‘Sportvisserij kans voor grotere retailers’

09-04-2008 00:00

Sportvissen is een vrijetijdsbesteding in opkomst, al zijn goede cijfers over het aantal vissers lastig te vinden. Het zijn niet langer alleen mannen die naar hun dobber staren, ook vrouwen en jongeren zijn tot de hengel bekeerd. Vissen als volkssport: is dat een kans?

Niet iedereen is ervan gecharmeerd, maar een slordige twee miljoen Nederlanders brengen weleens een dagje aan de waterkant door om hun geluk in de vissport te beproeven. Dat beweert althans de belangenclub Sportvisserij Nederland. Het aandeel sportvissers in de totale bevolking zou te vergelijken zijn met dat in de Scandinavische landen, Groot-Brittannië en de Verenigde Staten, waar tien tot vijftien procent van alle volwassen inwoners vist.

Was de hengel vroeger vooral een mannelijk sportattribuut, tegenwoordig is volgens Sportvisserij Nederland één op de vier hengelaars een vrouw. De belangenorganisatie zoekt de oorzaak voor dit fenomeen in het groeiend aanbod aan hippe hengelsportartikelen en trendy outfits, maar dat is welbeschouwd een heel laatdunkende verklaring voor deze verschuiving. Vissen als fashion statement: dat lijkt wat vergezocht. Hengelsport zou ook meer jongeren aantrekken, een doelgroep van ruim een half miljoen waar Sportvisserij Nederland op mikt met de nieuwe website Stekkie.nl. Tegelijk besteden ook veel senioren met extra vrije tijd menig dagdeel aan het water.

Het gehele verhaal over de kansen die de sportvisserij biedt voor de retail is te lezen in het aprilnummer van RetailTrends
Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik hier
U kunt een gratis proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl