



# Programma

**Introductie**

**Verantwoording onderzoek**

**Omvang wielersportmarkt**

**Segmentatie**

**Toertochten**

**Veiligheid en ergernissen**

**Fietsverkopen**

**Webshoppen door wielersporters**

**Afsluiting**



**Onderzoeksverantwoording–  
Hoe zijn de resultaten tot stand gekomen?**

In de zomer van 2016 heeft onderzoeksbureau GfK in opdracht van Bike MOTION Benelux en de NTFU een onderzoek uitgevoerd onder wielersporters in Nederland met als doel:

- *Inzicht krijgen in de omvang van de doelgroep wielersporters.*
- *Inzicht krijgen in de omvang en kenmerken van de verschillende segmenten, die binnen de doelgroep wielersporters te onderscheiden zijn.*
- *In kaart brengen customer journey en inzicht krijgen in het gedrag van wielersporters en hun houding t.o.v. toertochten.*



### Methode:

In juni 2016 heeft onderzoeksbureau GfK in opdracht van NOC\*NSF een uitgebreide screening naar sportbeoefening uitgevoerd onder ruim 59.000 panelleden. Ten behoeve van dit onderzoek is op basis van deze screening de volgende doelgroep geselecteerd:

*“Personen van 18 jaar of ouder die aangeven 12 keer of vaker per jaar aan wielrennen/toerfietsen (incl. mountainbiken, handbiken, etc.) te hebben gedaan”*

Dit heeft geleid tot een (ongewogen) potentieel van ruim  $n = 6.571$  respondenten. Zij zijn, in de periode van 22 juli t/m 2 augustus 2016, middels een online vragenlijst benaderd.

Uiteindelijk hebben 5.423 respondenten de vragenlijst ingevuld (respons 83%), waarvan er (gewogen) 3.009 de volledige vragenlijst hebben doorlopen en voldoen aan de gestelde selectiecriteria.



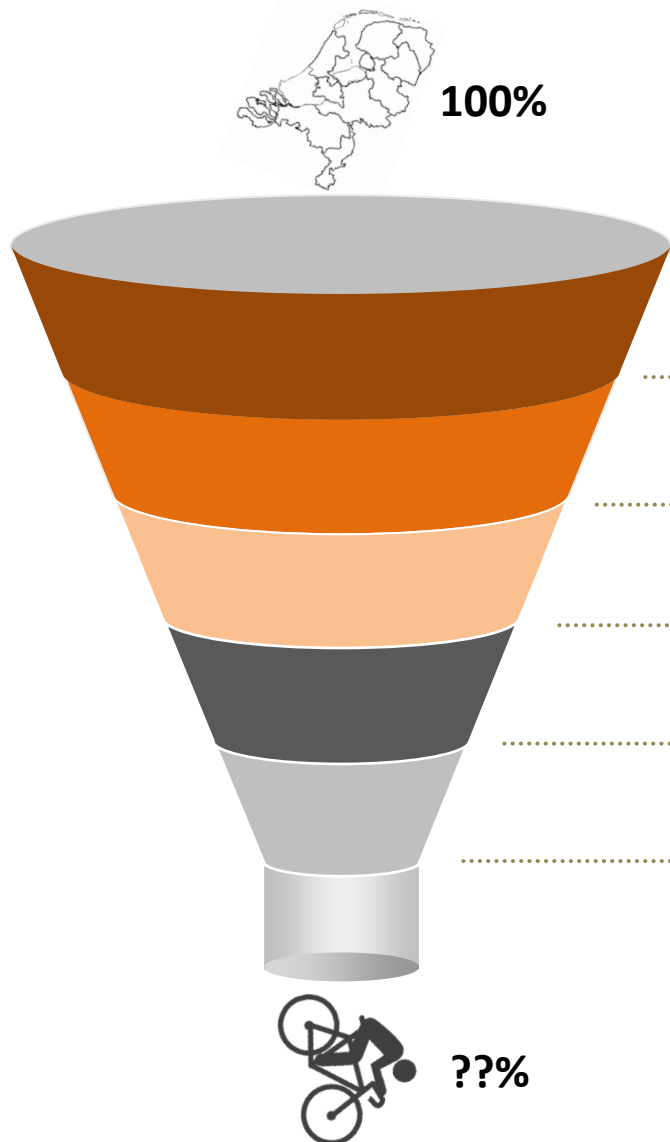
Methode (*vervolg*):

De resultaten in dit onderzoek hebben dus betrekking op een netto (gewogen) steekproef van  $n = 3.009$ .

Door middel van een weegprocedure (naar geslacht, leeftijd en opleiding) zijn de resultaten van dit onderzoek representatief voor de doelgroep 'Nederlandse wielersporters van 18 jaar en ouder'

De resultaten hebben betrekking op *“personen van 18 jaar en ouder die 12 keer per jaar of vaker aan wielrennen/mountainbiken of trektochten op de fiets doen en deze activiteit beoefenen op een sportieve fiets”*.





## Schematische weergave opzet onderzoek

Grootschalig onderzoek, onder 65.000 Nederlanders, door GfK in opdracht van NOC\*NSF naar de sportbeoefening in Nederland

Nederlanders (18+) die (minimaal) 1x aan wielrennen/mountainbiken/toerfietsen hebben gedaan

Nederlanders (18+) die 12x (of vaker) aan wielrennen/mountainbiken/toerfietsen hebben gedaan

Steekproef onderzoek, uitgevoerd door GfK, naar sportieve fietsers met aanvullende selectiecriteria naar aanleiding van de aangescherpte definitie

Resultaat van het onderzoek

## Omvang

**100%** **13.350.000**  
(2015: 13.281.000)

Omvang van de Nederlandse  
bevolking van 18 jaar en ouder

**11%** **1.495.000**  
(2015: 1.333.000)

NL 18+ die in 2015 1x aan  
sportief fietsen heeft gedaan

**9%** **1.246.000**  
(2015: 1.130.000)

NL 18+ die in 2015 12x (of vaker)  
aan sportief fietsen heeft gedaan

**+**

Aanvullende selectiecriteria voor  
het bepalen van de omvang  
van wielersporters in Nederland



6,3% = 849.000

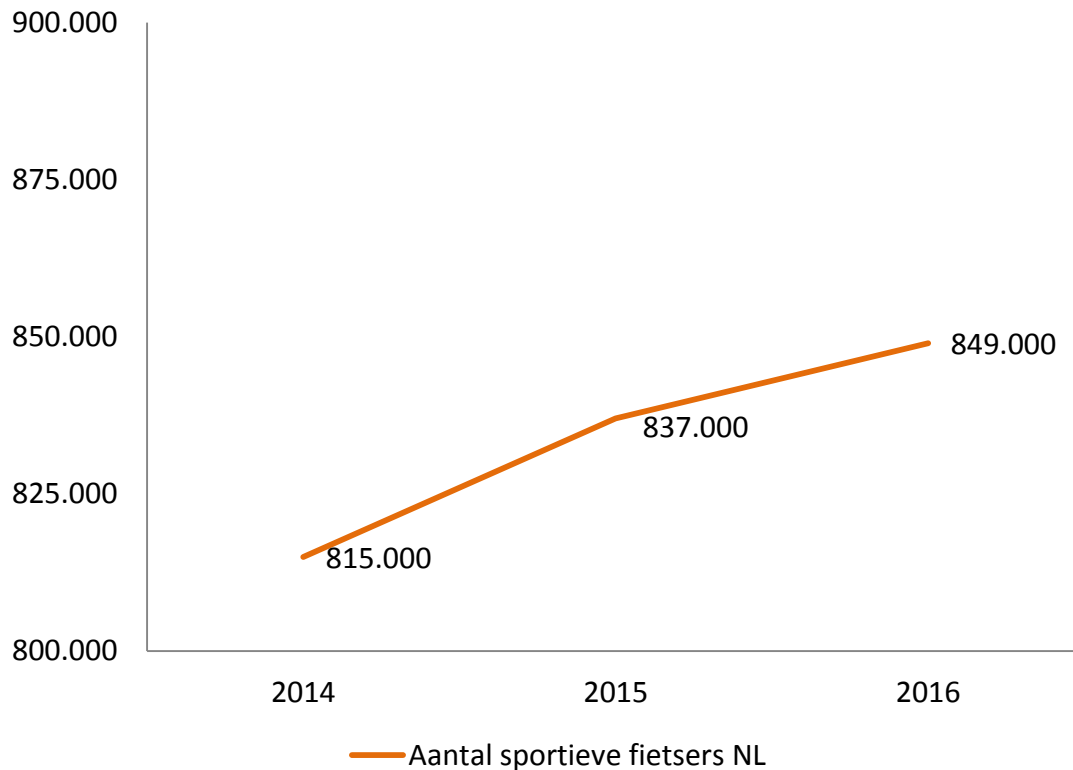
NL bevolking 18+

Wielersporters in Nederland

**Definitie:**

*“Personen van 18 jaar en ouder die 12 keer per jaar of vaker aan wielrennen/mountainbiken of trektochten op de fiets doen en deze activiteit beoefenen op een sportieve fiets”*

# Resultaten



Het aantal sportieve fietsers is de laatste jaren toegenomen. Echter waar in 2015 het aandeel t.o.v. van de Nederlandse bevolking nog toenam van 6% naar 6.3% is dit in 2016 niet het geval.

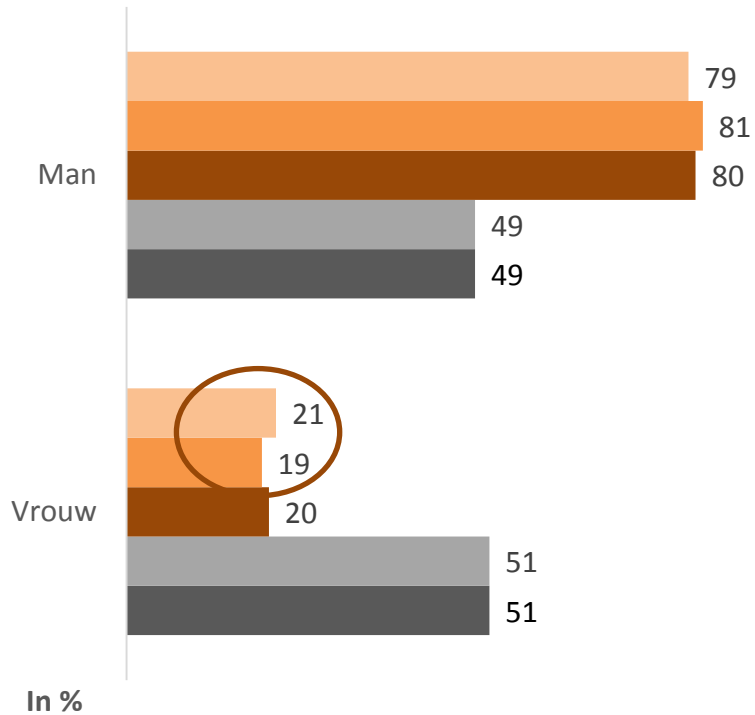
De sportparticipatie in Nederland vertoont de laatste jaren een stabiel beeld en kent geen flinke toe- of afnames. De wielersport vertoont dan ook geen andere trend dan de landelijke sportparticipatie.\*

\* Sportdeelnameindex NOC\*NSF



# Resultaten

## Geslacht

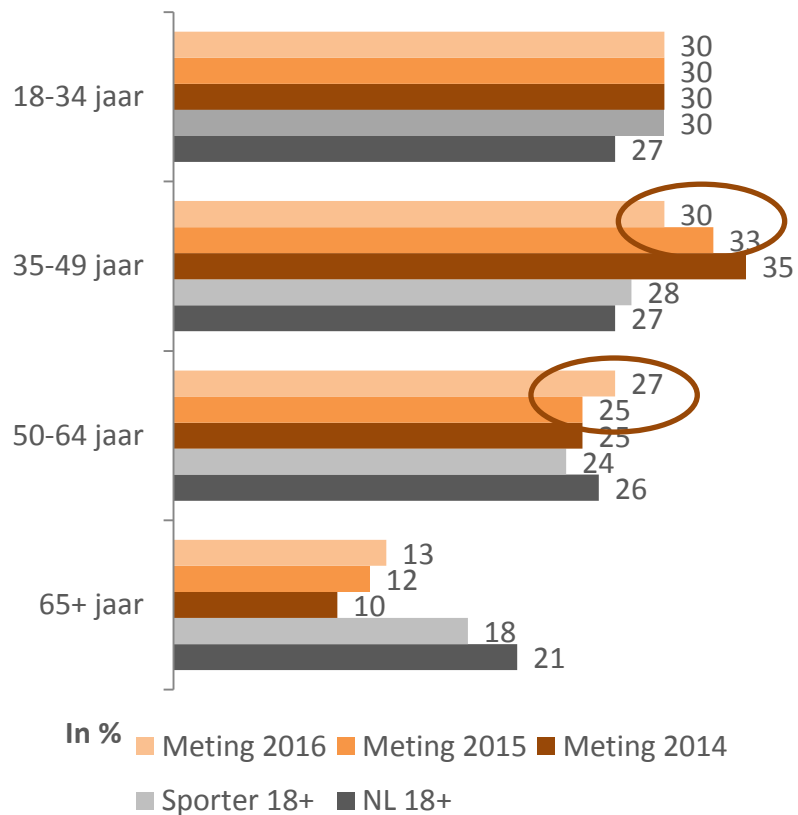


De wielersport is nog steeds voornamelijk een mannsport.



# Resultaten

## Leeftijd



Ten opzichte van overige sporters (van 18+) in Nederland is er sprake van:

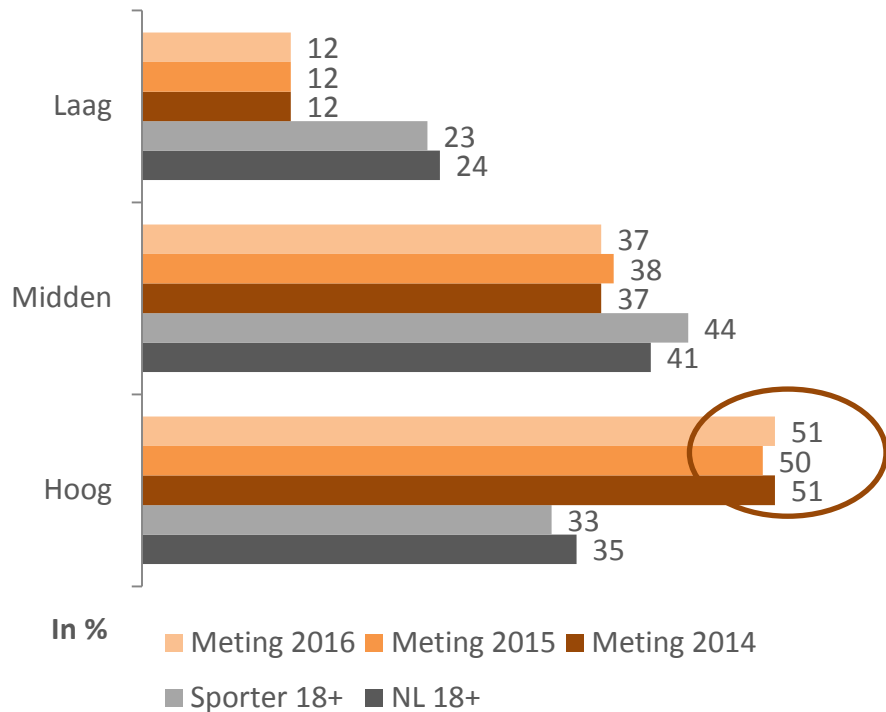
- een gelijke verhouding in de leeftijdsgroep t/m 34 jaar
- een oververtegenwoordiging in de leeftijdsgroep 35 t/m 49 jaar
- een oververtegenwoordiging in de leeftijdsgroep 50 t/m 64 jaar
- een ondervertegenwoordiging in de doelgroep van 65 jaar of ouder

De gemiddelde leeftijd van de sportieve fietser is **46 jaar** (2015: 45 jaar).



# Resultaten

## Opleiding



Het is een bekend gegeven dat Nederlanders die aan sportbeoefening doen over het algemeen hoger opgeleid zijn; de sportparticipatie neemt toe, naarmate het opleidingsniveau stijgt.

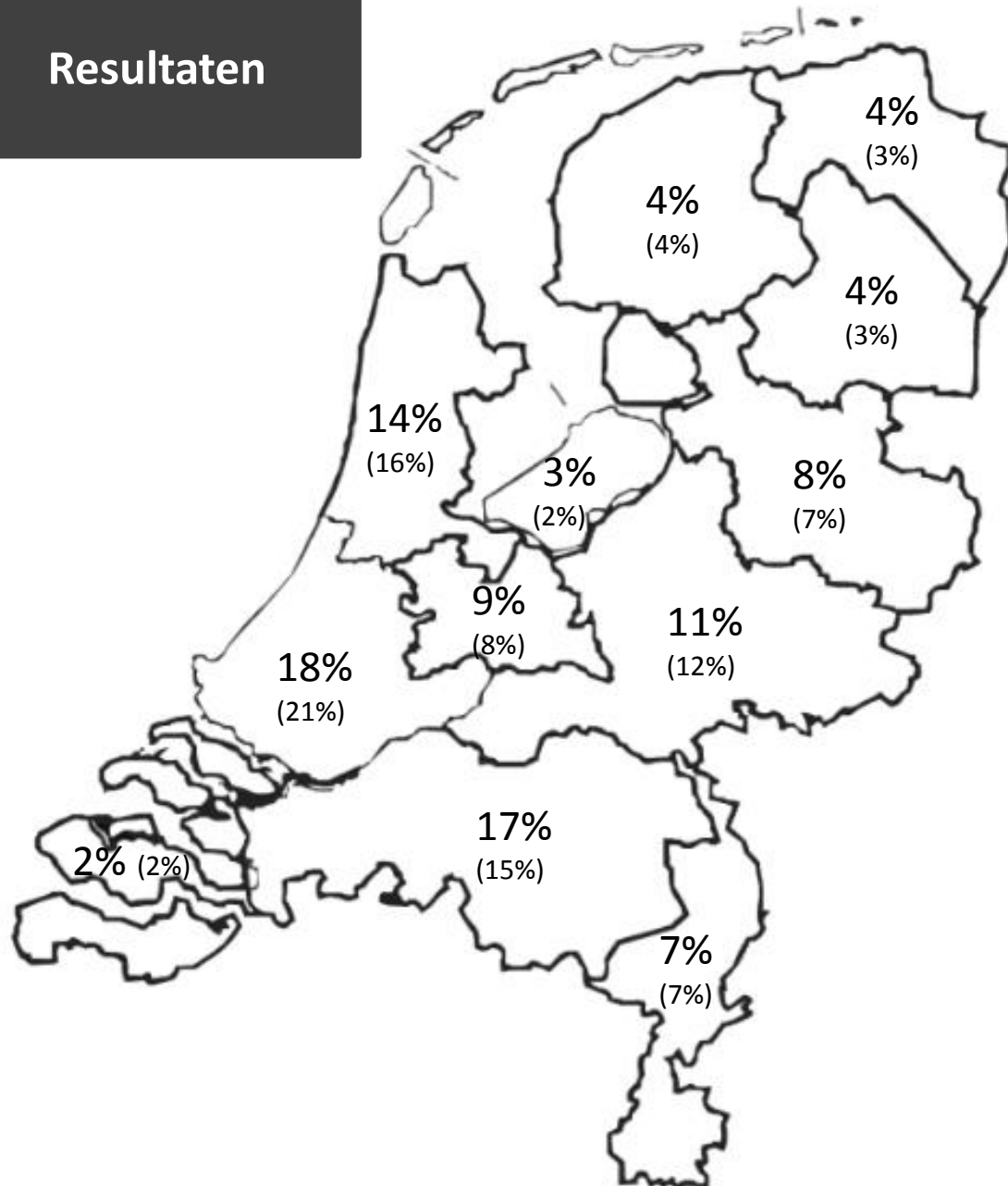
Beoefenaars van de wielersport vormen daarop geen uitzondering. In vergelijking met overige sportbeoefenaars is het (gemiddelde) opleidingsniveau van wielersporters zelfs nog hoger.



# Resultaten



In de landkaart hiernaast is weergegeven hoe de wielersporters in Nederland (100% = 849.000 ) over het land zijn verdeeld.



\*) Tussen ( ) de verdeling van het aantal personen in Nederland, zoals deze door het CBS zijn gemeten (situatie november 2015).

# Resultaten

**80%**

(2015: 79%)  
Wielrennen

**38%**

(2015: 42%)  
Mountainbiken

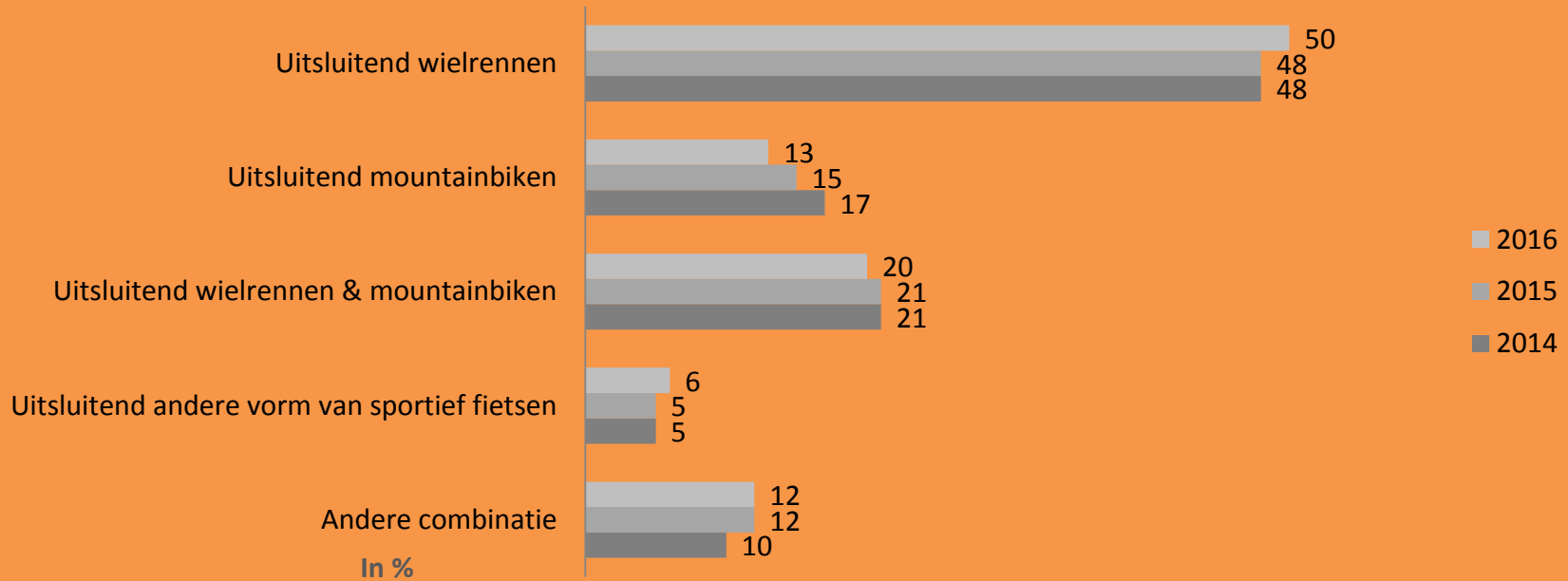
**17%**

(2015: 17%)  
Andere  
sportieve fietser

**20%**

(2015: 21%)  
Wielrennen +  
Mountainbiken

Respondenten kunnen meerdere disciplines binnen de wielersport beoefenen, vandaar dat som van de verschillende onderdelen hoger is dan 100%



Als de wielersporters opnieuw worden ingedeeld, blijkt dat een duidelijke meerderheid uitsluitend op de racefiets te vinden is. De 'combi' wielersporter (race + atb) is daarna de grootste groep



**Segmentatie -  
Wie is de wielersporter?**



### Avontuurlijke wielersporter

**35% van de markt**  
(2015: 33%)  
(2014: 35%)

**297.150 fietsers**

### Fanatieke wielersporter

**32% van de markt**  
(2015: 35%)  
(2014: 26%)

**271.680 fietsers**



Segmenten



### Genietende wielersporter

**13% van de markt**  
(2015: 13%)  
(2014: 12%)

**110.370 fietsers**

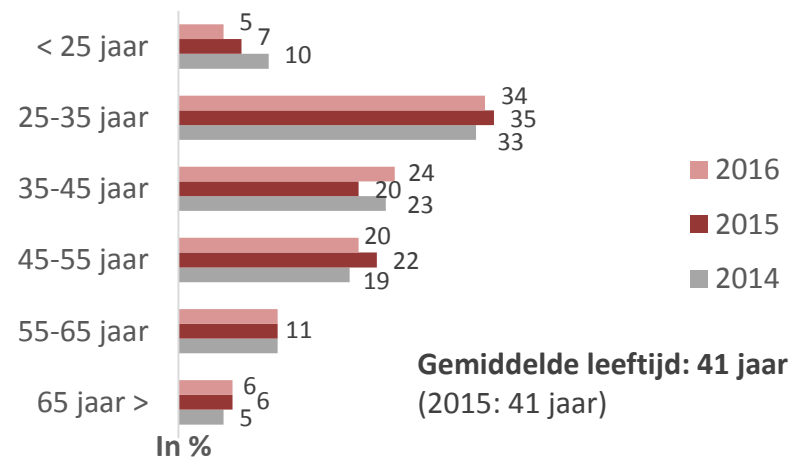
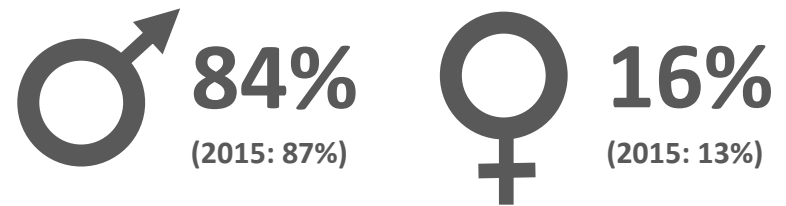
### Vrije wielersporter

**20% van de markt**  
(2015: 19%)  
(2014: 28%)

**169.800 fietsers**



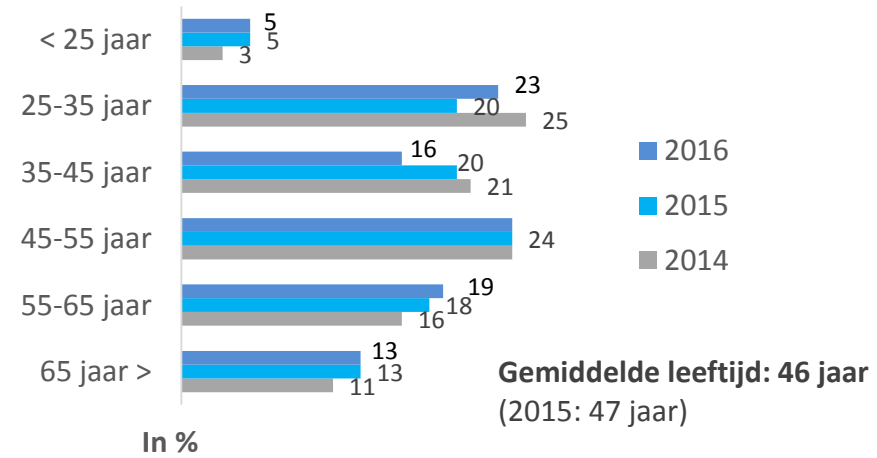
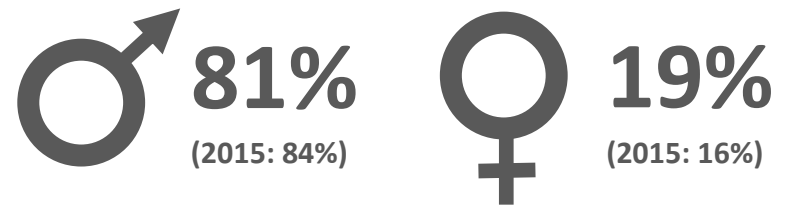
# 'Het leven is een uitdaging'



## De avontuurlijke wielersporter

Deze wielersporter leidt een afwisselend leven. Is ambitieus en zeer doelgericht. Op zoek naar spanning en avontuur. Het jongste segment. Naast fietsen ook geïnteresseerd in andere sporten; multi-sporter. Is prestatief (ambitieus) ingesteld, wil het leven optimaal beleven. Minder geïnteresseerd in traditionele media. Niet zozeer een fietsende sporter, maar een sportende fietser. Het is bovendien de grootste groep binnen de wielersport.

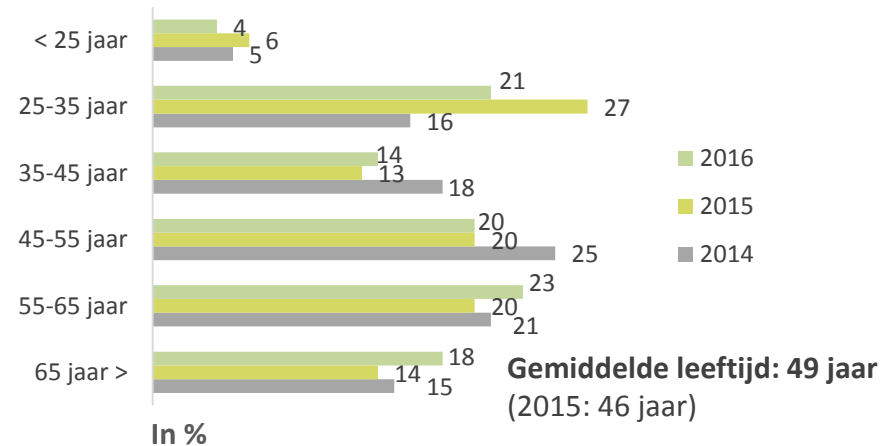
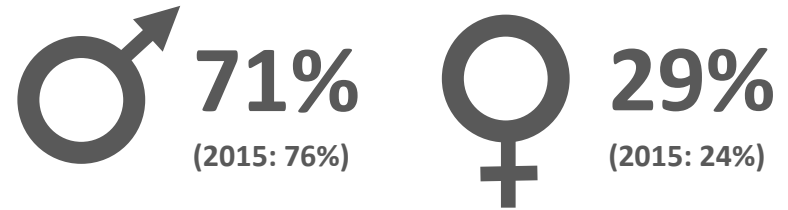
# 'Ontspanning door inspanning'



## De fanatieke wielersporter

De wielersport is voor deze groep de meest favoriete sport. Een leven zonder sportief fietsen kan men zich moeilijk voorstellen. Naast prestaties, zijn gezondheid en fitheid de belangrijkste drijfveren voor het beoefenen van de wielersport. Deze groep ademt wielersport! Het is ook de groep met het hoogste koopgedrag en interesse in producten. Hoog en divers mediagebruik.

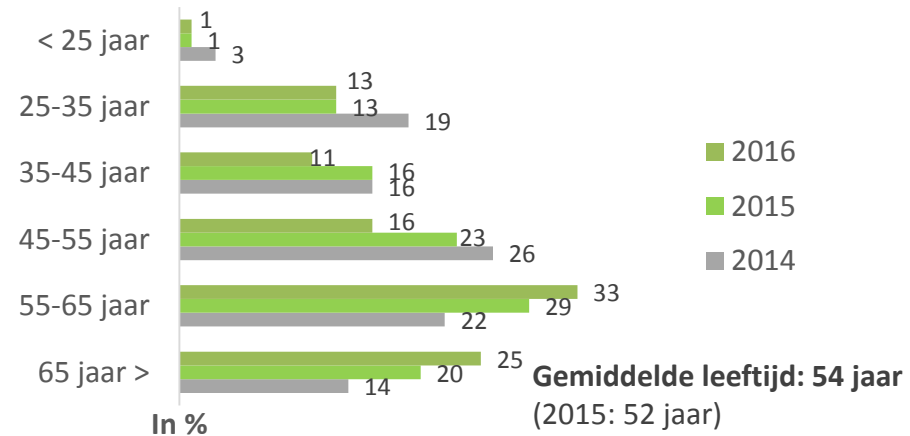
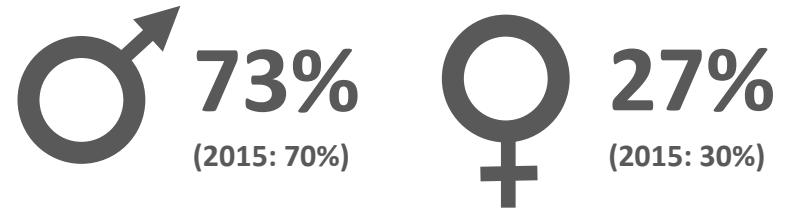
# 'De eindbestemming bereiken'



## De vrije wielersporter

Voor de vrije wielersporter is het bereiken van de eindbestemming een doel op zich. Deze fietser belast zichzelf niet met ambitieuze doelen, maar hecht waarde aan de vrijheid van het fietsen. Sport omdat men het belangrijk vindt om fit en gezond te zijn en te blijven. Het is een meer traditionele doelgroep, plichtsgetrouw en sociaal betrokken.

# 'Samen genieten van het fietsen en de natuur'



## De genietende wielersporter

Voor deze groep is fietsen ontspanning en genieten. Geniet vooral van het samen fietsen met anderen en van de natuur. Liefhebber van meerdaagse tochten (trekking fietser). Voelt zich sterk betrokken bij en verantwoordelijk voor het milieu en de maatschappij. Dat zie je ook terug in de rationele consumptiestijl, die georiënteerd is op hoge kwaliteit en duurzaamheid. Een groep die bovendien traditioneel is in mediagebruik (tijdschriften, dagbladen en boeken).

## Segmentatie

## De verschillende type wielersporters

Avontuurlijke wielersporter

**77%**

Wielrennen

**43%**

Mountainbiken

Beide:  
20%

Fanatieke wielersporter

**84%**

Wielrennen

**43%**

Mountainbiken

Beide:  
26%

Vrije wielersporter

**78%**

Wielrennen

**26%**

Mountainbiken

Beide:  
11%

Genietende wielersporter

**81%**

Wielrennen

**31%**

Mountainbiken

Beide:  
18%

### Avontuurlijke wielersporter

260.273 fietsers (88%)



82%



45%



31%

### Fanatieke wielersporter

229.080 fietsers (84%)



86%



37%



26%

708.324

(83%)

### Genietende wielersporter

83.539 fietsers (76%)



79%



32%



16%

### Vrije wielersporter

135.432 fietsers (80%)



84%



32%



18%





# **Resultaten – beoefenen van de wielersport**



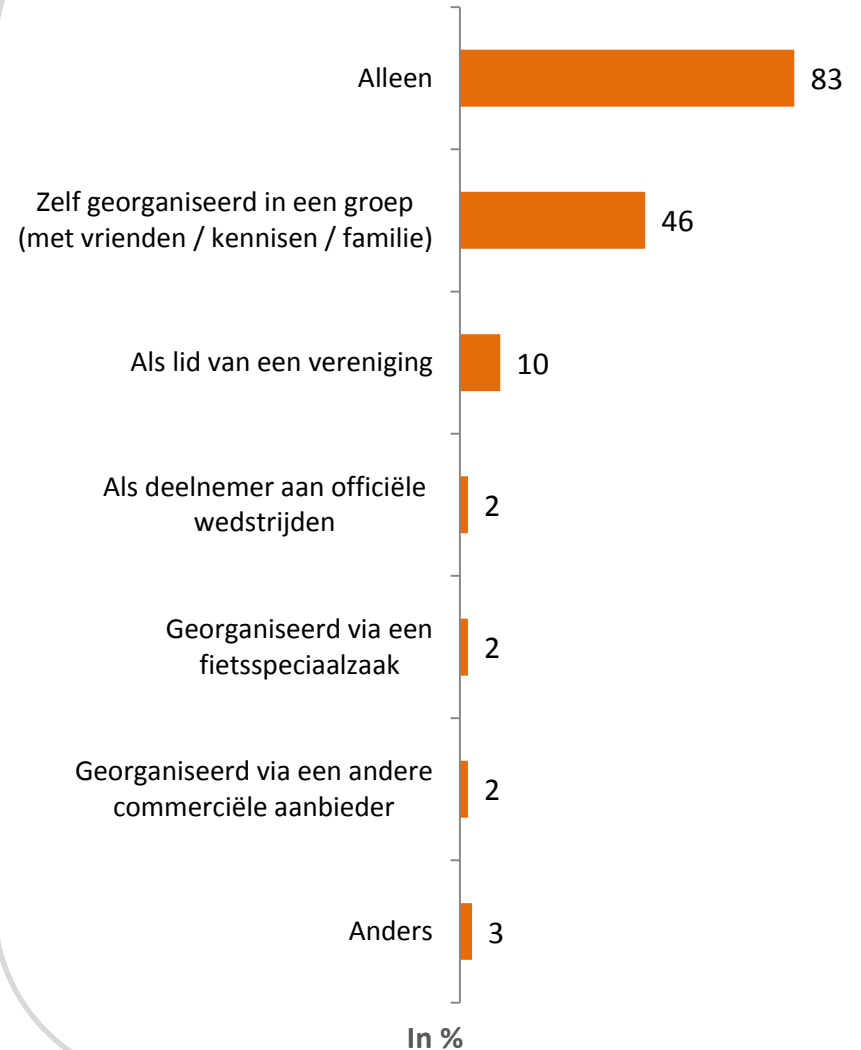
**6%** van de wielersporters is geïnteresseerd in het rijden van officiële wedstrijden.

**16%** neutraal

Voor **78%** zijn officiële wedstrijden niet interessant.

Percentages exclusief de groep die de wielersport beoefend als deelnemer aan officiële wedstrijden.

## Hoe beoefent men de sport?

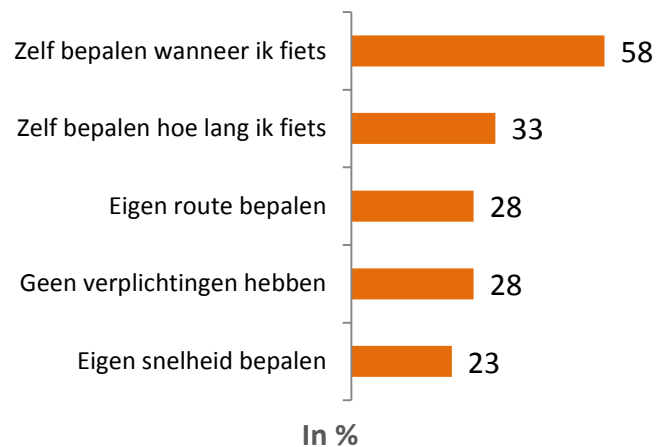




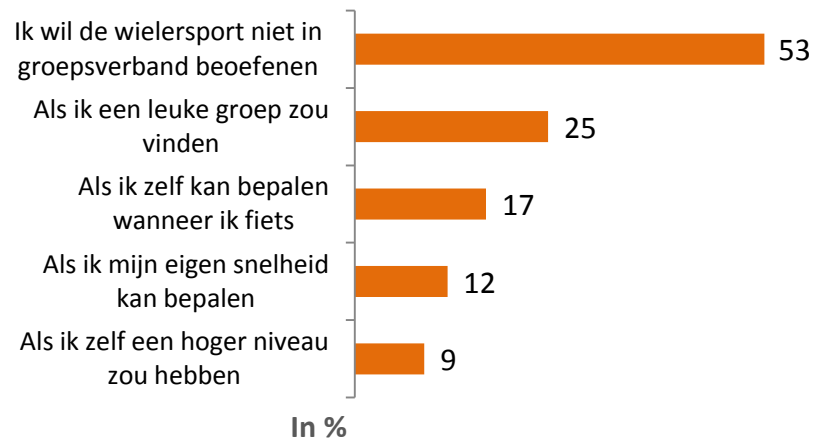
# 41%

van de wielersporters  
beoefent de wielersport  
uitsluitend alleen.

## Waarom wordt de wielersport alleen beoefend? (Top 5)



## Wanneer zou men de wielersport wel in groepsverband willen beoefenen? (Top 5)





# 60%

van de wielersporters  
beoefent de wielersport in  
groepsverband.

## Waarom beoefend men de wielersport in groepsverband?



# Resultaten toertochten



5

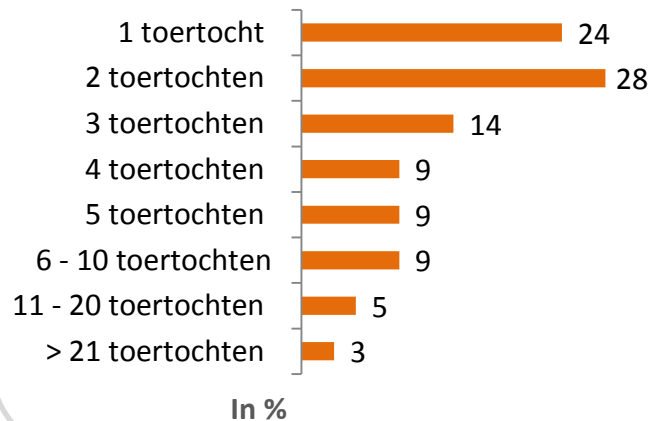
Gemiddeld aantal  
tochten p.j.

**331.000** wielersporters rijden  
jaarlijks gemiddeld **6**  
toertochten\*. **18%** hiervan  
rijdt 10 of meer toertochten  
per jaar.

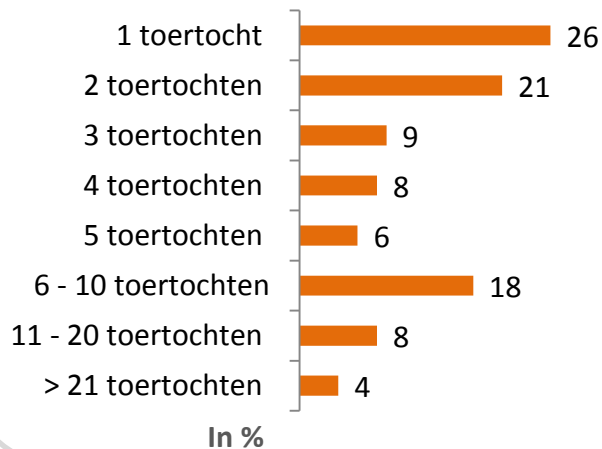
6

Gemiddeld aantal  
tochten p.j.

### Aantal toertochten per jaar (racefiets)



### Aantal toertochten per jaar (mountainbike)



\* Onder toertochten worden georganiseerde evenementen verstaan

Hoeveel starts per jaar bij toertochten ?

6 tochten p.j.

(+/-) **331.000**

Sportieve fietsers rijden  
toertochten

(+/-) **1,8 mln**

Starts per jaar door  
sportieve fietsers



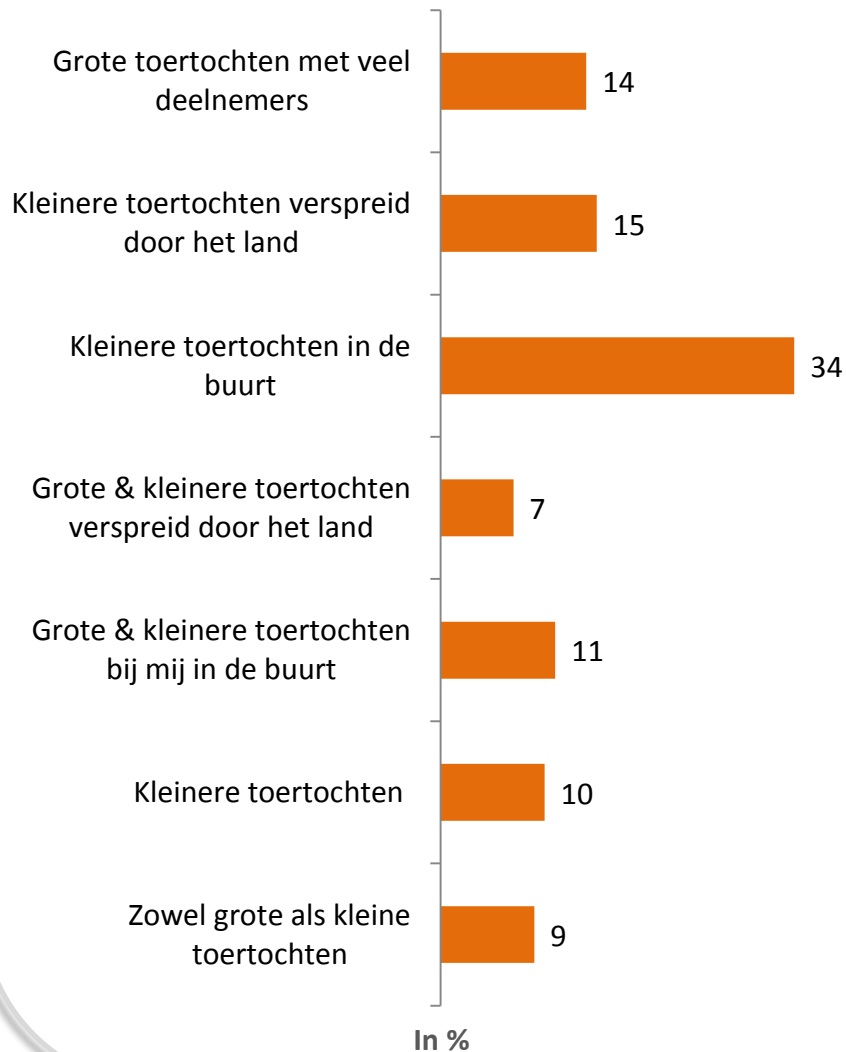
# Resultaten



Kleinere toertochten in de nabije omgeving van de wielersporter zijn populair. Ruim **100.000 wielersporters** nemen uitsluitend aan deze evenementen deel.

14% neemt uitsluitend deel aan grote evenementen (zoals 'Limburgs Mooiste' & 'Jan Janssen Classic').

## Welke soort toertochten rijdt men?



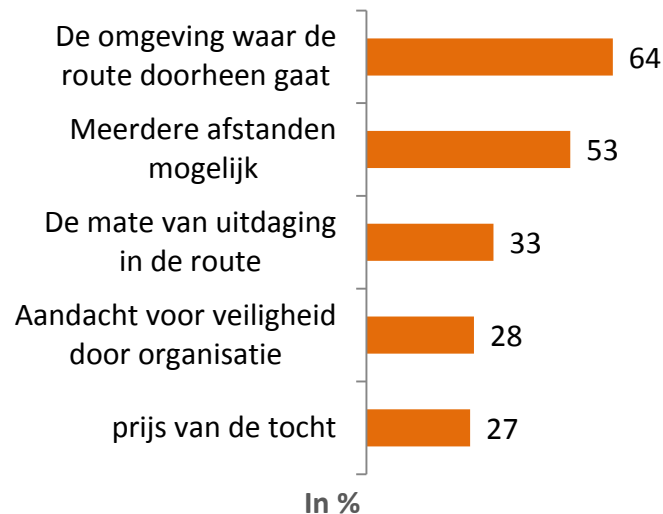
# Resultaten



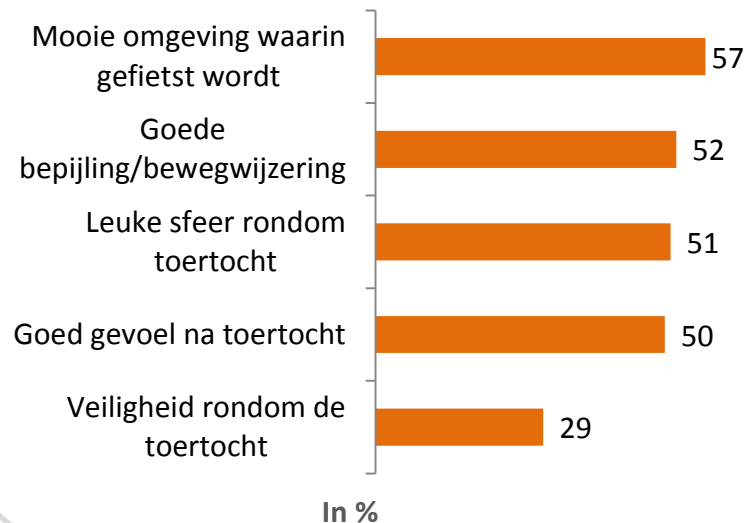
Extra diensten zoals een bewaakte fietsenstalling (9%), foto's /video's onderweg (5%) en een blijvende herinnering aan de tocht (9%) zijn voor een relatief kleine groep belangrijk.

Mannen zijn vaker opzoek naar een uitdaging tijdens een tocht (o.a. hoogtemeters). Vrouwen vinden meerdere afstanden en de soort omgeving waarin men fietst belangrijker.

## Belangrijk bij deelname aan een toertocht (Top 5)



## Zorgt voor plezier tijdens een toertocht (Top 5)



**Resultaten veiligheid & ergernissen**

# Roekeloos gedrag Racende wielrenners terroriseren fietspaden

Het aantal doden en gewonden door ongelukken op de fiets neemt toe, blijkt uit cijfers van de Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid (SWOV). Belangrijke oorzaak: het toenemend aantal racefietsers. Ook afgelopen week ging het weer ernstig mis. 'Onze stelregel is: waan je niet in de Tour de France.'

Redactie 16-07-13, 09:57 Laatste update: 19-02-16, 03:12 Bron: Algemeen Dagblad



'Wielrenners betrokken bij twee dodelijke ongelukken,' kopte het AD gisteren. Een 33-jarige vrouw uit Veenendaal vond de dood door toedoen van een 17-jarige jongen uit Eersel werd na een wielertocht van 3 uur bij het overlopen van de rijweg geschept door een automobilist. Hij overleed in het ziekenhuis.

...delijk? Volgens Monique Ligtoet van Veiligheidsbureau...  
...fietsongeval. Jaarlijks overlijden...  
...aantallen

## Zelfs digitaal juttent mannen elkaar op

Ze zijn ondertussen met meer dan...  
fietsers

# Fietspaden: on- veilig en te druk

Het wordt steeds drukker op het fietspad. Gevolg: meer ongelukken. Maar dat is de schuld van de ander.

## Wielrenners zonder bel zijn bron van ergernis

01 APR 2014



**DEN HAAG - Fietzers zouden zich in het verkeer beter moeten gedragen. Vooral wielrenners en jongeren lappen de regels vaak aan hun laars. Dat blijkt uit een onderzoek onder 7000 lezers van de Kampioen, meldt de ANWB dinsdag.**

Wielrenners zonder fietsbel en scholieren die vaak met meer dan twee naast elkaar rijden, voeren de Ergernis Top 5 aan. Ook fietsers die zonder licht of tegen het verkeer in rijden,



ijk toe.  
pen en  
weg in  
et niet  
in een  
m een  
gehad  
lopen.  
e wiel-  
letten.  
merkt  
iets en  
den  
t  
ne

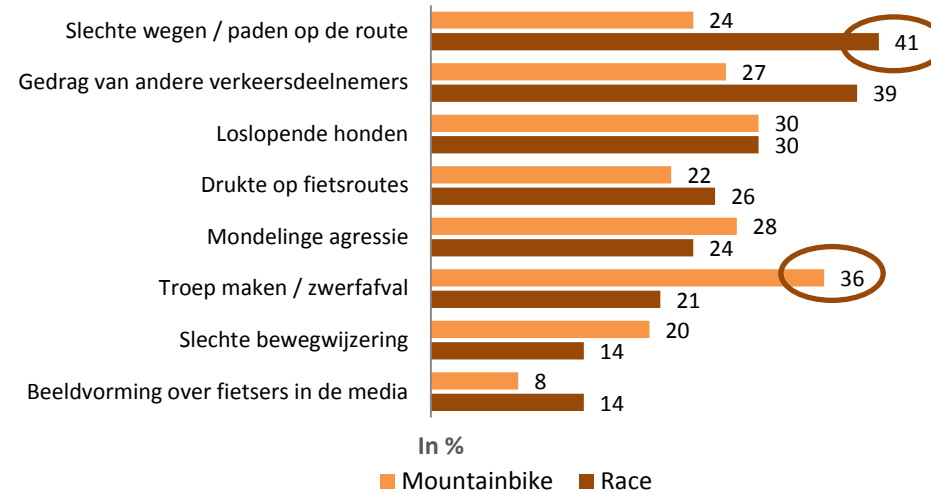
# Resultaten

Wielersporters ergeren zich voornamelijk aan het onveilige en respectloze gedrag van verschillende verkeersdeelnemers ten opzichte van elkaar.

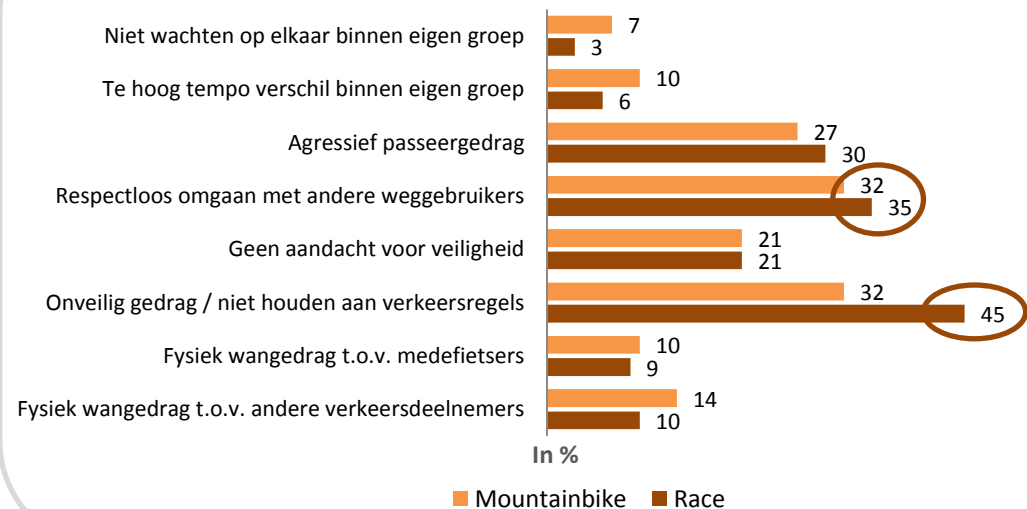
Wielersporters actief op de racefiets ergeren zich vooral aan slechte wegen en paden.

Meer dan een derde van de mountainbikers stoort zich aan troep en zwerfaval in de natuur.

## Ergernissen algemeen



## Ergernissen t.o.v. andere fietsers

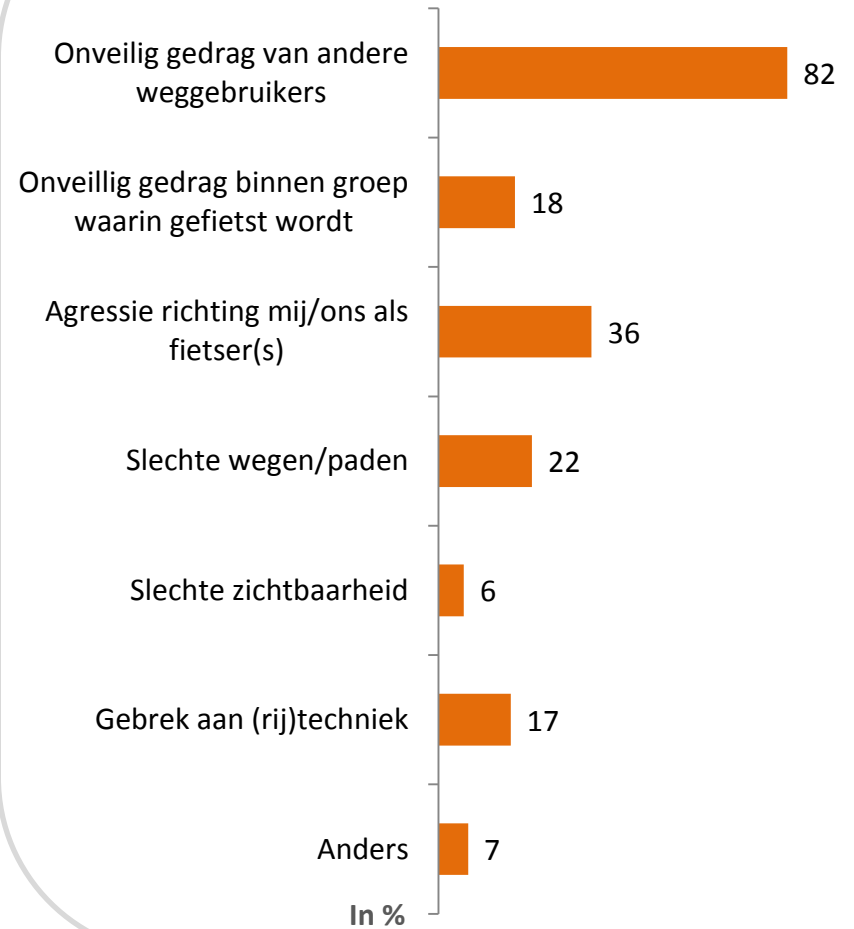


4%

voelt zich onveilig tijdens het beoefenen van de wielersport.



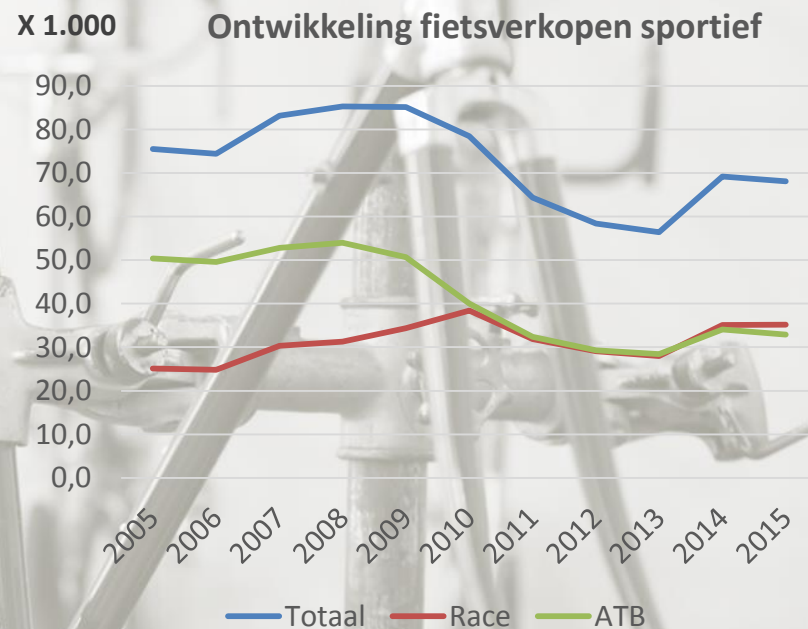
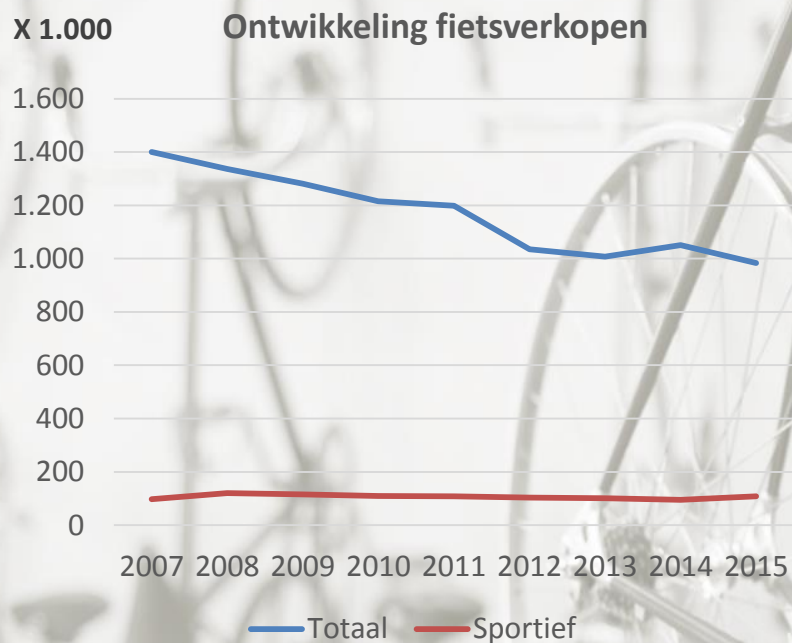
## Waarvoor voelt men zich onveilig?



**Aankoopintentie –**

**Hoeveel wielersporters zijn in de markt voor een fiets?**

# Aankoopintentie



## Algemene ontwikkelingen fietsverkopen:

- Algemeen: dalende trend fietsverkopen. Voor het eerst (...) onder 1 miljoen stuks
- Groeiende omzet onder invloed stijgende verkopen e-bikes
- Fysieke (dealer)kanaal blijft belangrijk in verkopen
- Dalende trend in verkopen sportieve fietsen



## Top 5 bezit merken racefiets

1



2



3



4



5



## Top 5 bezit merken ATB



# Segmentatie



**Avontuurlijke  
wielerporter**



**Fanatieke  
wielerporter**



**Vrije  
wielerporter**



**Genietende  
wielerporter**

# Big Spender

- Bij de eerste meting is de 'Big Spender' geïntroduceerd
- De wielerporter geeft bij de aankoop van een sportieve fiets € 3.500 of meer uit
- Deze groep vertegenwoordigt **5%** van de wielerporters



# Aankoopintentie



Gemiddeld doet een sportieve fietser

# 7,4 jaar

met de sportieve fiets.

**Segment wielersporter:**

Avontuurlijke: 7,2 jaar

Fanatieke: 6,9 jaar

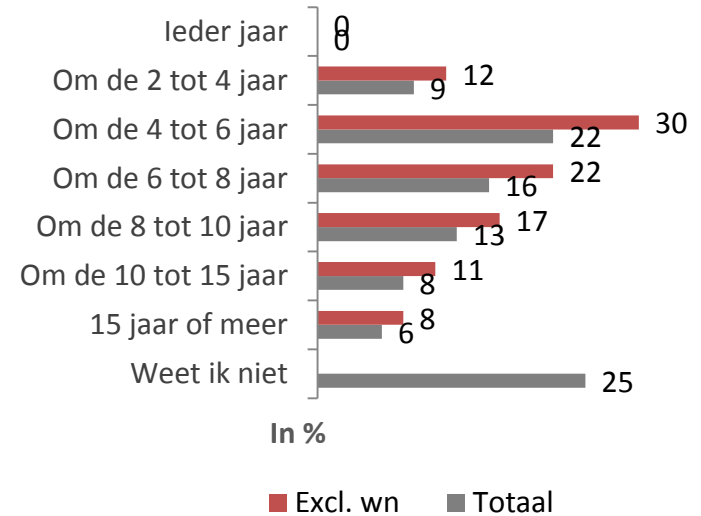
Vrije: 8,7 jaar

Genietende: 8,5 jaar

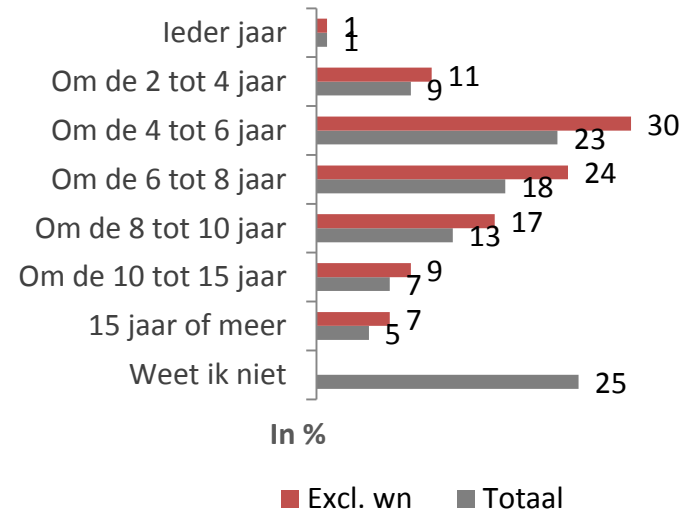
**7,5 jaar**  
Gemiddeld

**7,3 jaar**  
Gemiddeld

## Gemiddelde levensduur racefiets

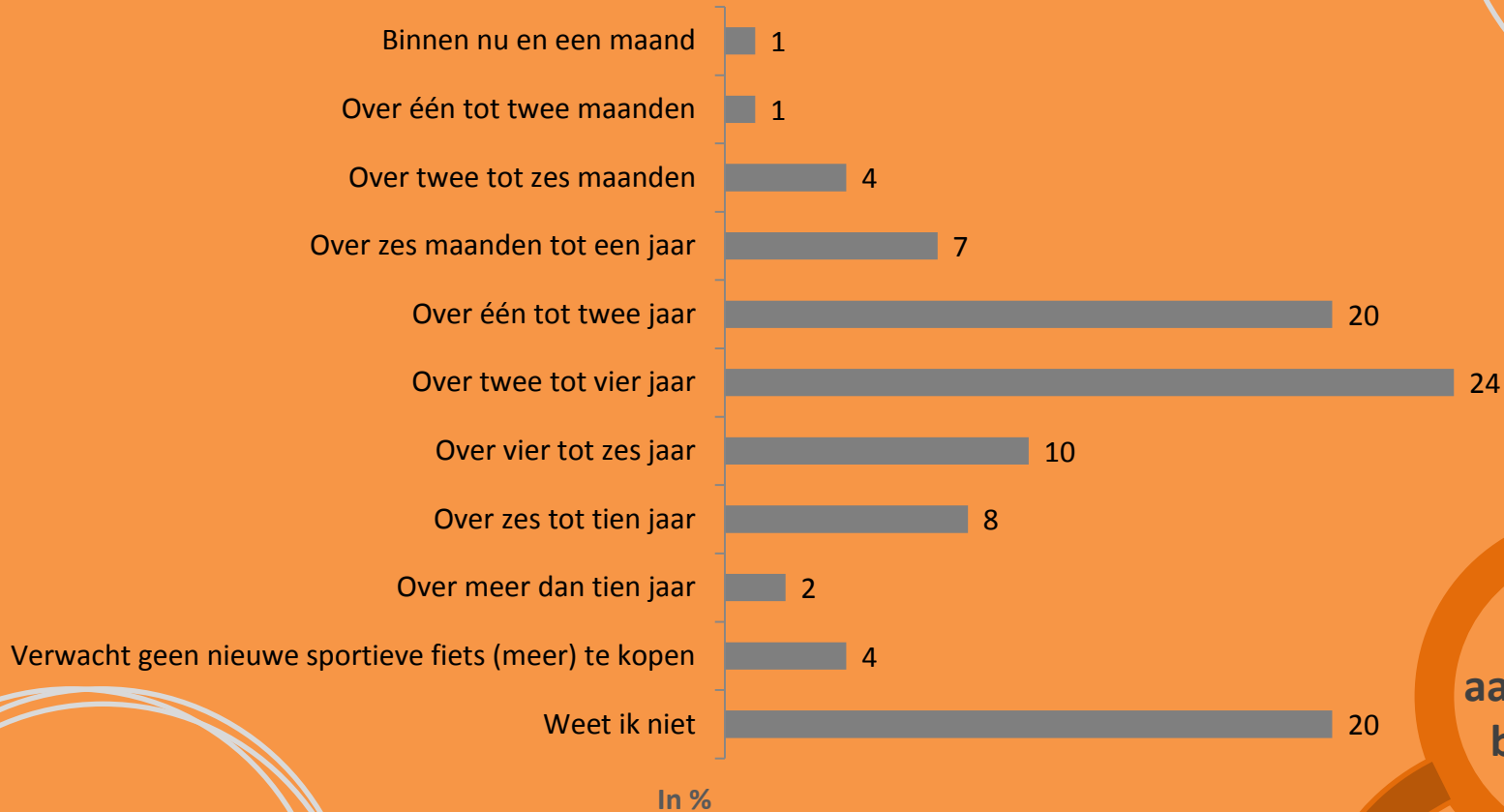


## Gemiddelde levensduur mountainbike



# Aankoopintentie

## Wanneer in de markt voor een andere fiets?



**12%\***  
aankoopintentie  
binnen nu en  
één jaar

\*) verschil met afronding

# Aankoopintentie

Wanneer in de markt voor een andere fiets?

Avontuurlijke  
Wielersporter

**13%**

binnen nu  
en één jaar

Fanatieke  
Wielersporter

**14%**

binnen nu  
en één jaar

Vrije  
Wielersporter

**8%**

binnen nu  
en één jaar

Genietende  
Wielersporter

**9%**

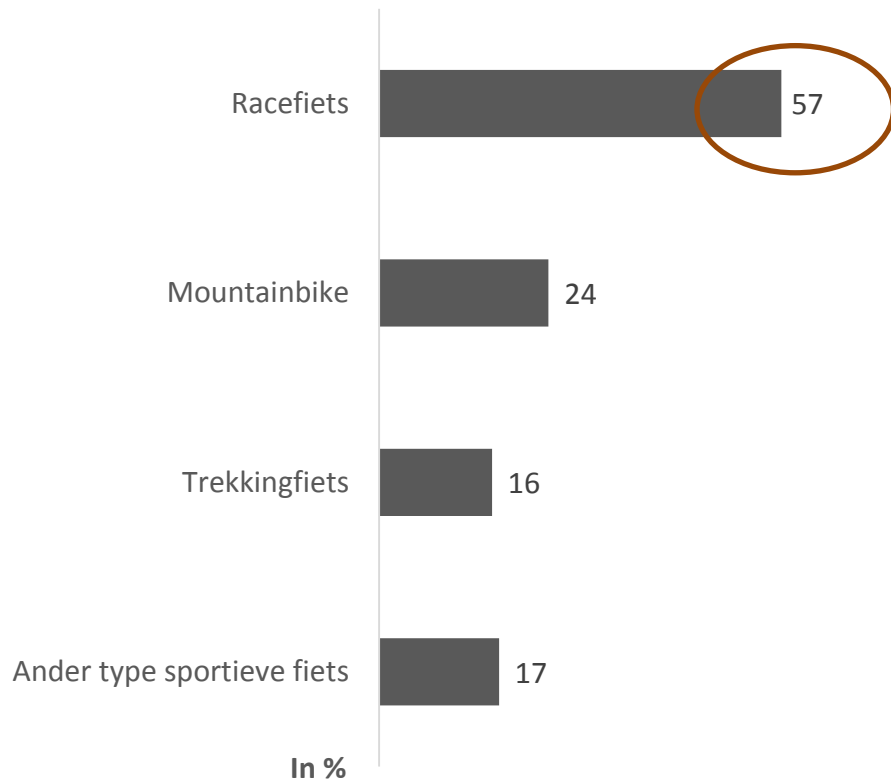
binnen nu  
en één jaar



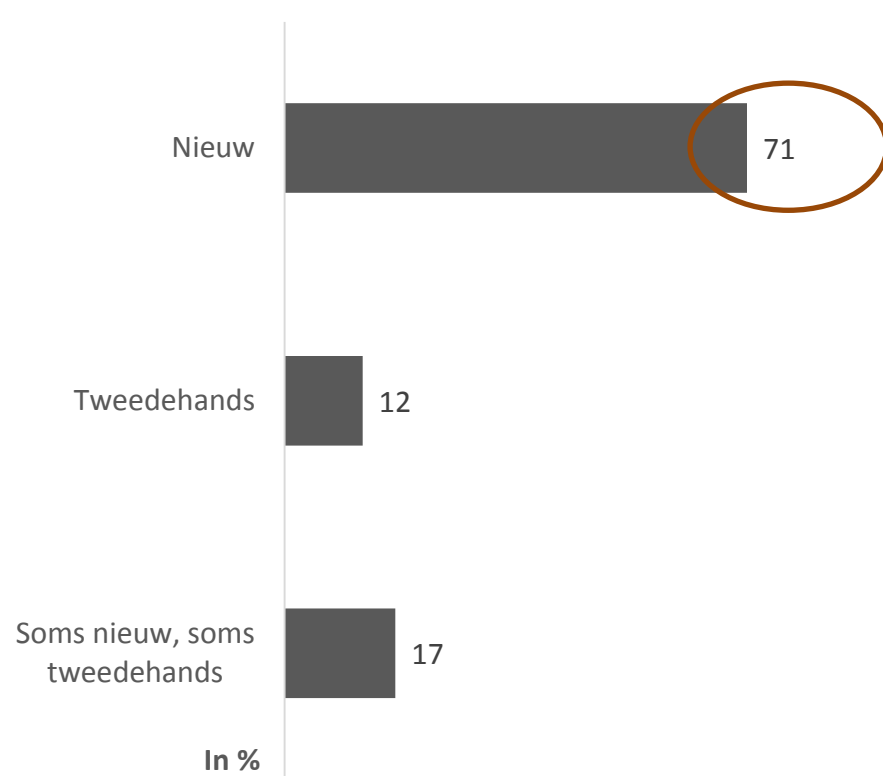
**26%** van de **Big Spenders** is binnen nu en een jaar in de markt voor een nieuwe/andere fiets.

# Aankoopintentie

## Koopintentie type sportieve fiets



## Koopintentie nieuwe of 2<sup>e</sup> hands sportieve fiets



### Percentage nieuw per doelgroep:

Avontuurlijke wielersporter: **68%**

Fanatieke wielersporter: **77%**

Vrije wielersporter: **67%**

Genietende wielersporter: **72%**

Van de **groep Big Spenders** koopt **97%** een nieuwe fiets!



# Aankoopintentie

# 849.000

Wielersporters



**12% aankoopintentie**

Binnen nu en één jaar



**71% nieuwe fiets**



Hoeveel potentie  
in de markt?

(+/-) **72.000**

Wielersporters in de markt  
voor een nieuwe sportieve  
fiets

## Aankoopintentie

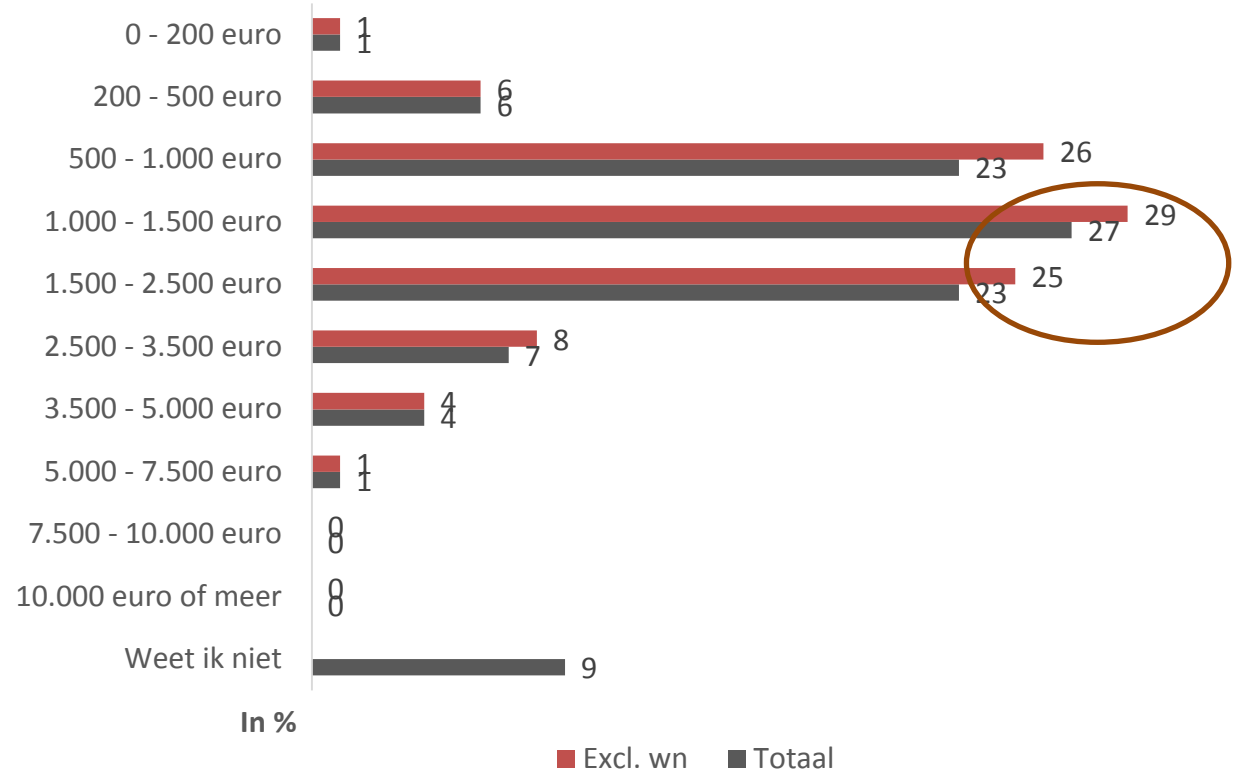
**€ 1.557,-**

Gemiddelde  
aankoopbedrag

**€ 1.724**

Gemiddelde  
aankoopbedrag  
nieuw

## Wat mag de sportieve fiets kosten?



- De helft van de wielersporters is van plan tussen de € 1.000,- / € 2.500,- uit te geven bij een volgende aanschaf
- Maar...ook 1 op 3 slechts tot € 1.000,-
- En 'slechts' 5% (1 op 20) geeft meer uit dan € 3.500,-



Wat mag de sportieve fiets kosten?

Avontuurlijke  
Wielersporter

€ 1.618,-

Fanatieke  
Wielersporter

€ 1.702

Vrije  
Wielersporter

€ 1.283,-

Genietende  
Wielersporter

€ 1.404,-



**Big Spender** besteedt gemiddeld € 4.866 bij de aankoop van een fiets (€ 5.258 als dit een nieuwe fiets betreft)

Ter vergelijking: de Less Spender besteedt gemiddeld € 1.378 (€ 1.508 nieuw)

Hoeveel potentie  
in de markt?

€ 1.724

(+/-) **72.000**

Wielersporters in de markt  
voor een nieuwe sportieve  
fiets

(+/-) **€ 125 mln**

Marktwaarde aan  
nieuwe fietsen

## Top 5 interesse merken racefiets



## Top 5 interesse merken ATB



\*) merkinteresse o.b.v. maximaal 3 merkvoorkeuren



# Aankoopintentie

## Oriëntatieperiode



Hoe lang oriënteert men gemiddeld?

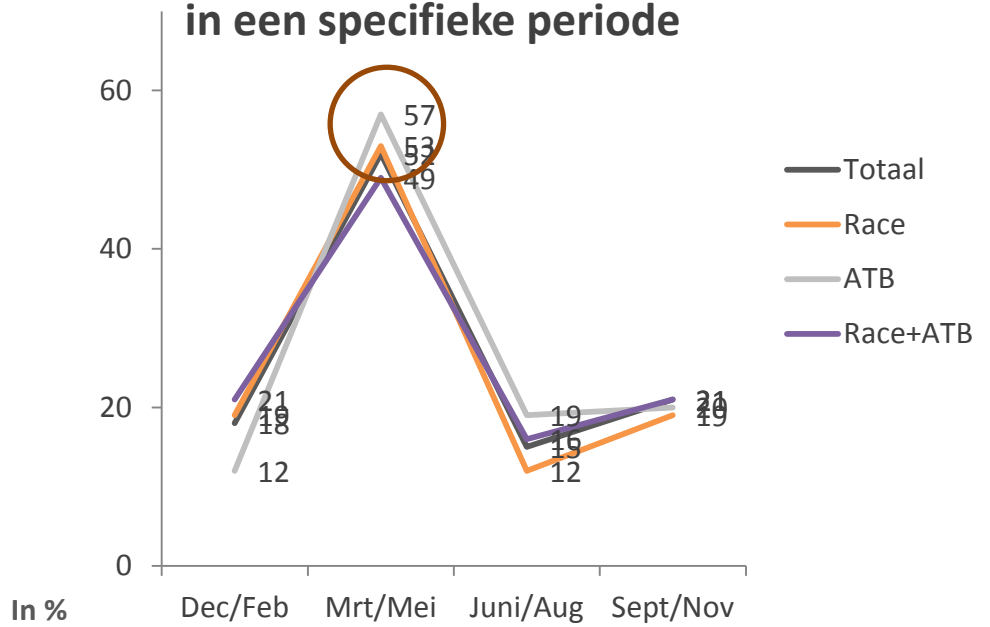
- Avontuurlijke: 8,1 weken
- Fanatieke: 8,6 weken
- Vrije: 8,7 weken
- Genietende: 9,2 weken

- Less Spender: 8 weken
- Big Spender: 11,7 weken



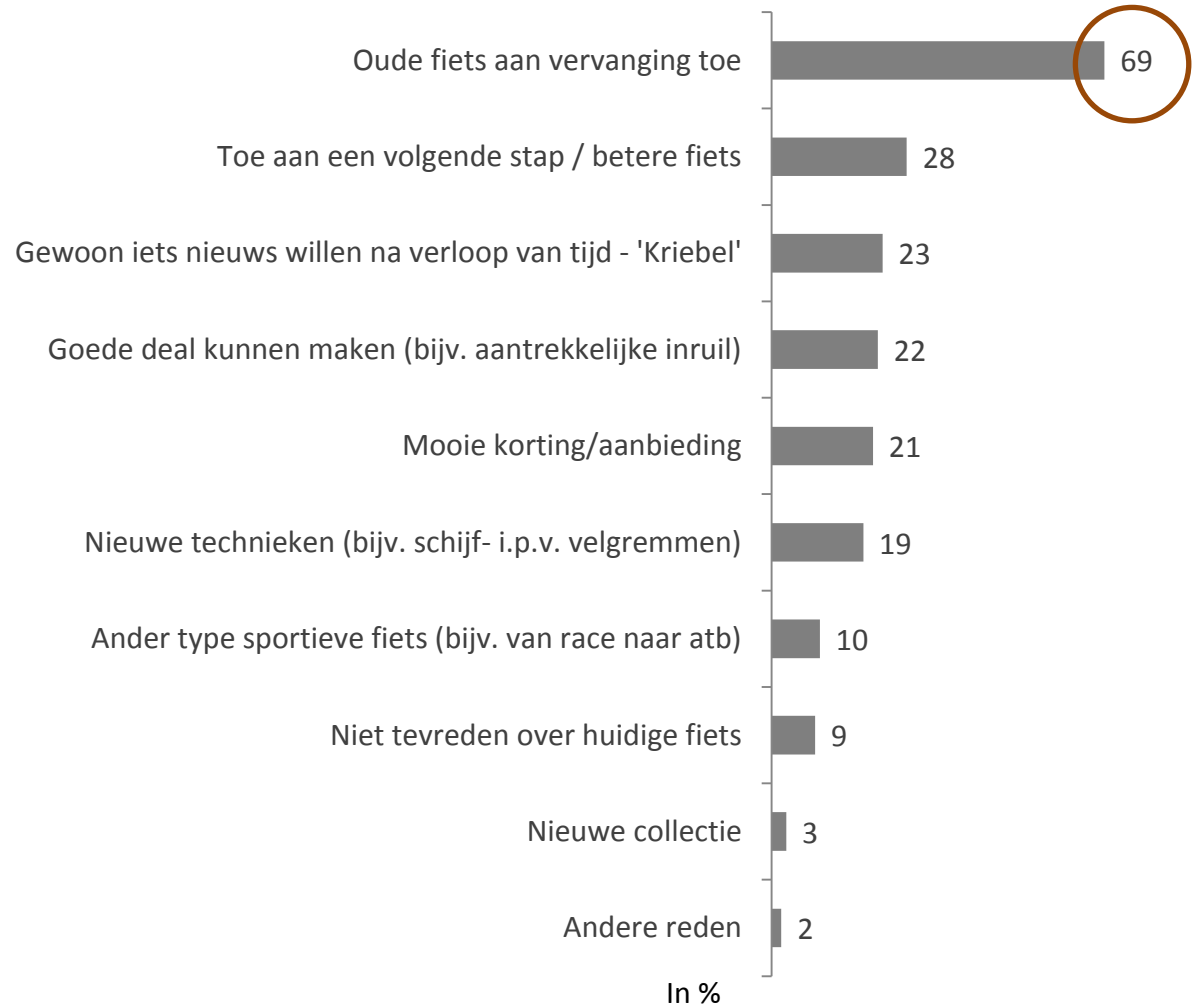
## Aankoopperiode

58% koopt de fiets niet in een specifieke periode



**“Vervangingsmarkt”**  
blijft voornaamste aanjager  
voor het kopen van een  
nieuwe/anders fiets

## Redenen voor de aankoop nieuwe fiets



## Redenen voor de aankoop nieuwe fiets

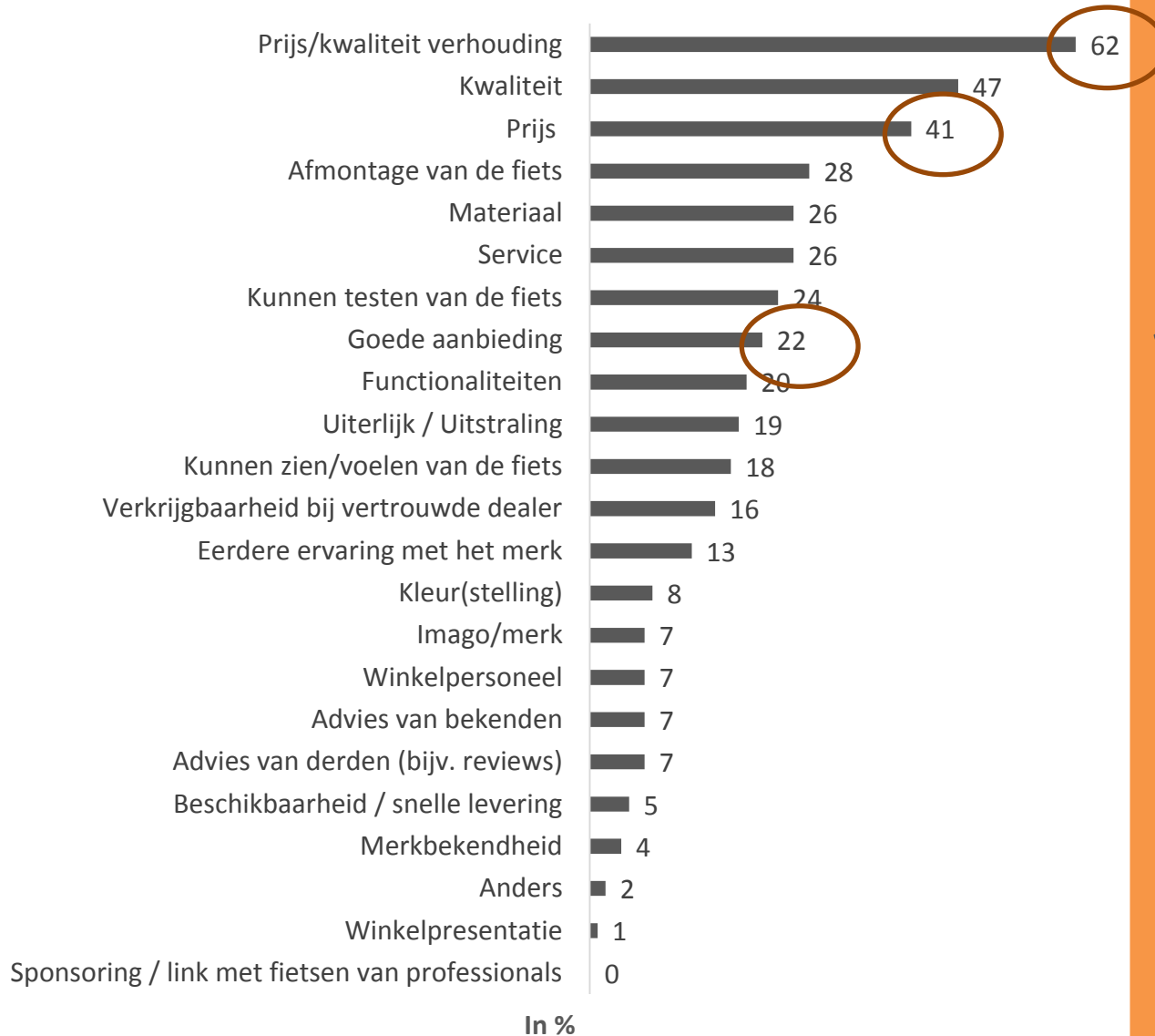
Avontuurlijke wielersporter	Fanatieke wielersporter	Vrije wielersporter	Genietende wielersporter
1. Vervanging	Vervanging	Vervanging	Vervanging
2. Volgende stap	Volgende stap	Volgende stap	Volgende stap
3. Kriebel	Kriebel	<b>Mooie aanbieding</b>	<b>Goede deal</b>

‘**Volgende stap**’ veel belangrijker voor de *Avontuurlijke* en *Fanatieke* wielersporter. ‘**Kriebel**’ scoort bij de *Vrije* en *Genietende* wielersporter duidelijk lager. De categorie ‘**Nieuwe technieken**’ scoort veruit het hoogst bij de *Fanatieke wielersporter* (26%, resp. 18%, 12% en 15%).

Less Spender	Big Spender
1. Vervanging	<b>Nieuwe technieken</b>
2. Volgende stap	<b>Vervanging</b>
3. Kriebel	<b>Kriebel</b>

‘**Nieuwe technieken**’ scoort onder de groep *Big Spenders* veel hoger (52%) dan gemiddeld (19%). De categorie ‘Gewoon vervanging’ scoort hier veel lager. Deze groep gaat echt bewust op zoek!

## Belangrijkste aspecten bij de aankoop van een sportieve fiets



“Prijs” weegt zeer zwaar door in het aankoopproces van een sportieve fiets

## Belangrijkste aspecten bij de aankoop van een sportieve fiets

Avontuurlijke wielersporter	Fanatieke wielersporter	Vrije wielersporter	Genietende wielersporter
1. Prijs/kwaliteit	Prijs/kwaliteit	Prijs/kwaliteit	Prijs/kwaliteit
2. Kwaliteit	Kwaliteit	Kwaliteit	Kwaliteit
3. Prijs	Prijs	Prijs	Prijs

**Afmontage** van de fiets is veel belangrijker bij de groep *Avontuurlijke* en *Fanatieke* wielersporter. Dit geldt ook voor **merk/imago** (hoewel dit percentage niet hoog is). **Vertrouwde dealer** scoort minder hoog bij de *Avontuurlijke* wielersporter. **Uitstraling en materiaal** scoren ook (iets) hoger bij de *Avontuurlijke* en *Fanatieke* wielersporter. **Vertrouwde dealer en service** zijn (iets) belangrijker voor de *Vrije* en *Genietende* wielersporter.

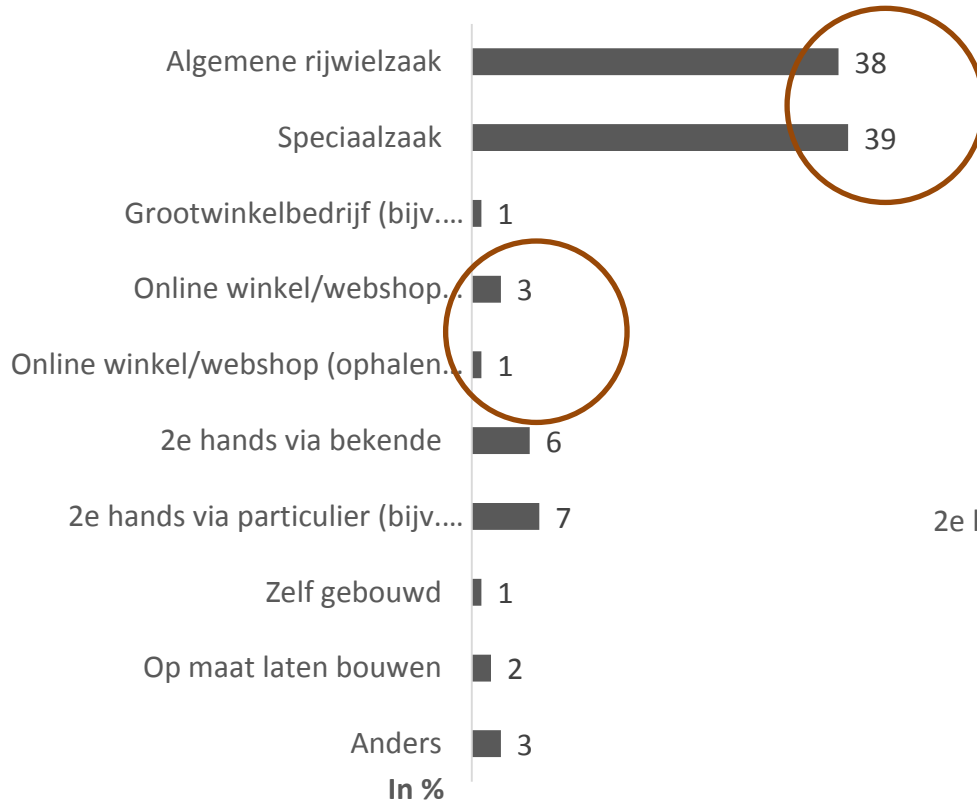
Less Spender	Big Spender
1. Prijs/kwaliteit	<b>Kwaliteit</b>
2. Kwaliteit	<b>Materiaal</b>
3. Prijs	<b>Afmontage</b>

**Imago en merk** zijn veel belangrijker binnen de *Big Spender* groep. Kunnen zien en voelen wordt door beide groepen (bijna) even belangrijk gevonden. Verder is het opvallend dat **testen** door de groep *Less Spender* **2x zo vaak** genoemd wordt (25% resp. 13%).

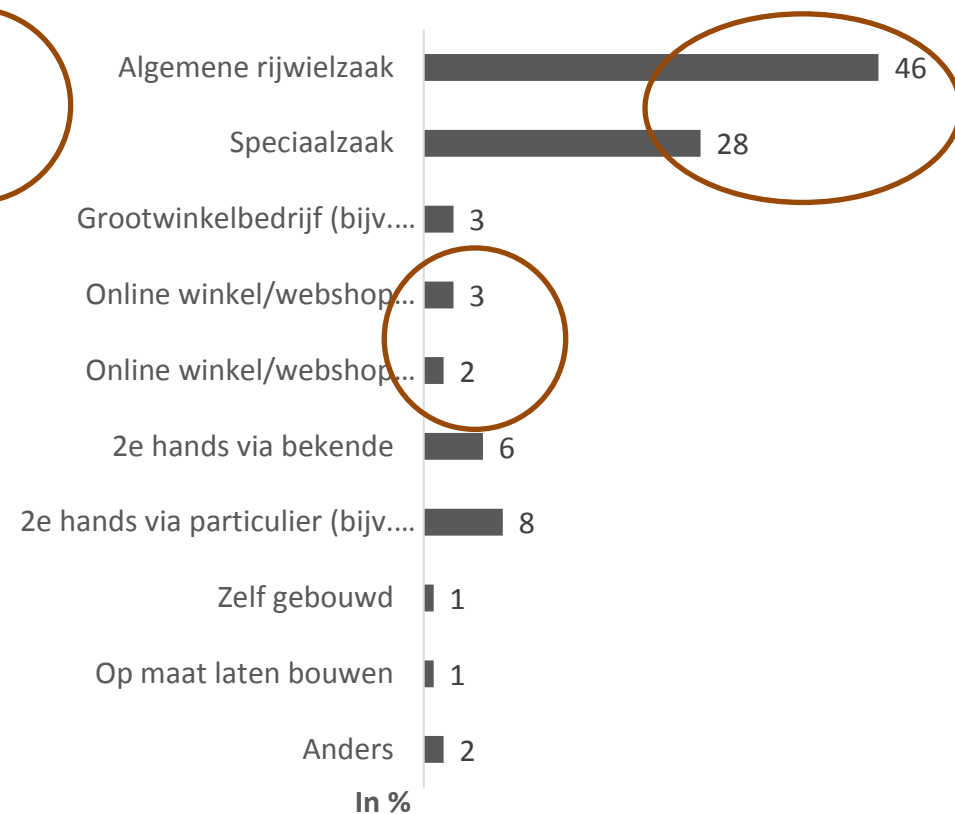


# Aankoopintentie

## Aankoopkanaal racefiets

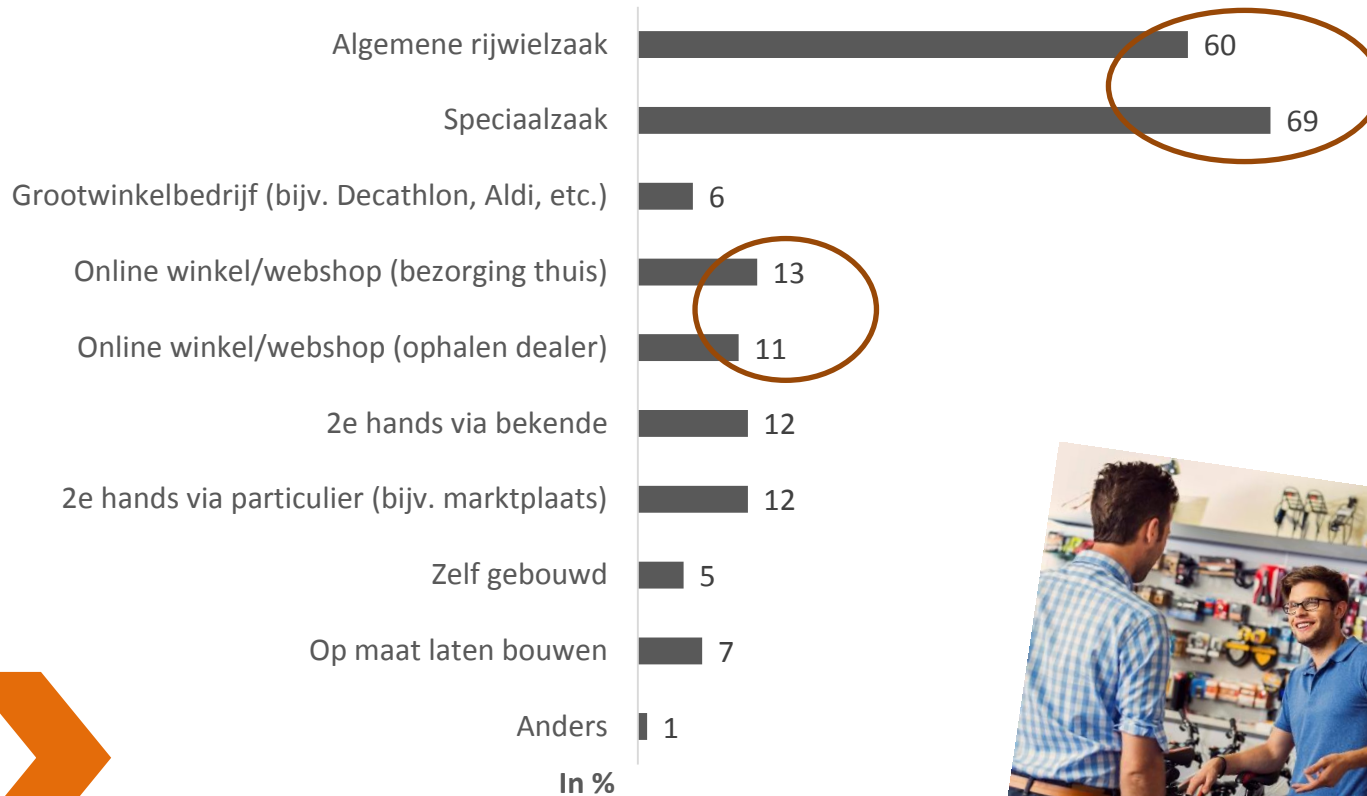


## Aankoopkanaal mountainbike



- Fysieke winkel heeft een heel groot aandeel in de (huidige) totale verkopen
- Online speelt (nog) nauwelijks een rol
- Avontuurlijke wielersporter koopt vaker online, echter ook hier aandeel (zeer) beperkt
- De Big Spender gaat bovengemiddeld vaak naar de speciaalzaak

## Aankoopkanaal volgende sportieve fiets

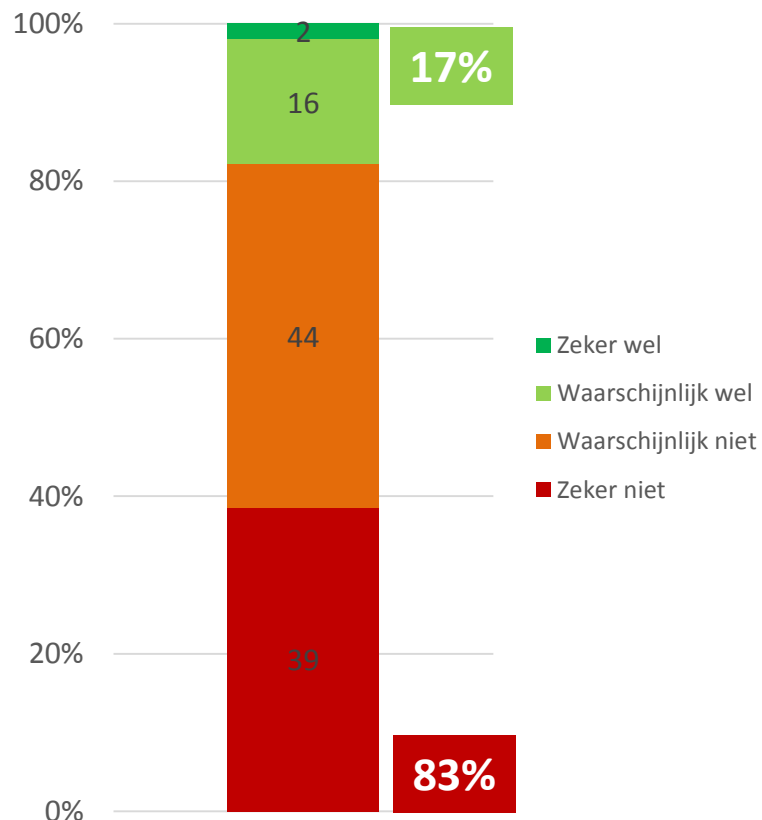


- Ook bij een volgende aankoop blijft de (fysieke) winkel veruit favoriet
- Wel een grotere groep die het online kopen van een fiets in overweging neemt!
- Bij de Big Spender blijft de speciaalzaak veruit favoriet
- Geen/nauwelijks verschillen tussen de verschillende typen fietsers m.b.t online

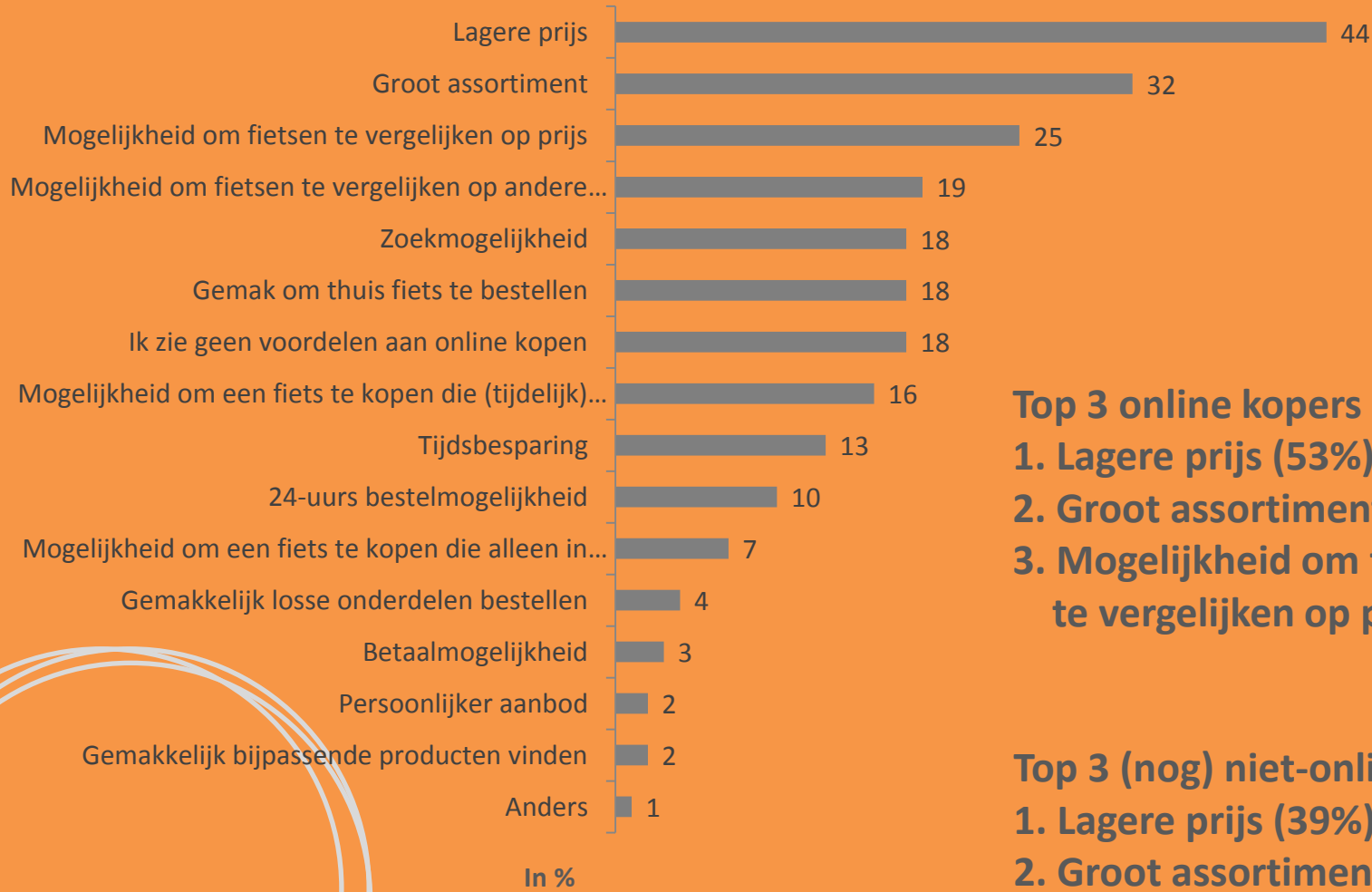
## Webshoppen

**Minder dan 1 op 5 overweegt  
alsnog een volgende sportieve  
fiets online te kopen**

**Van de groep die geen fiets online heeft  
gekocht en dit ook niet voor de volgende fiets  
overweegt: in hoeverre zou in de toekomst  
online kopen?**



## Belangrijkste voordelen kopen online



### Top 3 online kopers

1. Lagere prijs (53%)
2. Groot assortiment (43%)
3. Mogelijkheid om fietsen te vergelijken op prijs (33%)

### Top 3 (nog) niet-online kopers

1. Lagere prijs (39%)
2. Groot assortiment (26%)
3. Mogelijkheid om fietsen te vergelijken op prijs (21%)

## Belangrijkste nadelen kopen online



### Top 3 online kopers

1. Vooraf niet kunnen testen van de fiets (59%)
2. Vooraf niet kunnen zien/voelen van de fiets (56%)
3. Onduidelijkheid over serviceniveau (28%)

### Top 3 (nog) niet-online kopers

1. Vooraf niet kunnen zien/voelen van de fiets (62%)
2. Vooraf niet kunnen testen van de fiets (60%)
3. Gebrek aan persoonlijk contact / Onduidelijkheid over serviceniveau (34%)



**Webshoppen door wielersporters**



# 12,94 mln.

Van de Nederlanders (15+) heeft afgelopen jaar online gekocht (+1,8% t.o.v. 2014). 92% van de Nederlanders doet daarmee online aankopen

# 100,4 mln.

Totaal aantal online aankopen (+17% t.o.v. 2014)



# 16,07 mjd.

Totale bestedingen aan online aankopen (+16% t.o.v. 2014)

# 8,41 mjd.

Online bestedingen aan producten (+21% t.o.v. 2014)



# 95 mjd.

Totale bestedingen aan detailhandelgoederen

# 8,9%

Aandeel online in detailhandelgoederen

\*) Thuiswinkel Markt Monitor 2015





# Webshoppen

## Nieuws 12 jul Wiggle en Chain Reaction Cycles fuseren

retailing

Zodra de Engelse Mededingingsautoriteit zijn goedkeuring heeft gegeven, is de fusie tussen de online sport retailers Wiggle en Chain Reaction Cycles een feit. Hiermee wordt de grootste online aanbieder op het gebied van actieve sporten gecreëerd, en versterkt de hun positie op de wereldmarkt.



Met de fusie willen **Wiggle en Chain Reaction Cycles** een overtuigender en aantrekkelijker klantpropositie neerzetten. De merken en websites van de afzonderlijke retailers blijven behouden, maar het

## Nieuws Van Nicholas kiest voor clicks en bricks

Online retailers Wiggle gaan samen verder onder de naam Chain Reaction Cycles

Van Nicholas start per 1 januari 2017 met een 'Clicks en Bricks'-strategie waarbij rechtstreekse verkoop via het online kanaal wordt gecombineerd met die via de dealer. Voor een nichemerkt als Van Nicholas is het van toenemend belang dat de merkebeleving bij de dealer naadloos aansluit bij de merkewaarden. Van Nicholas heeft ervaren dat dit niet te realiseren is binnen de huidige strategie.

### WiggleCRC

De naam van de niet-voorzitter van de raad van bestuur Chris Watkinson wordt plaatsnemer

### Over Wiggle en Chain Reaction Cycles

Wiggle is de grootste online sport retailer van Europa



Van Nicholas start per 1 januari 2017 met een 'Clicks en Bricks'-strategie waarbij rechtstreekse verkoop via het online kanaal wordt gecombineerd met die via de dealer. Foto Van Nicholas

### Samenwerking met retailers versterken

Tegelijkertijd intensificeert Van Nicholas de samenwerking met een beperkt aantal retailers in de belangrijkste afzetmarkten Nederland en Groot-Brittannië. In deze fysieke winkels kan de consument terecht voor advies, aankoop, service en onderhoud. Bovendien gaan zij fungeren als showrooms en test-centers en worden zij nauw betrokken bij deze business cases.

Doelstelling is met Van Nicholas aan te sluiten bij de behoeften van de consument. De consument komt centraal te staan in alle bedrijfsprocessen; de organisatie wordt hierop aangepast en er wordt een geheel nieuwe website gelanceerd met een geïntegreerde webshop. De consument krijgt hiermee de mogelijkheid om direct te communiceren met en te bestellen bij Van Nicholas, en uiteraard ook gewoon bij Van Nicholas dealers.

## Nieuws 23 aug Futurumshop richting 50 miljoen omzet

retailing

Fietsenwebwinkel Futurumshop heeft in de eerste helft van dit jaar een omzetgroei van 37 procent geboekt. De e-tailer verwacht in 2018 de grens van vijftig miljoen euro te doorbreken. FuturumShop ziet de sterkste groei in de categorie fietskleding.



Harmen van der Meulen over de groei van FuturumShop: "De traditionele fietswinkel kan niet de voorraden en collecties aanhouden om te blijven voldoen aan de wensen van de fanatieke wielrenner en een mountainbiker."

"De traditionele fietswinkels met hun voorraden en collecties blijven voldoen aan de wensen van de fanatieke wielrenner, aldus ceo Harmen van der Meulen."

### Samenwerking

De webwinkel wil samenwerken met andere online fietswinkels om de markt te versterken. FuturumShop is daarmee naar eigen zeggen de grootste online fietswinkel van Nederland.

Tweede fysieke winkel FuturumShop opende iets minder dan een jaar geleden in Apeldoorn bij de offline retailer die zijn pakketjes op een duurzame manier laten bezorgen. FuturumShop is daarmee naar eigen zeggen de grootste online fietswinkel van Nederland. FuturumShop opende een tweede winkel in Apeldoorn bij de offline retailer in elkaar smelten." liet Van der Meulen weten.

Bron: Retra Nieuws

## Accell wil van fietsenwinkel.nl af

algemeen

Accell blijkt te willen stoppen met IBG/fietsenwinkel.nl. Er is sprake van een vertrouwensbreuk door de plotselinge eenzijdig gewijzigde koers van de kant van IBG (International Bicycle Group), waarvan voorheen de fysieke winkelketen Hans Struijk Fietsen deel uit maakte. In mei werd wereldkundig gemaakt dat IBG alleen verder ging met webshop fietsenwinkel.nl en één winkel in Hilversum die werd omgebouwd naar Fietsenwinkel.nl.



Sindsdien is de relatie tussen IBG/fietsenwinkel.nl en Accell verslechterd. Accell heeft nooit voor ogen gehad enkel met deze webwinkel zaken te doen, aldus Wouter Jager, algemeen directeur van Accell Nederland. "Wij hebben met Hans Struijk Fietsen en fietsenwinkel.nl samen duidelijk voor een toekomstige samenwerking gezorgd."

## Een winkel, géén winkel, tóch weer een winkel

Prijzvechter fietsenwinkel.nl zette de markt voor tweewielers op zijn kop, tot woede van traditionele fietshandelaars. Maar nu opent de onlinefietsgigant grotere winkels met een testparcours voor klanten die een elektrische fiets willen proberen.



Volgen via mijn nieuws

- Detailhandel
- E-commerce
- Fietsen
- Innovatie
- Strategie
- Webshops

Advertentie



### Wanneer kunt u als ondernemer met pensioen?

Wat is een portefeuille van maar € 350.000? Volgens de rapportage van het bedrijf 'The Motley Fool' zou het bedrijf Forbes-columnist Ken Richman. Ook al heeft u alles al geregeld, dit mag u niet laten. Dit 'must read' artikel biedt u bruikbare informatie en analyses!

14 sep 2015



# Webshoppen

**93%**

Koopt online  
(algemeen)

**95%**

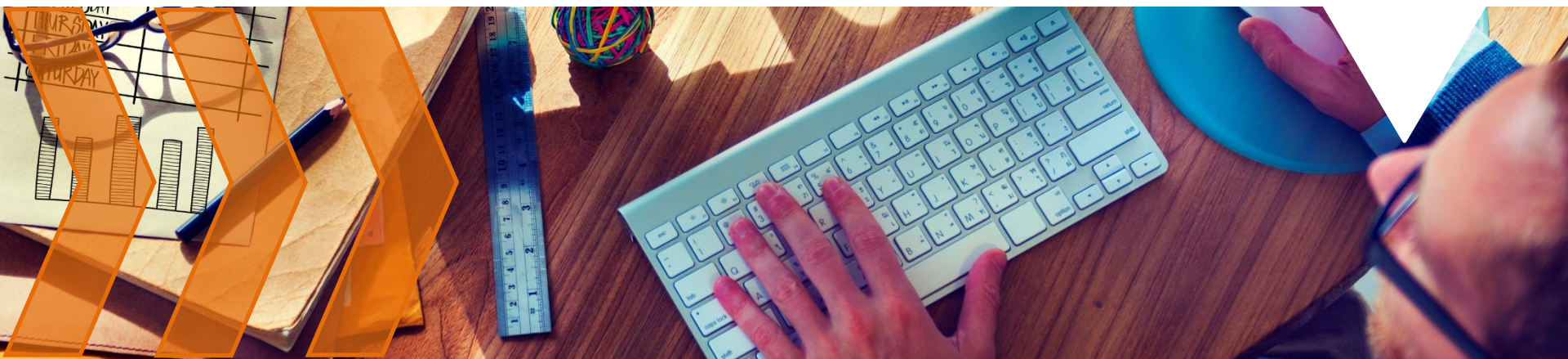
Oriënteert  
(ook) online  
(aankoop fiets)

**+/- 5 %**

Koopt (slechts)  
online (fiets)

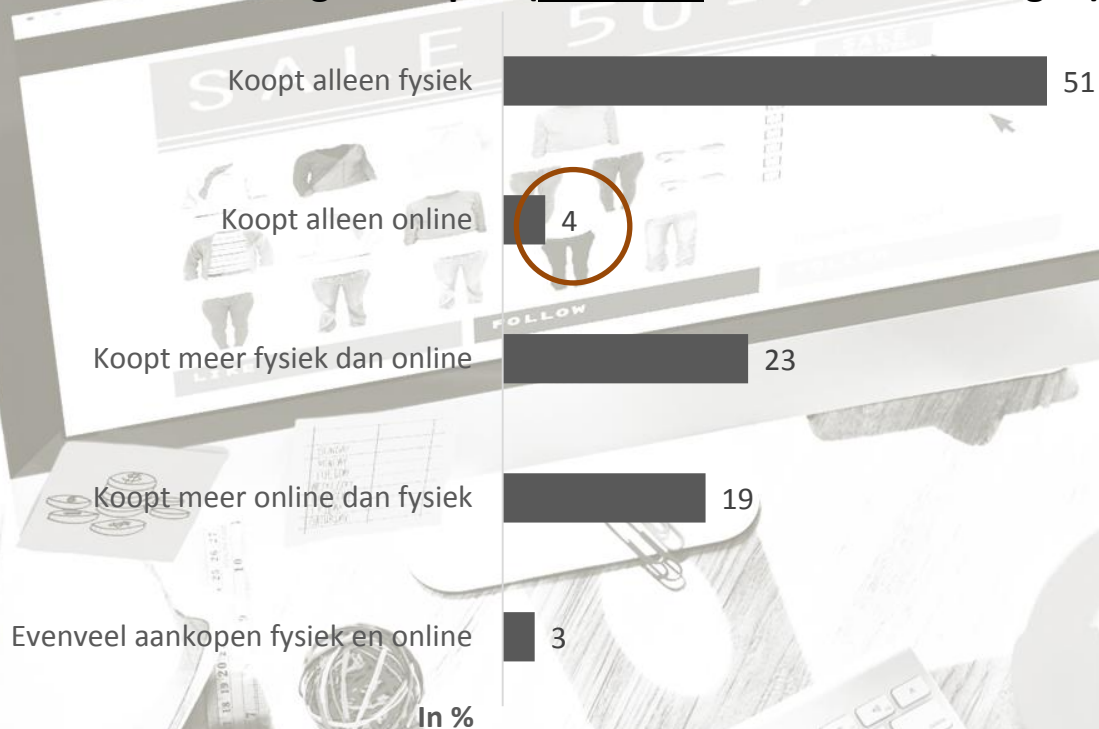
**49%**

Koopt online  
(fietsproducten)



# Webshoppen

## Verdeling aankopen (excl. fiets en o.b.v. bestedingen)



**96%**

Koopt (ook)  
fysiek

**49%**

Koopt (ook)  
online

**68%** koopt meer fysiek  
**21%** koopt meer online  
**11%** heeft gelijke uitgaven

# Webshoppen

Avontuurlijke  
wielerporter      Fanatieke  
wielerporter      Vrije  
wielerporter      Genietende  
wielerporter      Totaal

Meer fysiek      63%      67%      71%      76%      68%

Meer online      26%      24%      11%      16%      21%

Gelijk      11%      9%      18%      8%      11%

Hoger aandeel online

Meer traditioneel; nadruk  
op fysieke kanaal

Hoeveel potentie  
in de markt?

92%

Heeft fiets gerelateerde  
aankopen gedaan

€ 266

Gemiddelde besteding  
per jaar (excl. fiets)

(+/-) € 208 mln

Bestedingen aan fiets  
gerelateerde producten  
(excl. fiets)



# Aankoopintentie

## Gemiddelde besteding aan fiets gerelateerde producten (per jaar, excl. fiets)

Avontuurlijke  
Wielersporter

**€ 285**

Fanatieke  
Wielersporter

**€ 327**

Vrije  
Wielersporter

**€ 171**

Genietende  
Wielersporter

**€ 200**

95% doet aankopen

97% doet aankopen in fysieke winkel  
(Gemiddeld aankoopbedrag € 208)

57% doet online aankopen  
(Gemiddeld aankoopbedrag € 220)

## Hoeveel potentie in de markt?

(+/-) **€ 208 mln**

Bestedingen aan fiets  
gerelateerde producten  
(excl. fiets)

(+/-) **€ 125 mln**

Bestedingen aan  
nieuwe fietsen

(+/-) **€ 333 mln**

Totale gemiddelde besteding  
per jaar aan nieuwe fietsen  
en gerelateerde zaken

(+/-) **€ 400**

Gemiddelde besteding  
per wielersporter  
per jaar!

*Dit bedrag is dus excl. uitgaven  
aan uitstapjes, voeding,  
deelname aan toertochten etc.*

(+/-) **€ 208 mln**

Bestedingen aan fiets  
gerelateerde producten  
(excl. fiets)

Koopt fysiek



**96%**

Gemiddelde bedrag

**€ 183**

Koopt online



**49%**

Gemiddelde bedrag

**€ 184**



# Webshoppen

Totale besteding

**€ 137 mln**

Aandeel fysiek in bestedingen

**66%**



Totale besteding

**€ 70 mln**

Aandeel online in bestedingen

**34%**



**Groot deel van de uitgaven  
via het online kanaal, in  
vergelijking met detailhandel  
algemeen!**



(+/-) **€ 208 mln**

Bestedingen aan fiets  
gerelateerde producten  
(excl. fiets)

Hoe is dit bedrag verdeeld?



Onderdelen

89% heeft aankopen gedaan,  
voor gemiddeld **€ 117,-**

- Aankopen fysiek: 93%
- Aankopen online: 31%



Kleding

80% heeft aankopen gedaan,  
voor gemiddeld **€ 102,-**

- Aankopen fysiek: 82%
- Aankopen online: 42%

# Webshoppen



## Accessoires

**56%** heeft aankopen gedaan,  
voor gemiddeld **€ 51,-**

- Aankopen fysiek: 85%
- Aankopen online: 37%



## Gereedschap

**46%** heeft aankopen gedaan,  
voor gemiddeld **€ 37,-**

- Aankopen fysiek: 83%
- Aankopen online: 32%



## Elektronica

**31%** heeft aankopen gedaan,  
voor gemiddeld **€ 72,-**

- Aankopen fysieke winkel: 69%
- Aankopen online: 44%



## Overig

**25%** heeft aankopen gedaan,  
voor gemiddeld **€ 54,-**

- Aankopen fysiek: 89%
- Aankopen online: 36%

## Big Spender



5%

Van de wielersporter is  
(slechts) Big Spender

- **94%** heeft aankopen gedaan
- Geeft (gemiddeld) **€ 626** op jaarbasis uit aan fiets gerelateerde producten (+ 235%)
- Geeft (gemiddeld) **€ 5.258** uit bij de aanschaf van een nieuwe fiets (+ 305%)
- **76%** koopt (ook) online (+ 55%)
- Gemiddelde besteding fysiek **€ 374** (+ 204%)
- Gemiddelde besteding online **€ 356** (+ 193%)
- **5%** Big Spenders goed voor **13%** van de fiets gerelateerde uitgaven (€ 26,6 mln)

**Tot slot –  
Conclusie & afsluiting**

- **Stijging in het absolute aantal wielersporters**
- **Avontuurlijke- en fanatieke wielersporter blijven meer dan de helft van de wielersporters**
- **Aandeel vrouwen in de wielersport blijft gelijk**
- **Gemiddelde leeftijd van de wielersporter stijgt iets**
- **Wielersporters besteden gemiddeld een hoog bedrag per jaar aan fiets gerelateerde aankopen online. Dit aandeel is veel hoger vergeleken met de retail in het algemeen**

- **Webshoppen blijft voornamelijk voorbehouden aan 'niet-fiets' producten. De winkel blijft voor de fiets een heel belangrijk kanaal**
- **Big Spenders goed voor een (heel) onevenredig deel van de omzet! Blijft een interessante doelgroep, maar ook een heel klein deel van de wielersporters**
- **Jaarlijks ruim 1,8 miljoen starts bij toertochten!**
- **Slechts 4% van de wielersporters voelt zich onveilig tijdens het beoefenen van de sport**

- **Bedenk welke wielersporter je wilt aanspreken; ieder wielersporter fietst, maar is daarmee niet hetzelfde!**
- **Heb je vragen gekregen naar aanleiding van deze inzichten? Heb je specifieke vragen m.b.t. je eigen business? Laat het ons weten, we denken graag met je mee!**



## Contact



**Manon Crijns**  
*[mcrijns@ntfu.nl](mailto:mcrijns@ntfu.nl)*

**Jos van Schijndel**  
*[jvanschijndel@ntfu.nl](mailto:jvanschijndel@ntfu.nl)*



**Anne-Marie Vos**  
*[anne-marie.vos@jaarbeurs.nl](mailto:anne-marie.vos@jaarbeurs.nl)*

**Quint de Maat**  
*[quint.de.maat@jaarbeurs.nl](mailto:quint.de.maat@jaarbeurs.nl)*