

Samen sterker

Hoe PassaTennis en ABN AMRO Open topsport en beleving samenbrengen

PassaTennis en het ABN AMRO Open werken al 12 jaar nauw samen tijdens het grootste tennistoernooi van Nederland.

Waar het partnership voorheen enkel in het teken stond van het verkopen van tennisproducten, is het uitgegroeid tot een veelzijdig platform waar de laatste tennistrends, topsport en fanbeleving samenkomen. Richard Krajicek, toernooidirecteur van het ABN AMRO Open, en Willem Koopmans, CEO van PassaSports, vertellen over hun unieke samenwerking en ambities.

De kracht van fysieke beleving

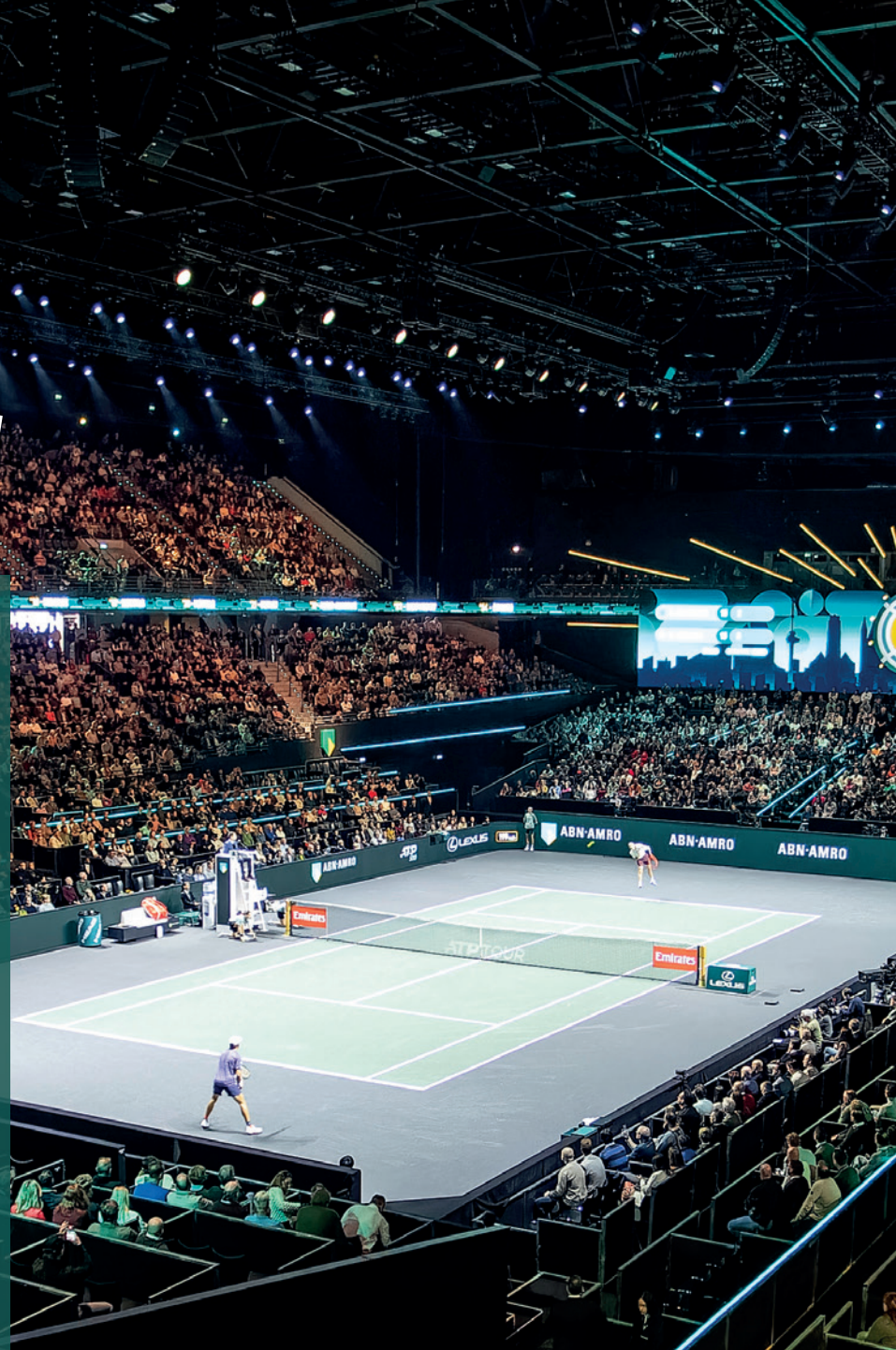
Het partnership tussen PassaTennis en het ABN AMRO Open ontstond vanuit een gedeelde ambitie: tennissfans willen méér dan alleen sport. Ze zoeken beleving, inspiratie en de kans om de nieuwste trends te ontdekken. Juist die totaalervaring, van het centre court tot catering en retail, maakt het toernooi bijzonder.

‘Online kun je alles vinden, maar je mist het echte gevoel’, vertelt Krajicek. ‘Op het toernooi kun je de nieuwste tenniscollecties niet alleen op de baan zien, maar daarna ook voelen en passen

in de shops in Rotterdam Ahoy.

Dat maakt het verschil. Bezoekers komen voor het tennis, maar gaan vaak naar huis met een nieuwe outfit of racket. Het is een dagje uit, waar sport en shoppen hand in hand gaan.’

Koopmans vult aan: ‘Voor ons als online speler is het juist waardevol om hier fysiek aanwezig te zijn. Je merkt dat fans enthousiast worden als ze producten kunnen uitproberen en de verhalen achter de merken horen. Alles wat online lastig te realiseren is - zoals het voelen van materialen of het testen van een racket - kan hier wél.’



Sport als aanjager van retail-trends

De populariteit van tennis is de afgelopen jaren sterk toegenomen, wat duidelijk zichtbaar is in de bezoekersaantallen van het toernooi. ‘Tennis is booming. Afgelopen jaar hebben 18 toernooien wereldwijd een bezoekersrecord gebroken, wijzelf ook’, aldus Krajicek. ‘We zien dat fans niet alleen voor het spel komen, maar ook steeds meer interesse tonen in fashion en merchandise. Door te investeren in beleving buiten de baan, blijven we relevant voor een breed publiek.’

Koopmans merkt dat deze trend direct invloed heeft op de retail: ‘We zien steeds meer vraag naar innovatieve producten en sportmode. Een goed voorbeeld zijn de tanktops van Carlos Alcaraz, die na zijn overwinning vorig jaar erg gewild waren. Racketsporten zijn in de breedte gegroeid, met padel als aanjager. Dit toernooi is dé plek om die trends te laten zien en fans te inspireren.’

ABN AMRO Open: meer dan tennis alleen

Het toernooi is inmiddels uitgegroeid tot een veelzijdig platform waar sport, inspiratie, fashion en business samenkomen. Niet alleen internationale toppers en aanstormend talent staan in de schijnwerpers, ook Nederlandse spelers krijgen een podium. Maar het draait allang niet meer alleen om de wedstrijden. Er wordt volop geïnvesteerd in beleving: van diverse shops en culinaire bites tot een Sports Plaza waar bezoekers zelf actief kunnen zijn. Zo biedt het toernooi een complete ervaring voor iedere fan.

Wat het toernooi extra bijzonder maakt, is de manier waarop verschillende generaties samenkomen. Krajicek: ‘We zien een nieuwe generatie tennissers, zoals Alcaraz en Jannik Sinner, die het stokje over hebben genomen van iconen als Rafael Nadal

en Roger Federer. Op het ABN AMRO Open ontmoeten de fans van beide generaties elkaar letterlijk en figuurlijk. Dat zorgt voor een unieke dynamiek en maakt het toernooi aantrekkelijk voor zowel trouwe fans als nieuw publiek. Door continu te investeren in vernieuwing en beleving, zorgen we dat het toernooi relevant blijft voor jong én oud.’

Fashion en samenwerking spelen daarbij een steeds grotere rol. Merken als Björn Borg zijn niet alleen zichtbaar op de baan, maar ook in de aankleding van de ballenkinderen en de nieuwste tenniscollecties. ‘Het is mooi om te zien hoe business, sport en fashion elkaar hier versterken’, zegt Koopmans. Ook Krajicek benadrukt het belang van beleving: ‘We willen dat fans elk jaar terugkomen, niet alleen voor het tennis, maar voor het totaalplaatje.’

Samen bouwen aan de toekomst

De samenwerking tussen PassaTennis en ABN AMRO Open is een voorbeeld van hoe je samen meer kunt bereiken. Krajicek: ‘Nu we meerdere succesvolle edities hebben gehad, is het niet zo dat we hetzelfde doen als voorgaande edities. We blijven investeren in het toernooi en de beleving, zodat fans elk jaar weer worden verrast. Dit jaar willen we bijvoorbeeld op dinsdag fashion-, food- en lifestyletrends centraal zetten. Het partnership met PassaTennis is daarin essentieel - samen zorgen we voor vernieuwing en inspiratie, zowel op als naast de baan.’

Koopmans sluit af: ‘De combinatie van sport, fashion en beleving maakt dit partnership uniek. Hier komen alle elementen samen en ontstaat er iets bijzonders voor fans, spelers én merken. En we zijn er enorm trots op om dit de komende jaren samen uit te bouwen.’ ●