



Nederland is sterk in kunstgras. Veel van de grote aanbieders komen uit Nederland of hebben Nederlandse roots. Daarbij wordt snel vergeten dat ook China verschillende grote aanbieders kent. CC Grass uit Nanjing is zelfs al verschillende jaren actief op Europese markt en heeft met Antea Group, CSC Sport en De Sallandse verschillende projecten gerealiseerd. Inmiddels is het bedrijf klaar om een groter deel van de koek bemachtigen.

Auteur: Hein van Iersel

Het wordt druk op de Nederlandse kunstgrasmarkt

De Chinese kunstgrasgigant CC Grass staat klaar om een deel van de Nederlandse markt te veroveren

Het is koud, zelfs bitter koud in Landgraaf. Ik heb met deputy general manager Johanna Lee en haar marketing-collega Nimo Chen een afspraak in het uiterste zuiden van Nederland op een zes jaar oud kunstgrasveld van UOW 02, de lokale club van dit Limburgse dorp, net op de grens met Duitsland. Een bordje op het hekwerk verradt wie destijds verantwoordelijk was voor de aanleg van het veld: Oranjewoud, de oude naam van Antea Group Sport. Dat gekozen is voor dit veld in Landgraaf, is volgens Nimo Chen voor een groot deel toeval. Bij de aanbesteding in 2011 is niet alleen een veld gerealiseerd voor UOW 02, maar ook één voor KVC Oranje in Kerkrade en één op Sportpark Carisborg, dat wordt gespeeld door RK VV Haanrade.

Toeval of niet: het veld van UOW 02, dat is aangelegd als Fifa One Star-veld, ligt er goed bij. Op de keper beschouwd zelfs heel goed. De staat van het onderhoud is misschien niet helemaal je dat, door dat er te weinig infill is ingestrooid, maar het veld lijkt weinig geleden te hebben onder dit achterstallige onderhoud en de jaren bespeling. Als ikzelf zou moeten gokken, is op dit veld relatief weinig gespeeld. Dat blijkt volgens voorzitter Andrew Simons van UOW 02 niet te kloppen. De club zelf gebruikt de velden 1100 uur per jaar en dat is nog exclusief het gebruik door de Landgraafse jeugd. Overigens is voorzitter Simons het meteen eens met mijn opmerking dat de staat van het onderhoud matig is. Er is al een afspraak gemaakt

met een onderhoudsteam van J & E, om het veld eens duchtig onder handen te nemen en extra SBR-infill in te strooien. Simons is enthousiast over zijn kunstgrasveld en zegt, terwijl hij wijst op een clubje jongens die een balletje aan het trappen zijn rondom een van de doelen: 'Dit veld is zeven dagen per week open en wordt daardoor intensief gebruikt. De jeugd speelt liever op dit kunstgrasveld dan op een van de twee natuurgrasvelden. Het was een uitkomst voor ons toen wij in 2011 dit veld kregen. Daarvoor hadden wij vaak met afgelastingen te maken. Door dit veld hebben we daar geen last meer van, hebben de natuurgrasvelden meer tijd om te herstellen en kunnen we onbeperkt trainen.'



4 min. leestijd

ACTUEEL



Andrew Simons

Simons is enthousiast over zijn velden, maar is tegelijk ook kritisch. Hij heeft het idee dat vooral de oudere spelers de laatste tijd meer last hebben van blessures. 'Oudere spelers kunnen lastiger switchen van het ene naar het andere veld. Ze vinden het lastig om vandaag op kunstgras te spelen en morgen op een natuurgrasveld.'

Partners

In totaal heeft CC Grass in de laatste tien jaar ongeveer vijf velden gerealiseerd met drie verschillende aannemers. De bedoeling is om dit aantal stevig op te schroeven; het Chinese bedrijf lijkt zich daarbij te realiseren dat dit alleen kan met een sterke vertegenwoordiging op de Europese markt. CC Grass is op dit moment bezig met een eigen vestiging in het Duitse Frankfurt. Deze vestiging wordt nu nog bemand door Chinese medewerkers, maar uiteindelijk moeten hier Europese medewerkers de markt gaan ontwikkelen. Vanuit deze nieuwe vestiging in Duitsland zal ook Nederland worden bediend. Johanna Lee lijkt echter haarfijn te beseffen dat dit maar een deel van de oplossing is. Om succesvol in Nederland te zijn, is het nodig dat het bedrijf samenwerkt met een aantal lokale aannemers. Op dit moment wordt alleen samengewerkt met De Sallandse, maar het ideaalbeeld van manager Lee is een uitgebreider netwerk van aannemers – partners, noemt Lee ze – die ieder hun eigen verzorgingsgebied hebben. Wie dat precies gaan worden weet Johanna Lee nog niet, maar ze voegt er wel aan toe dat gegadigden zich bij haar kunnen melden.

USP

De belangrijkste vraag is natuurlijk: waarom zouden Nederlandse opdrachtgevers een Chinees veld moeten kopen? Johanna Lee realiseert zich dat *Made in China* voor kunstgras op dit moment niet



Johanna Lee

automatisch een kwaliteitskeurmerk is. Volgens Lee gaat dat echter niet op voor de constructies van CC Grass, en de ervaringen van UOW 02-voorzitter Simons en de conditie van het veld in Landgraaf lijken haar daarin te bevestigen. CC Grass wil zich daarbij vooral focussen op duurzame kwaliteit, dus goede en kwalitatief hoogstaande velden die vooral lang meegaan. Een belangrijke plus wordt daarbij volgens de manager gevormd door de backing, die niet, zoals bij veel andere aanbieders, is voorzien van latex om de vezels vast te zetten, maar van polyurethaan. Polyurethaan zorgt voor een sterkere hechting van de kunstgrasvezels aan de backing. Heel revolutionair is dat niet. Veel andere fabrikanten gebruiken dit procedé al jaren. Blijft het feit dat dit procedé volgens de experts belangrijke duurzaamheidsvoordelen heeft, zowel in het gebruik, doordat de mat langer mee zou gaan, als tijdens het fabricageproces. Een van de grote voordelen van een PU-backing is de afwezigheid van water in het productieproces. Daardoor is er minder energie nodig om de vulstof te drogen in de coatingstraat. De PU-backing is een belangrijke plus, volgens Johanna Lee, maar technisch gezien niet de enige. Volgens Lee zou de nieuwste generatie kunstgrasmatten zijn voorzien van betere en duurzamere vezels dan de zes oude matten.

Prijs

Een ander belangrijk pluspunt van de velden van CC Grass is de aantrekkelijke prijsstelling. Volgens insiders levert het bedrijf matten die al gauw een tot twee euro per vierkante meter goedkoper zijn. Dat is groot geld in een markt die al jaren rode cijfers draait en waar keihard gevochten wordt voor iedere aanbesteding die op de markt komt. Tegenover de aantrekkelijke prijs staat het nadeel van de productie in China. De Nederlandse markt wordt gekenmerkt door productie op maat. Veel

opdrachtgevers willen – al dan niet ingefluisterd door hun adviesbureau – hun eigen specifieke mat. En hoewel er een trend is ingezet dat de opdrachtgever meer voor bewezen standaardproducten kiest, is de markt naast competitief ook zeer kritisch en wordt van leveranciers een hoge mate van flexibiliteit verwacht. Voor CC Grass zou dat geen probleem moet zijn. Johanna Lee: 'Iedereen denkt dat China ver weg is. Dat is helemaal niet zo. Het duurt vier weken om een mat van China naar Nederland te vershippen.' Daarnaast meldt Lee dat ook bij de nieuwe vestiging in Frankfurt voorraad zal worden aangehouden.

Over de SBR-discussie heeft Johanna Lee geen uitgesproken mening. Zij kent de discussie en begrijpt dat die speelt in de Nederlandse markt. Enerzijds is Lee van mening dat een mat die wordt ingevuld met SBR uit het oogpunt van sportfunctionele eigenschappen de beste prestaties geeft tegen de beste prijs. Anderzijds biedt CC Grass ook constructies aan die ingevuld kunnen worden met andere vormen van infill.

Al met al lijkt CC Grass daarmee niet de meest revolutionaire of toonaangevende aanbieder op de markt. De vraag is overigens of dat altijd gewenst is. Op het belangrijkste aspect waar een mat aan moet voldoen, lijkt CC Grass te scoren: duurzame kwaliteit, dus een mat die er zes jaar na oplevering nog gewoon goed uitziet.



Be social

Scan of ga naar:

www.Fieldmanager.nl/artikel.asp?id=17-6607