

Op zoek naar onderscheid

Aan het begin van een jaar is het altijd interessant om de cijfers van de afgelopen jaren tegen het licht te houden. Die kunnen trends onderbouwen en aanwijzingen geven waar we heen gaan, zodat we de juiste koers kunnen inzetten.

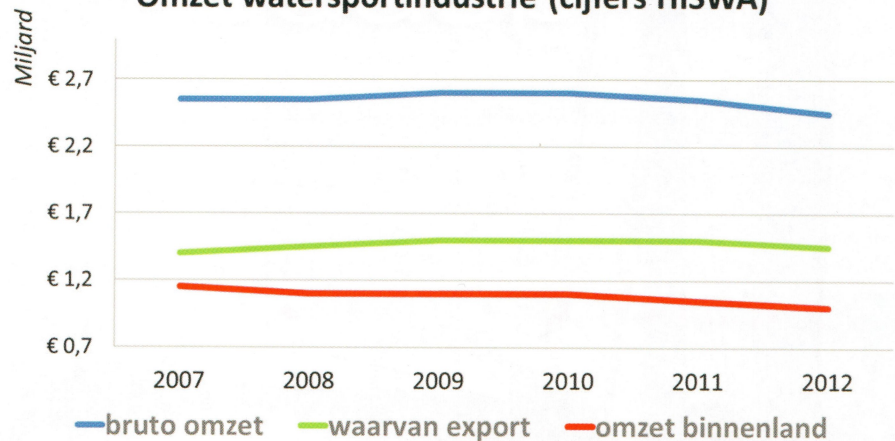
De HISWA Vereniging publiceert jaarlijks cijfers over de watersportindustrie in Nederland. Daaruit blijkt dat het aantal schepen sinds 2010 licht daalt, kajuitzeiljachten en kajuitmotorjachten: -0,5% in 2012 ten opzichte van 2010. Het aantal vaartuigen in het water daalt met -1% iets sneller, wat past bij de berichten dat jachthavens niet meer allemaal volledig vol zijn. Maar of het een duidelijk trend betekent?

Interessanter zijn de cijfers over de omzet in de watersportindustrie. Dat geeft een wat minder rustig beeld. Ik ga er van uit dat de ontwikkelingen van de Nederlandse jachtbouw het beeld van de algemene cijfers volgen.

In de omzetcijfers van de watersportindustrie zien we dat de totale omzet per jaar rond € 2,6 miljard ligt en vanaf 2010 een dalende lijn vertoont: van € 2,6 miljard in 2010 naar € 2,45 miljard in 2012. Van die omzet is ongeveer € 1,5 miljard toe te rekenen aan export, die vanaf 2011 een kleine daling laat zien. De binnenlandse omzet bedraagt in 2006 nog € 1,15 miljard en daalt dan naar uiteindelijk € 1 miljard in 2012. Dat is een daling van maar liefst 13% in een periode van zes jaar.

Het aantal werknemers in de watersportindustrie is van 2006 tot 2011 constant, ongeveer 30.000. Het daalt dan van 2011 naar 2012 met 2.500. Dat is ruim 8% in één jaar. Het lijkt er dus op dat de Nederlandse watersportindustrie relatief laat, maar dan wel in één keer reageert op de minder gunstige marktomstandigheden. De geluiden uit de markt zijn behoorlijk sceptisch. De eerder genoemde lege plekken in jachthavens worden voor een deel veroorzaakt door de economische crisis. Maar er tekent zich ook een ander patroon af. Varen is wat minder belangrijk geworden in de rangorde van vrijetijdsbesteding. Het zelf bezitten van een boot lijkt niet meer voor iedereen het hoogste doel.

Omzet watersportindustrie (cijfers HISWA)



Minder die-hards

Mijn voorspelling is deze: er zullen steeds minder fanatieke (die-hard) watersporters zijn en minder bezitters van boten. De spoeling voor botenbouwers op de Nederlandse markt wordt dan helaas dunner, nóg wat dunner dan die al is.

Wat te doen? Het is duidelijk dat niets doen geen optie is. Zoek de klant! Altijd doen: het behoud van de bestaande klant. Een andere mogelijkheid is het bedenken van een nieuw of vernieuwd product voor de bestaande markt. Meer extreem: nieuwe klanten vinden in binnen- en/of buitenland voor het bestaande boottype óf, het meest extreem: een nieuw boottype bedenken dat een geheel nieuwe klantengroep aantrekt. De nieuwe Winner 9.00, waarover elders in dit nummer meer is te lezen, bijvoorbeeld is ontworpen met de boxmaten van Zuid-Duitse jachthavens als uitgangspunt.

Meer van hetzelfde

Ik volg het verschijnen van nieuwe jachten al geruime tijd op de voet en schrijf erover. Wat mij opvalt is dat veel persberichten op elkaar lijken. De kuip is groot, de bedden zijn weer wat langer en de stahoogte is enorm. Het interieur is licht en heeft een luxe uitstraling. Dat zijn allemaal uitstekende kenmerken voor een motor- of zeiljacht. Maar dat alléén is niet meer voldoende om jachten te blijven verkopen. Ik denk dat het niet meer genoeg is om de kuip nóg ruimer te maken, de uitstraling nóg luxer. Dat doen bijna alle botenbouwers namelijk

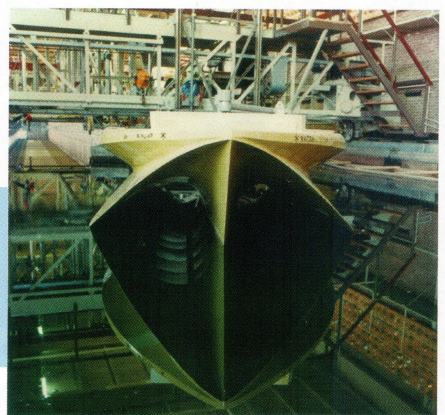
al. Het onderscheidend vermogen van deze not-so-unique selling points is dan ook niet zó groot.

Opborrelende gedachten

Tenslotte een paar losse gedachten die spontaan bij mij boven kwamen borrelen: Als u een stalen motorjacht met knikspant bouwt, bedenken dan dat u een producent van een vaartuig bent. Dat geeft meer mogelijkheden om 'out of the box' te denken. Een ander bouw materiaal, een andere rompvorm, een geheel ander soort schip: waarom niet?

Er zijn genoeg ontwerpers en bedenkers die een rompvorm hebben bedacht die afwijkt van het gangbare, zoals de Trieadrieame. Er zijn al een paar durfals op de markt met een (redelijk) afwijkende bootvorm. Het vergt wat (of véél) lef, maar het kán een heel andere markt openen. Dat is namelijk de markt van mensen die zich willen onderscheiden van hun buurman. "Groen is Poen". De verwachting is dat steeds meer consumenten duurzaamheid gaan waarderen. En staal hééft het voordeel dat het eenvoudig recyclebaar is. Het past daarom in dat duurzame toekomstbeeld.

En als ik er helemaal naast zit: laat het me weten op wim.lones@floating-grocer.com



Een rompontwerp met een lastige naam en een intrigerende vorm is de Trieadrieame, van ir. Martien Reissenwerber en ir. Jelle Bilkert. Welke Nederlandse jachtbouwer durft met dit concept in zee te gaan? Het is door het gerenommeerde scheepsbouwkundig ingenieursbureau Van Oossanen doorgerekend, met zeer positieve uitkomsten. Bilkert benadrukt dat het beslist geen catamaran is maar 'meer een soort veredelde mono-hull'. Het liefst gaan de ontwerpers met een Nederlandse partij in zee. Het ontwerp, geschikt voor motor- en zeiljacht, dateert al van begin jaren 90, maar heeft recent weer nieuwe impulsen gekregen. www.anwigema.nl