaald. Als verzekerde is overleden worden de vergoedingen aan de wettige erfenamen betaald. Voor betaling van de uitkering bij overlijden of blijvende invaliditeit ten gevolge van een ongeval, zie de rubriekvoorwaarden Reisoengevallen.

Artikel 13. Verval van rechten

Als bij de Maatschappij door verzekerde of zijn rechtverklingende(n) een vordering wordt ingediend, zal de Maatschappij reageren met een (aanbod tot) betaling ter definitieve regeling of met een afwijzing. De vordering van verzekerde of zijn rechtverklingende(n) vervalt 180 dagen nadat de Maatschappij haar standpunt (betaling of afwijzing) heeft duidelijk gemaakt, tenzij al een geschil aanhangig is gemaakt.

Artikel 14. Terugvordering van niet-verzekerde diensten en/of kosten

Indien de Maatschappij een vergoeding heeft verleend voor kosten en/of diensten die door haar of door ELVIA Assistance gemaakt/verleend zijn en die niet onder de dekking van de afgesloten reisverzekering vallen (zoals met name de kosten van de buitenkist), dan heeft de Maatschappij het recht de reeds betaalde kosten terug te vorderen en/of te verrekenen met nog te verlenen vergoedingen. Verzekerden zijn hoofdelijk aansprakelijk en zijn verplicht binnen 30 dagen na schriftelijke kennisgeving de vordering(en) te voldoen. Bij ingebreke blijven zal de Maatschappij tot incasso overgaan.

Artikel 15. Persoonsgegevens

- Bij de aanvraag of het wijzigen van een verzekering worden persoonsgegevens gevraagd. Deze worden door de Maatschappij verwerkt ten behoeve van het aangaan en het uitvoeren van verzekeringsovereenkomsten; voor het uitvoeren van marketingactiviteiten; ter voorkoming en bestrijding van fraude jegens financiële instellingen; voor statistische analyse en om te kunnen voldoen aan wettelijke verplichtingen.
- Op deze verwerking van persoonsgegevens is de gedragscode "Verwerking persoonsgegevens Financiële Instellingen" van toepassing. In deze gedragscode worden rechten en plichten van partijen bij de gegevensverwerking weergegeven. De volledige tekst van de gedragscode kunt u raadplegen via de website van het Verbond van Verzekeraars, www.verzekeraars.nl of opvragen bij het Verbond van Verzekeraars (Postbus 94350, 2509 AL Den Haag, telefoon: 070-3338500).
- ELVIA Assistance verleent in opdracht van de Maatschappij directe hulp bij ziekenhuisopname, ernstig ongeval of overlijden. Indien ELVIA Assistance dit in het kader van een concrete hulpvraag nodig acht, kan zij bij verzekerde, bij diens familieleden, bij hulpverleners ter plaatse en/of bij de behandelend arts gegevens opvragen en deze zonnig aan direct bij de hulpverlening betrokken personen verstrekken. Het opvragen en verstrekken van medische gegevens geschiedt uitsluitend door, of in opdracht van de medisch adviseur van ELVIA Assistance.

Artikel 16. Toepasselijk recht

Op alle bij de Maatschappij afgesloten verzekeringen is Nederlands recht van toepassing.

Artikel 17. Geschillen

Geschillen, die uit een verzekeringsovereenkomst voortkomen, worden voorgelegd aan de bevoegde rechter, tenzij de partijen het eens worden over een andere manier om het conflict op te lossen. Voor klachten naar aanleiding van een verzekeringsovereenkomst kan verzekerde zich schriftelijk wenden tot de directie van de Maatschappij en/of Stichting Klachteninstituut Verzekeringen, Postbus 93560, 2509 AN DEN HAAG.

Neem voor meer informatie over de reis- en annuleringsverzekeringen van ELVIA contact op met uw verzekeringsadviseur, met de Maatschappij of raadpleeg www.elvia.nl.
Op www.elvia.nl is onder andere informatie te vinden over (aanvullende) verzekeringsmogelijkheden, dekking tijdens (bijzondere) sport- en beroepsrisico's, aanvullende diensten en zijn belangrijke reistips opgenomen.

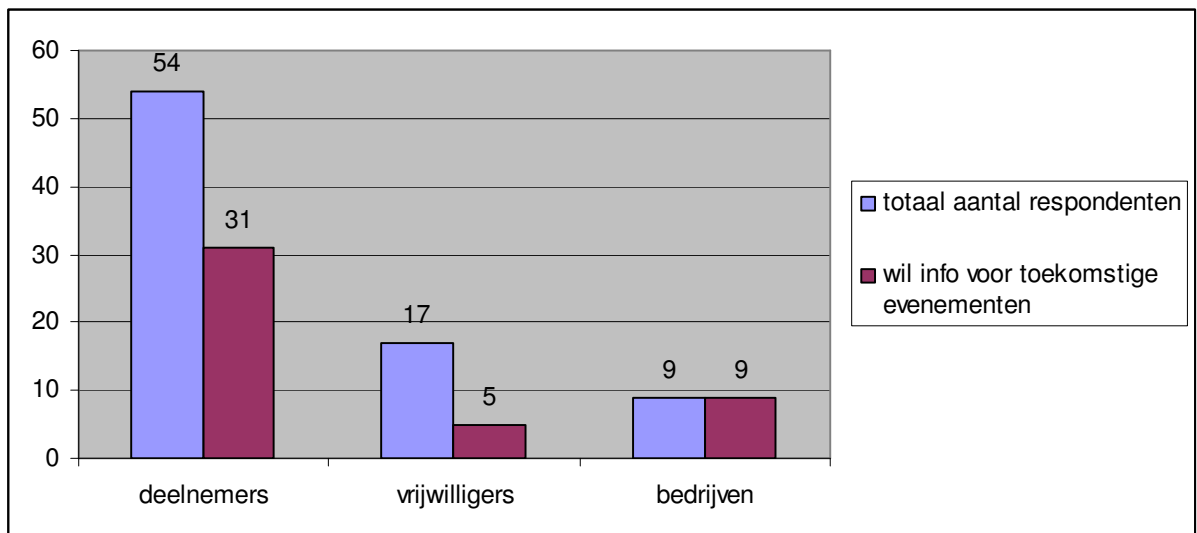
ELVIA Reisverzekering Maatschappij - Poeldijkstraat 4 - 1059 VM Amsterdam - Postbus 9444 - 1006 AK Amsterdam - Tel.: +31 (0)20 561 87 11 - Fax: +31 (0)20 668 40 91
Internet: www.elvia.nl - E-mail: info@elvia.nl - F. van Lanschot Bankiers 63.26.61.852 - KvK Amsterdam nr 33094603

— een onderneming van de  **MONDIAL ASSISTANCE** groep —

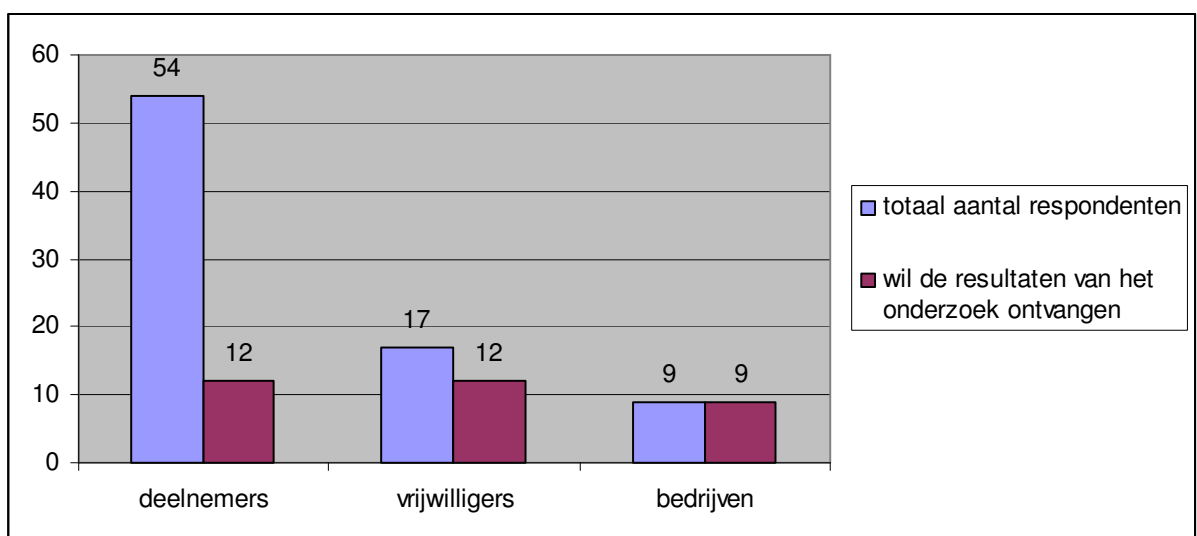
Bijlage VIII Overige resultaten

Naast de resultaten zoals besproken in hoofdstuk 8 zijn nog enkele vragen gesteld die niet direct voor het onderzoek van belang zijn. Deze vragen worden daarom apart in deze bijlage besproken.

Als toevoeging op de onderzoeksvragen is aan alle respondenten gevraagd of zij informatie over toekomstige snowkayak evenementen willen ontvangen (figuur 8.01) en of zij de resultaten van het onderzoek wensen te ontvangen (figuur 8.02). Deze informatie zal hen per e-mail worden toegezonden. Uit privacy overwegingen zijn de e-mail adressen echter weggelaten uit dit rapport en zullen apart van dit rapport worden aangeboden aan Kanoshop/ Outdoor Valley.

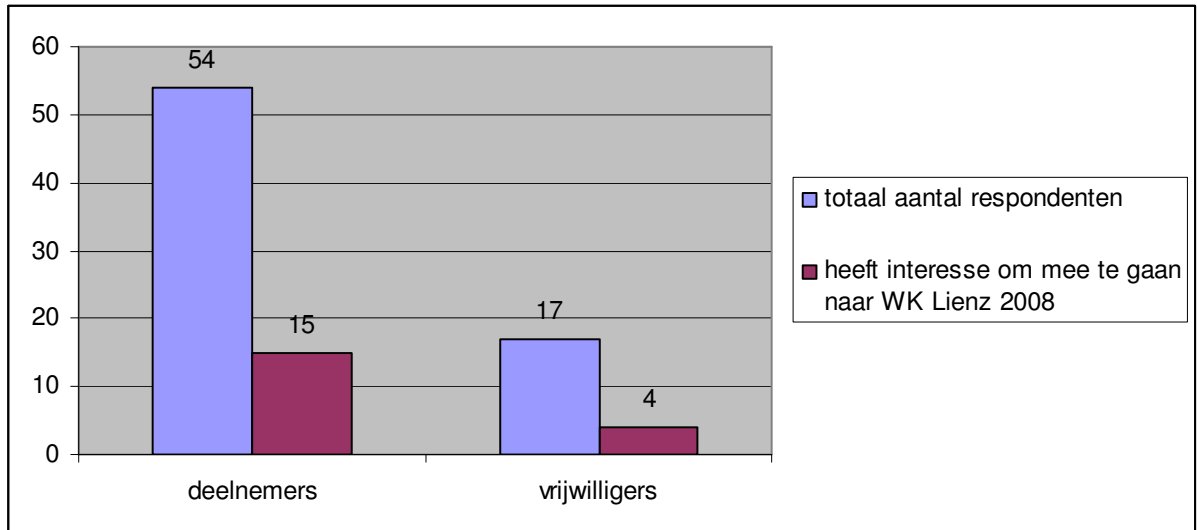


Figuur 8.01: Respondenten die informatie wensen te ontvangen over toekomstige snowkayak-evenementen



Figuur 8.02: Respondenten die de resultaten van het onderzoek wensen te ontvangen

De deelnemers is bovendien gevraagd of zij interesse hebben om mee te gaan naar het WK Snowkayak 2008 in het Oostenrijkse Lienz (outdoor). Dit was een verzoek van Kanoshop/ Outdoor Valley omdat zij overwegen ook in het komende jaar af te reizen naar dit evenement. Ook de antwoorden op deze vraag worden apart aangeboden om wille van de privacy van de respondenten, de absolute aantallen worden weergegeven in figuur 8.03.



Figuur 8.03: Respondenten die interesse hebben om mee te gaan naar het WK in Lienz (2008)

[Snowkayak.nl de sneeuw in met een kajak!](#)

snowkayak.nl - De nummer 1 funsport van dit moment! ... 5 febr: SnowKayak verslag in Spits (2e keer) 5 febr: BNN Radio (2 min) 4 febr. ...
[www.snowkayak.nl](#)

[Wintersport.nl WK Snowkayak, wat? Foto's Downloads Reviews](#)

... eerst deel aan de Wereldkampioenschappen Snowkayak en haalde direct de halve finales. ... aan de Wereld Kampioenschappen Snowkayak vond ik dat als ...
[www.wintersport.nl](#)

[KanoShop Holland](#)

Nederlands team maakt indruk op WK Snowkayak! ... deelnemen aan de Wereld Kampioenschappen Snowkayak 2007 en direct de halve finales bereiken. ...
[www.kanoshop.nl](#)

[Bergsport portaal voor en door bergliefhebbers - Nederlands Team Snowkayak ...](#)

Bergsport ... Snowworld zijn de gliders er klaar voor, het WK Snowkayak in Lienz, Oostenrijk. ... aan de Wereld Kampioenschappen Snowkayak 2007 en direct de ...
[www.berggeit.nl](#)

[Wat is Snowkayak? - Bogobogo.nl](#)

bogobogo.nl geeft 24 uur per dag algemeen-, financieel-, sport-, weer-, verkeer ...
Zo doende is na ongeveer 4 jaar, het WK Snowkayak ontstaan. lees verder ...
[www.bogobogo.nl](#)

[-- NEDERLANDSE KANOBOND --](#)

De NKB is een overkoepelende organisatie voor alle kano en kajak disciplines en ...
Zij nemen deel aan het WK snowkayak. Meer info: [www.snowkayak.nl](#) ...
[www.nkb.nl](#)

[KanoForum.nl kano, kajak, kanoForum, wildwater, vlakwater, branding, kanovaren...](#)

Kano, Forum, Kajak, Wildwater, Branding ... reportage bij RTL 4 (Programma Editie NL) van het Nederlandse Team Snowkayak... wereldkampioenschap snowkayak" ...
[www.kanoforum.nl](#)

[TEVA PLAYBOAT CUP // 07 :: Powered by Kanoshop.nl](#)

... spannende race, only the strong will survive! Special: WK Indoor SnowKayak. 19-02-2007 ... Het WK Indoor SnowKayak vindt plaats te SnowWorld Landgraaf (NL) ...
[www.tevaplayboatcup.nl](#)

[Nieuws in Limburg - nieuwsberichten, persberichten, noviteiten - VVV Zuid-Limburg](#)

SnowWorld: Wereldprimeur - Indoor WK Snowkayak ... 00 uur:
Startnummerveloting WK Indoor Snowkayak en feestavond met "the Clarks"
Zaterdag 31 maart ...
[www.vvvzuidlimburg.nl](#)

[Explo-site / headlines](#)

Wat is Snowkayak? (0) Snowkayaking is zoals de naam het al zegt: ... Zo doende is na ongeveer 4 jaar, het WK Snowkayak ontstaan. (zondag 18 maart 2007) ...
[www.explostam.com](#)

[Kanovereniging EDAM](#)

Edam (Noord-Holland) ... Meer snowkayak 60 (zestig) kilometer per uur in een kano zonder hulpmiddelen, ... Kijk eens op [snowkayak.nl](#), want zo heet het ...
[www.kvedam.nl](#)

[SnowWorld.com](#)

... van voorbereidingen voor het WK Snowkayak is de worldcuppiste (piste 1) van ... meer geschikt voor een WK indoor snowkayak dan die van 's werelds grootste ...
[www.snowworld.nl](#)

[Fontys Sporthogeschool - Nieuws](#)

Alle nieuws omtrend de sporthogeschool. ... Fontys Studenten maken indruk op WK snowkayak (7-2-2007) ... naar het WK Indoor Snowkayak dat op 30 en 31 ...
[www.fontys.nl](#)

[Teva Benelux](#)

Nederlands team maakt indruk op WK Snowkayak! 05-02-2007 ... deelnemen aan de Wereld Kampioenschappen Snowkayak 2007 en direct de halve finales...
[www.teva-sandals.nl](#)

[Uitinparkstad.nl - de uitgaansportal voor de Parkstad !](#)

Drugspand in Heerlen gesloten. meer info && Illegale coffeeshop in Kerkrade. meer info && ... Wereldprimeur WK indoor snowkayak. meer info && Vrijdag 16-3-2007 ...
[www.uitinparkstad.nl](#)

[Deep- snowboard magazine van de lage landen - training WK Snowkayaking in...](#)

Deep Snowboardblad, het magazine voor de style rider in de lage landen ... trainde het Nederlandse Snowkayak Team op de derde piste van SnowWorld in Zoetermeer. ...
[www.deepsnowboardblad.nl](#)