#7 | SEPTEMBER 2015

KONINKLIJKE NEDERLANDSE GOLF FEDERATIE

GolfMarkt

STATISTIEKEN, TRENDS & ONTWIKKELINGEN



Dóórpakken!

INTERVIEWS

De potentie van golf volgens Maarten van Bottenburg

Vernieuwen én behouden met Arno Donkersloot (Hooghoudt)

De liefde voor de baan van Lucas Simões dos Santos

Jeroen Korving: wie is er bang voor beoordelingen?

INSPIRATIE

De sportieve ambitie van Golfbaan Tespelduyn

De weidse blik van Roel Boekel

De Dommel boekt succes met piramidetraining

Affiliate marketing

INFORMATIE

Statistieken: perspectief 2030

Kansen met de Green Deal

Nieuw: NGF Agronomie

GolfMarkt Kort

GolfMarkt Zakelijk

GolfMarkt Agenda

Geciteerd



Renske van Beek (golfster met een fysieke beperking op Golfclub Leeuwenbergh) in GolfMarkt#5

Wie of wat zorgde ervoor dat jij veel beter ging spelen ondanks je beperkingen?

Kim van Bekkum: Zoonlief is net begonnen met golf. Ook hij heeft een beperking. Golfpark De Leemskuilen in Uden heeft een jeugdplan. Mooi dat die mogelijkheid voor hem er ook is en dat ze de uitdaging gewoon met hem aangaan. Hij leeft ervan op!

Inge van Dijk: Monique Kalkman heeft mij kennis laten maken met de golfsport en ik ben er echt weg van, maar helaas is het voor mij onbetaalbaar - ik ben 100% afgekeurd - dus blijft het bij kijken.

Karin Laurens Beumer: Frank van de Kimmenade is een superpro. Eerst met mijn bekkeninstabiliteit en fibromyalgie heeft hij mij leren golfen en nu ik nekartrose heb, leert hij me weer helemaal opnieuw golfen, zodat ik gewoon weer door kan spelen. Echt supertop!

Jessica Laumen: Golf leert mij dat ik ondanks vele fysieke beperkingen nog veel kan. Daarnaast blijft je lijf in conditie en kun je je hoofd leegmaken.

Annemiek Gerrits: Golf heeft me geleerd dat vooroordelen heel dom kunnen zijn. Dat er op de golfbaan heel aardige lui rondlopen en dat ik, als beginnend golfer, er net zo goed mag lopen als een golfer met meer ervaring. Dat juist die mensen me vaak heel aardig bejegenen en me de kans geven te leren. Misschien heeft golf van mij wel een milder mens gemaakt.

Renske van Beek op Haagse Golfvereniging Leeuwenbergh

Dóórpakken

8 "Golf heeft nog steeds potentie" Interview met Maarten van Bottenburg, hoogleraar Sportontwikkeling, over verleden, heden en toekomst van golf

16 Uitbesteden of niet? Een gesprek met vier clubs en banen over 'hun' golfshop

24 Sportief beleid in de praktijk Cursus Sportief Beleid geeft de sportieve ambitie van Tespelduyn handen en voeten

42 Communicatie: Vernieuwen én behouden In gesprek met Arno Donkersloot van Hooghoudt over het worstelen met een imago

60 Nieuwe rubriek: Greenkeepers Lucas Simões dos Santos praat over het vak als een belangrijke schakel in de golfsport

Golfclubbestuur



28 **De Dommel boekt succes met Piramidetraining**

Golfbaanmanagers



36 **Met een weidse blik vooruit** Roel Boekel, club- en baanmanager Dirkshorn

Golfprofessionals



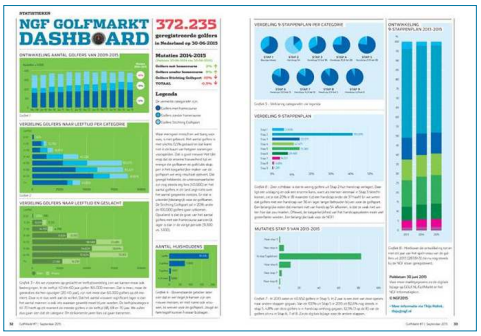
38 **Golfpro in transitie** Sander van Duijn, Folkert Haak en Joes van Uden

Golfers



46 **Hoe pakken zij door?**

NGF GolfMarkt Dashboard



32 **Halfjaarlijkse update**

En verder:

4 **Jeroen Stevens**

5 **Dóórpakken** Redactioneel

12 **Ontwikkelingen 2015-2030**

22 **Nader beschouwd** Leadingcourses.com

40 **Nader beschouwd** De toekomst van golf met het project GoGolf

48 **GolfMarkt Zakelijk** Zakelijk golfen en btw in de golfsport

52 **Nader beschouwd** Affiliate marketing

54 **Nader beschouwd** De Green Deal biedt oplossingen

62 **GolfMarkt Agenda**

64 **Colofon**

LinkedIn

GolfMarkt is een publicatie van én voor de golfbranche. Voor de inhoud zijn we volledig afhankelijk van de input vanuit de praktijk. Wij nodigen u uit om uw mening en visie te delen op LinkedIn bij de groep NGF GolfMarkt.

DIGITAAL LEZEN

GolfMarkt is als bladerbaar tijdschrift te lezen via ISSUU.
› issuu.com/nederlandsegolffederatie

Op NGF Informatieplein is een pdf van GolfMarkt te vinden die kan worden gedownload. Hierin staan actieve internetlinks.
› ngfinformatieplein.nl



"Als je ergens voor gaat, loop je het risico te verliezen"



“Als je niet gaat, heb je al verloren”

President Barack Obama



Van buiten naar binnen

Jarenlang zijn we in golf gewend geweest de regels voor nieuwe golfers te bepalen. 'Wij' gaven aan hoe het product er uitzag, hoe nieuwkomers zich moesten aanpassen.
Die strategie werkt in de meeste gevallen niet meer. Dit is de tijd van de consument die op basis van vergaarde informatie en de ervaringen van anderen zijn of haar keuze maakt.
GolfMarkt is een uitstekend podium om u te laten weten hoe golf zich aanpast. In de vorm van interviews, beschouwingen, analyses en best practices. Maar ook door mensen van buiten de golfwereld naar binnen te laten kijken. Hoe verander je bijvoorbeeld een traditioneel product als jenever, gedronken door de doelgroep 55-plus, in een product dat de jongere generatie aanspreekt, maar zorg je er ook voor dat de huidige doelgroep blijft? Het lijkt wel golf ... Arno Donkersloot geeft zijn mening over jenever en golf.
Verder komt Maarten van Bottenburg aan het woord. Deze hoogleraar in Sportontwikkeling vertelt hoe hij aankijkt tegen de transitie die de Nederlandse sportwereld moet maken. Dat er doorgepakt zal moeten worden, staat volgens hem vast. Dat is dan ook ons thema voor dit nummer. Leren, verder gaan en doorpakken.

› **Jeroen Stevens**
Directeur NGF



Dóórpakken

Is het glas half vol of half leeg? Gaat het beter met golf of is het nog steeds een beetje kwakkelen?

Wie zich in golfkringen beweegt - en dat doen de lezers van GolfMarkt bijna dagelijks - zal zeggen dat het antwoord niet zo gemakkelijk te geven is. Stel een vraag en je krijgt er tien voor terug. Dat is op zich niet slecht, omdat je van een beetje discussie nooit slechter wordt. Maar een discussie is pas echt zinvol als die is gebaseerd op meningen die op hun beurt weer zijn gestoeld op feiten.

Een golfondernemer die zich in zijn of haar kantoor opsluit en alleen naar het scherm van zijn computer kijkt, kan nog zulke mooie getallen tevoorschijn toveren, maar komt daar in feite geen steek verder mee. Of zoals een succesvol golfentrepreneur ooit treffend en heel direct zei: “Een Excel-sheet kletst niet terug.”

De golfmarkt heeft de beschikking over veel cijfers. Daar zorgen de brancheorganisaties wel voor, de NGF voorop. Maar ook partijen als de NVG en de PGA Holland dragen hun steentje bij. GolfMarkt ondersteunt dit alles al enkele jaren. In de vorm van interviews, getallen, analyses en best practices. En dan zijn er nog tal van internationale organisaties en bedrijven die getallen en analyses aandragen. Veel van dat cijfermateriaal hebben baaneigenaren, -managers en clubbesturen gebruikt voor hun beleid. De tijden dat de bomen tot in de hemel groeiden, dat nieuwe leden zich maar aan bleven melden, zijn achter de rug. Een golfbaaneigenaar zei een paar jaar geleden al: “We gaan nu zien wie er kan ondernemen.”

Ondernemen is kansen zien en kansen grijpen. Kansen zien is intuïtie, ervaring en cijfers aan elkaar kunnen koppelen. Een visie op het te voeren beleid moet het resultaat zijn van dat proces. Daar is even wat tijd voor nodig. Maar niet te veel. Daarom ook het thema van GolfMarkt #7: Dóórpakken. Met stevige streepjes op de o’s.

Er komt een moment dat je moet overgaan tot actie en dat de tijd van analyseren, discussiëren en plannen maken voorbij is. En we zien dat er in de Nederlandse golfwereld ook gewerkt wordt. Dat er projecten zijn opgestart. Dat er resultaten worden geboekt. Learning by doing heet dat in marketingkringen. Maar er is ook een goed Nederlands spreekwoord voor: al doende leert men.

Voor deze editie hebben we met tal van mensen uit de markt gesproken. Maar er zijn ook meningen van ‘buitenstaanders’ genoteerd. Altijd goed als iemand je een spiegel voorhoudt. Pas in de praktijk begint dat al eerder genoemde Excel-sheet terug te praten. Mooi en zeker niet gevaarlijk. Vanuit de ontwikkelde visie moet een golfondernemer of clubbestuur in staat zijn om bij te sturen. Zij moeten dan daadkracht tonen.

Maar is er dan helemaal niets meer te wensen als het om data gaat? Wis en waarachtig wel. Want nog steeds heeft de markt te weinig inzicht in het aantal gespeelde rondjes. Door wie en wanneer. Natuurlijk, er zijn wel wat gegevens. Die zijn interessant, maar onvolledig.

Wat verder nodig is, ligt misschien wat gevoelig, maar moet bespreekbaar zijn: een verdere professionalisering van de branche. Dat is geen oproep om het zonder vrijwilligers te doen, integendeel. Juist de betrokkenheid van leden zorgt voor een sterk draagvlak. Maar hoe professioneler een baan wordt geleid, hoe groter de kans is dat het zo geliefde clubmodel tot in lengte der jaren overeind kan blijven.

Redactie GolfMarkt

Golf als kinderspel



Een manier om de golfsport voor kinderen aantrekkelijker en leuker te maken, is door het organiseren van een drive, chip en putt evenement. Deze nieuwe wedstrijdvorm sluit goed aan bij de jeugd, want is gericht op snelheid, plezier en succesbeleving en bevat zogeheten challenges. Kinderen nemen deel aan de onderdelen afslaan, chippen en putten en kunnen hiermee punten verdienen. Alle elementen van golf komen erin terug en kinderen ontdekken de onderdelen die hen goed liggen. Tegelijk trainen ze ook andere fundamentele golfaspecten. Naast het motiveren van jeugdspelers is het format ook zeer geschikt voor andere doelgroepen, zoals families of gehandicapte sporters, zowel individueel als in teamverband. Het is een beleving voor iedere leeftijd!

Meer informatie › www.drivechipandputt.com en www.drivechipputt.nl. Het draaiboek en informatie over het opzetten van een drive, chip & putt-evenement is verkrijgbaar via Florence Brugmans, florence@ngf.nl.



Renovatie bij GC Zeegersloot

Voorzitter Hans van Weezel van Golfclub Zeegersloot in Alphen aan den Rijn en directeur Piet Oosthoek van de Oosthoek Groep uit Schipluiden hebben een overeenkomst getekend voor de renovatie van hole 12 en de afslagplaats van hole 3. Met een eerste schep in de grond door Hans van Weezel werd symbolisch een aanvang met de werkzaamheden gemaakt. Op het gebied van duurzaamheid voldoet het bedrijf volledig aan de eisen die behoren bij de GEO-certificering die de club onlangs ontving. De gerenoveerde afslagplaats van hole 3 kan al over drie weken weer dienstdoen. Voor de renovatie van hole 12 is bewust voor deze periode gekozen, opdat de eerste aangroei nog in de nazomer kan plaatsvinden en de hole in het voorjaar weer in gebruik kan worden genomen. Tot dan fungeert 'reserve-hole' 2a als vervangende hole, zodat de baan qualifying blijft.



HORECA TRENDS 2015 ›



Radler, bier met citroensmaak wordt inmiddels op 95% van de terassen geschonken.



Aperol Spritz, de verfrissende Italiaanse mix is er al langer, maar lijkt een blijvertje te zijn.



Gin-tonic is helemaal 2015: in verschillende varianten met speciale gin- én tonicsoorten.

Junior League geeft jeugdgolf iets extra's



Al een paar jaar is de Junior League een succesvol programma van de Amerikaanse PGA. En dat kan het ook in Nederland worden. De Junior League kenmerkt zich door begrippen als 'laagdrempelig', 'speelplezier', 'teamsport' en 'enthousiasme'. Eind augustus werd de eerste wedstrijd in het Zuid-Hollandse Lisse op Golfbaan Tespelduyn gespeeld. De PGA Holland en de NGF trekken ook bij het verder ontwikkelen van de Junior League samen op. In 2016 en komende jaren komt er dan ook ongetwijfeld een vervolg. Samen met het drive, pitch & putt programma biedt golf aantrekkelijke programma's om kinderen nog meer plezier aan de sport te laten beleven.

Lobby Golf & Landgoedstatus

Naar aanleiding van kamervragen van D66 over de landgoedstatus van 45 golfbanen in Nederland heeft een uitgebreide evaluatie plaatsgevonden naar het functioneren van de Natuurschoonwet uit 1928. Dit heeft geleid tot een rapport waarin de combinatie van landgoed en golfbaan over het algemeen goed naar voren komt. De NVG en NGF hebben zich hier gezamenlijk voor ingezet door aanwezig te zijn bij diverse bijeenkomsten en workshops in het kader van de evaluatie. De volgende stap na het presenteren van het rapport is het informeren van de Tweede Kamer over de evaluatie, waarbij de visie van het kabinet wordt toegevoegd. Bij het uitblijven van veel negatieve reacties kan een aanpassing van de Natuurschoonwet worden voorbereid. De NVG houdt samen met de NGF dit traject in de gaten en voert lobby waar nodig en relevant.





Alcoholvrije drankjes: ouderwetse limonade, in allerlei bijzondere smaken, doet zijn herintrede, al dan niet in grote kannen met fruit en kruiden.



Speciaalbieren doen het op dit moment goed. Elke stad heeft inmiddels zijn eigen microbrouwerij.



Voor 2016: **Tinto de Verano,** een mix van rode wijn met bruiswater of bitter lemon, ijsblokjes en een schijfje citroen.



"Golf heeft nog steeds potentie"

Wetenschapper Maarten van Bottenburg over verleden, heden en toekomst van golf.

Het is alweer een jaar of twintig geleden dat een Nederlandse socioloog zich serieus boog over een van de mooiste bijzaken in het leven: sport. Maarten van Bottenburg promoveerde in 1994 cum laude op een proefschrift over de wereldwijde verspreiding en de uiteenlopende populariteit van sporten. Later werd dit proefschrift als boek uitgegeven: 'Verborgen Competitie'.

Sporten zijn niet in alle landen even populair. Sommige groeien sneller dan andere en soms is de toename in een relatief korte tijd van het aantal beoefenaren spectaculair - zoals in golf.
"De vraag die in dit boek centraal staat", lezen we in de inleiding van Verborgen Competitie, "is wat de achtergronden zijn van deze variatie in het wereldsportstelsel. Waarom is de belangstelling voor de ene sport gedurende een bepaalde periode groter dan voor de andere? Waarom neemt die belangstelling voor de ene sport toe en voor de andere af? Wat zijn de redenen van de verschillen die hierin bestaan tussen landen? Of, in algemene termen, wat zijn de oorzaken van de differentiële populariserings van sporten?"
Verborgen Competitie is dan ook al jaren een must voor eenieder die zich verdiept in de achtergronden van de sport - in historisch en in sociologisch opzicht. Maar zowel de wetenschap als de wetenschapper ontwikkelen zich verder. Nieuwe inzichten, nieuwe onderzoeken leiden tot een verfijning van de visie. Geen wonder dat Maarten van Bottenburg in een interview met 'De Sportwereld' tot de volgende uitspraak kwam: "Voor mij werken disciplines als sociologie, geschiedenis, psychologie het best als ze met elkaar in verband worden gebracht" en "je moet de sportgeschiedenis bestuderen in samenhang met maatschappelijke ontwikkelingen die zich op hetzelfde moment voordoen."

MAARTEN VAN BOTTENBURG

is hoogleraar Sportontwikkeling aan de Universiteit Utrecht. Hij is tevens hoofd van het Departement Bestuurs- en Organisatiewetenschap (USBO) en vicedecaan Valorisatie van de Faculteit Recht Economie Bestuur en Organisatie. Maarten is trekker van het focusgebied Sport & Society (http://www.uusportandsociety.nl/).

Voor zijn benoeming tot gewoon hoogleraar aan de Universiteit Utrecht in 2009 was hij van 2004 tot 2009 bijzonder hoogleraar aan de USBO en lector Sportbusiness aan de Fontys Economische Hogeschool Tilburg. In de periode van 2002 tot 2007 vormde hij met Jan Janssens de directie van het Mulier Instituut, waarvan hij tevens een van de oprichters is. Voordien was hij directeur van een sociaal-wetenschappelijk onderzoeksbureau, gespecialiseerd op sportgebied.

VERBORGEN POTENTIE

In Verborgen Competitie noemt Van Bottenburg de groei van golf in Nederland opzienbarend, al vermeldt hij terecht dat hier ook in omringende (welvarende) landen sprake van was. Van Bottenburg meent dat de vergrijzing een rol speelde - en speelt - bij de groei van golf. Die mening is anno 2015 niet veranderd. "Golf was heel lang een sport van ons kent ons", zegt hij. "Tot het einde van de jaren tachtig, begin jaren negentig. De basis voor de opvallende groei van golf werd gelegd door tennissers en hockeyers. Hun sporten waren in de jaren zeventig groter geworden door de uitbreiding van de middenklasse. De democratisering en informalisering in deze tijd speelden ook een belangrijke rol bij de toename van het aantal hockeyers en tennissers."
De jaren tachtig en vooral negentig stonden echter in het teken van een formalisering en denivellering: een reactie op de democratiserings- en emancipatiebewegingen in de decennia ervoor. "Het was weer goed om onderscheidend te zijn", zegt Van Bottenburg. "En vooral veel oud-hockeyers en -tennissers deden dat door naar golf over te stappen. Je ziet dat ook aan het afvlakken van tennis."
Als de vraag groeit, ontstaat er vaak een probleem aan aanbodzijde. "Maar dat was zeker in het begin van de groei niet het geval", aldus Maarten van Bottenburg. "Er waren al redelijk wat clubs en banen die jarenlang door weinig mensen werden gespeeld. Een verborgen potentie dus. Dat was een belangrijke reden dat golf zo'n explosie meemaakte. En dan had je ook commerciële partijen die kansen zagen. Zij legden in een hoog tempo nieuwe banen aan. Ook een aantal recreatieschappen investeerden in golf. Dat had de aanleg van banen als Spaarnwoude, Kleiburg en Oude Maas tot gevolg."

> "Als je aantal leden ongeveer gelijk blijft, doe je het niet slecht op de sportmarkt"

GOLF STAAT ER NIET ONGUNSTIG VOOR

De Koninklijke Nederlandse Golf Federatie zag het aantal golfers gedurende ruim twintig jaar stijgen en stijgen. Veel mensen wilden lid worden van een club, maar ook voor de zogenaamde vrije golfers waren er mogelijkheden. Tienduizenden haalden hun GVB en konden als greenfeespelers terecht op vooral de commerciële banen.
"De groei vlakt af", constateert Maarten van Bottenburg. "Maar de NGF moet zich daar niet heel ernstige zorgen over maken. Golf staat er namelijk niet ongunstig voor. Als je aantal leden ongeveer gelijk blijft, doe je het niet slecht op de sportmarkt: bij veel sportbonden is er sprake van een veel grotere stagnatie of zelfs teruggang. Maar op zich vind ik ook dat niet zo vreemd. We hebben in ons land op een bevolking van achttien miljoen niet minder dan vijf miljoen leden van sportbonden."
Van Bottenburg: "Veel sporten hebben grote problemen om leden vast te houden. Er zijn er bij die in een flink tempo kleiner worden. Bij golf gebeurt dat niet. Vandaar dat ik perspectief in deze sport zie, mits er een goed beleid wordt gevormd."

Vanzelf gaat het niet meer in golf, een sport die jarenlang te maken had met wachtlijsten. Dat capaciteitsprobleem bestaat - op een paar uitzonderingen na - niet meer.
"Het motto is derhalve anticiperen op de toekomst", is de mening van Maarten van Bottenburg. "Maar met alleen standaardlidmaatschappen - one size fits all - red je het niet meer. Aan de ene kant moet je je huidige leden koesteren. En aan de andere kant moet je nieuwe spelers aantrekken. Goede producten zijn wat dat betreft een must. Golf heeft in mijn ogen dus nog steeds potentie. Waar ik de beste mogelijkheden zie? Bij de senioren en de groep 31-45 jaar. Doe voor hen en hun kinderen een goed aanbod."

TOPSPORT EN BREEDTESPORT

Elke sportorganisatie heeft met twee belangrijke elementen te maken: topsport en breedtesport.
"Twee delen die intrinsiek in elkaar opgaan", zegt Van Bottenburg. "Je wilt aan de ene kant dat veel mensen de sport beoefenen, maar ook dat er prestaties worden geleverd. En waar het ook over gaat, over sport, muziek of wiskunde: talenten moet je koesteren. Daar moet je goede voorzieningen voor treffen, middelen ter beschikking stellen, budget voor vrijmaken.

"Het motto is anticiperen op de toekomst"

HET EFFECT VAN TELEVISIE

In zijn proefschrift Verborgen Competitie zegt Van Bottenburg aan dat "een zelfstandige invloed van de televisie op de popularisering van sporten echter moet worden betwijfeld. Volleybal is in de jaren zeventig en tachtig op televisie stiefmoederlijk bedeeld, maar groeide desondanks sterker in populariteit dan basketbal, waarvan veel meer wedstrijden op televisie werden uitgezonden."

Hij citeert ook uit een onderzoek van de Franse socioloog Paul Irlinger naar de omstandigheden waarin mensen zich gestimuleerd voelen om te gaan sporten of om meer te gaan sporten en de motiverende factoren die aanzetten tot sportbeoefening. Sport op televisie bleek volgens Irlinger in deze opzichten nauwelijks van belang. Voor minder dan twee procent van de respondenten bleek het kijken naar sport op televisie een drijfveer om zelf te gaan sporten.

Golf is een mondiale sport, waarin de concurrentie groot is. Dat maakt de opgave voor de NGF niet gemakkelijk. Je zou je voor kunnen stellen dat je je als bond helemaal richt op dat ene talent. Dat golf nu olympisch is, zou zeker kunnen schelen in de middelen. En daarnaast heb je het publicitaire aspect. Een Nederlandse golfer die het op olympisch niveau goed doet, is niet slecht voor het imago. En het kan helpen om vooroordelen uit de wereld te halen. Zeker bij jongeren."



Het nieuwe Drive, Chip & Putt toernooi bij Golfclub Zwolle was al bij de eerste editie een groot succes. 66 jonge golfers deden mee.



VOOR U GESPOT

GEZONDE SPORTKANTINE

Aan het project 'De Gezonde Sportkantine' van de organisatie JOGG doen inmiddels meer dan 350 verenigingen mee. De belangrijkste reden voor bijna drie kwart van de verenigingen om deel te nemen, is dat zij vinden dat het bij de verantwoordelijkheid of visie van de club hoort. Daarnaast werd door bijna 70% 'maatschappelijke relevantie' als een belangrijke reden genoemd.

Vijf op de tien bieden **bruine belegde broodjes** aan en vier op de tien bieden **waterijs** aan. **Vers fruit, bruine tosti's** en **soep** behoren slechts bij een op de vijf tot het assortiment. Nagenoeg alle sportkantines bieden **bronwater, koffie** en **thee** en **frisdranken met minder suiker** of suikervervangers aan. **Vers vruchtensap** en **gratis kraanwater** zijn in slechts een op de tien sportkantines onderdeel van het assortiment.

Helaas worden de minder gezonde producten toch het meest verkocht. Tosti's blijken het best verkochte product, gevolgd door broodjes gefrituurde snacks en friet. Qua dranken zijn dat de gesuikerde frisdranken, gevolgd door bier en sportdranken.

Alle sportverenigingen met een kantine of clubhuis kunnen deelnemen aan 'De Gezonde Sportkantine'.

› **www.gezondesportkantine.nl of info@gezondesportkantine.nl**

Bron: Mulier Instituut, 7 juli 2015

Wat zijn de uitdagingen voor golf voor de komende vijftien jaar?

Meer beoefenaren die meer spelen. Als je de getallen op een rijtje zet, dan weet je wat de mogelijkheden zijn.

LEDENAANTALLEN SPORTBONDEN

Dat golf sinds de jaren negentig van de vorige eeuw groeit, zal niemand zijn ontgaan. Interessant is om de statistieken van de NGF te vergelijken met die van de KNHB en de KNLTB, zie grafiek 1. Immers, duidelijk is dat tennis tot 2000 fors groeide, maar dat vervolgens een daling werd ingezet. Hockey blijft een stijgende lijn vertonen, al is de groei van de laatste jaren vooral te danken aan de groei van het aantal jeugdspelers. Er zijn bijvoorbeeld veel meer meisjes gaan hockeyen.
Golf heeft het grote voordeel dat je de sport veel langer dan tennis en - zeker - hockey kunt beoefenen. Feit is wel dat golf de sterk stijgende lijn niet heeft weten vast te houden. De laatste jaren is er sprake van een afvlakking van de groei van het aantal geregistreerde spelers.

INTERNATIONAAL

Nederland telt momenteel iets meer dan 372 duizend golfers. Dat is 2,3 procent van de bevolking. Hoe zich dat verhoudt tot andere Europese landen is in onderstaand staatje te zien.

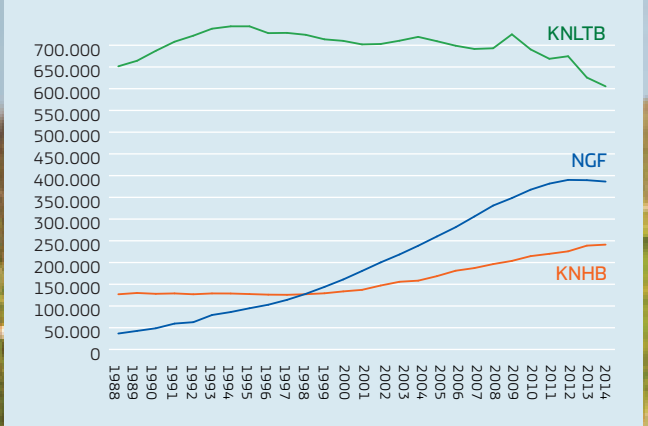
Land	
Zweden	4,8%
Schotland	3,8%
Denemarken	2,7%
Finland	2,6%
Nederland	**2,3%**
Noorwegen	2,0%
Wales	1,6%
Oostenrijk	1,2%
Engeland	1,1%
Zwitserland	1,1%
Duitsland	0,8%
Frankrijk	0,6%
Spanje	0,6%
België	0,5%

LEVENSVERWACHTING

We worden gemiddeld steeds ouder en daar kan golf zijn voordeel mee doen. Grafiek 2 van het Centraal Bureau van de Statistiek geeft de levensverwachting bij geboorte weer. Mannen die in het begin van de jaren vijftig van de vorige eeuw werden geboren, hadden een levensverwachting van iets meer dan 70 jaar. Nu is dat al bijna 80 jaar. En de lijn stijgt de komende decennia alleen maar. Wie langer leeft, zou ook langer kunnen golfen.

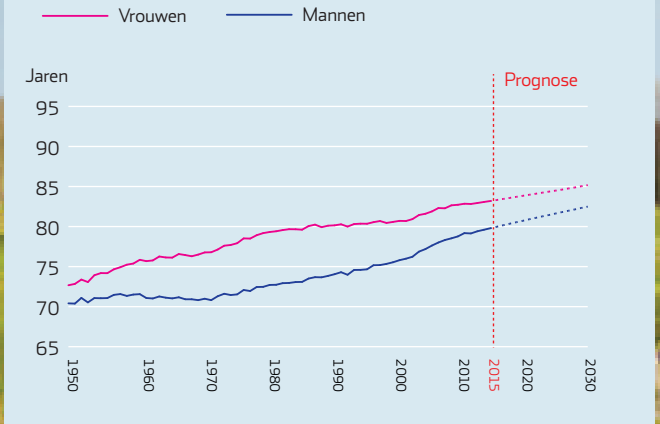
De levensverwachting voor mannen is 80 jaar.

LEDENAANTALLEN GROTE SPORTBONDEN



Grafiek 1

LEVENSVERWACHTING BIJ GEBOORTE



Grafiek 2

AANTALLEN GOLFERS

Onderstaande getallen geven het aantal golfers aan per leeftijdsgroep plus het percentage ten opzichte van de totale Nederlandse bevolking. Hanteer je dezelfde percentages voor een verwachting in 2030, op basis van cijfers van het CBS en bij ongewijzigd NGF-beleid, dan kom je op een aantal van meer dan 390 duizend golfers in 2030.

	2015	2030	%
0-10	1.424	1.502	0,1%
11-20	12.792	11.740	0,6%
21-30	18.873	19.480	0,9%
31-40	42.226	46.234	2,1%
41-50	82.073	66.213	3,3%
51-60	83.323	75.852	3,5%
61-70	87.675	101.233	4,4%
71+	43.849	68.656	2,4%
Totaal	372.235	390.911	2,3%

Zie grafiek 3.

Bij ongewijzigd beleid daalt het aantal golfers in de leeftijdsgroep 31-50 jaar.

SENIOREN

Er zal bij ongewijzigd beleid sprake zijn van een daling van het aantal golfers in de leeftijdsgroep 31-50 jaar en een forse stijging in de categorie 51 jaar en ouder. Is dat bedreigend of geeft dat juist kansen voor golf?

Het is in ieder geval geen bedreiging als de NGF en andere partijen in golf in staat zijn om hun beleid aan te passen aan de te verwachten situatie.

Wat de senioren betreft: de Federatie heeft al een goed programma om de huidige oudere golfers actiever te maken en te houden: Committed to Senioren en Sportieve Ambitie. Wat dat laatste project betreft, zou de NGF nog wel wat duidelijker kunnen maken dat dit voor golfers van alle niveaus en van alle leeftijden geldt. Op een aantal clubs wordt die gedachte al in beleid omgezet. Denk aan de Noord-Nederlandse, Welderen en - zie ook elders in deze uitgave - De Dommel. Als senioren langer en meer gaan spelen en als clubs samen met de NGF ook in staat zijn om met een innovatief beleid nog niet golfende vijftig- en zestigplussers te bewegen om te gaan golfen, zal het laatste deel van de groene lijn (zeventig-plus) niet zo scherp meer dalen.

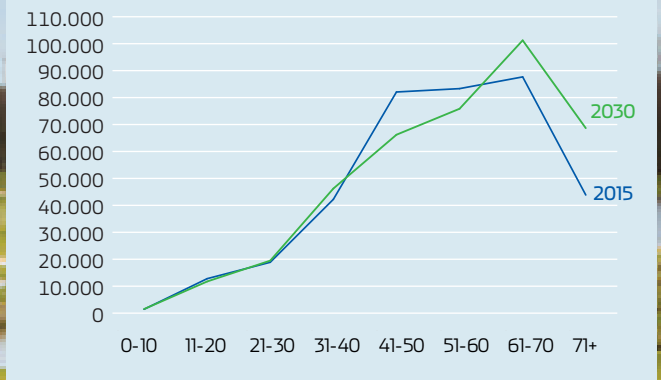
Actievere senioren zijn ook belangrijk als het om vrijwilligerswerk op clubs en banen gaat. Zij hebben meer tijd en zijn ook in staat om hun kennis en ervaring in de praktijk te brengen.

JUNIOR CLUB

Momenteel staat een ambitieus project van de NGF in de steigers: de Junior Club. Dit voorjaar werd tijdens zowel de Themadag als de Algemene Ledenvergadering een tipje van de sluier opgelicht. De Junior Club - een nieuwe, pakkende naam is in voorbereiding - moet golf in staat stellen om meer kinderen via hun al spelende ouders aan zich te binden. Wie het eerste deel van de blauwe en groene lijn ziet (grafiek 3), weet dat dit ook nodig is. Over hoeveel kinderen hebben we het? De NGF schat in dat het er ruim 100 duizend zijn, misschien zelfs wel 150 duizend. Kinderen kunnen voor een aantrekkelijk bedrag lid worden van de Junior Club. Dat is ook noodzakelijk, omdat golf voor hen niet de eerste, maar de tweede en soms de derde sport is. Een laag bedrag om te gaan golfen, zal dan voor de ouders in ieder geval geen hoge drempel zijn. Een goed opgezette Junior Club moet daarna een vervolg krijgen op clubs. Hoe meer er een toekomstige NGF-jeugdkaart accepteren die kinderen in staat stelt om voor tien euro te spelen, hoe beter.

De Federatie denkt dat mogelijk moet zijn om in 2020 50 duizend (nieuwe) kinderen aan het golfen te krijgen. Dat is een potentie die clubbesturen en baaneigenaren zal aanspreken. Nog mooier is het als meer clubs een familielidmaatschap in het leven roepen. In dat geval gaat niet alleen het onderste deel van de groene lijn (situatie 2030) omhoog, maar ook het middendeel. Dat dit uiteindelijk ook positieve gevolgen heeft voor de decennia erna zal duidelijk zijn. Golf krijgt zo de brede basis waar de markt om vraagt.

AANTAL GOLFERS 2015 EN 2030
VERDEELD OVER LEEFTIJDSCATEGORIEEN



Grafiek 3

Golfbaan Bentwoud

Golfbanen belangrijke schakel in Ecologische Verbindingszone

De afgelopen tijd zijn op twee golfbanen ingrijpende aanpassingen doorgevoerd om een grotere bijdrage te kunnen leveren aan de ontwikkeling van de natuur. Beide golfbanen vormen na de renovatie een belangrijke schakel in Ecologische Verbindingszones (EVZ).



Golfclub Toxandria

Op zaterdag 30 mei is in de aanwezigheid van alle betrokkenen, geïnteresseerden en inwoners deeltraject 2 van de Ecologische Verbindingszone bij Molenschot geopend. Deze EVZ verbindt de Molenschotse Heide met de Chaamse bosschen. NSW Landgoed Toxandria wil haar eigendommen inzetten voor natuurontwikkeling. Bij deze EVZ werken Waterschap Brabantse Delta, de provincie Noord-Brabant, de gemeente Gilze en Rijen, Golfclub Toxandria en de Natuur en Landschapsvereniging Gilze en Rijen samen.

Golfbaan Naarderbos

Op Golfbaan Naarderbos realiseerde Grontmij met de renovatie het sluitstuk in de ecologische verbinding tussen het Naardermeer en het Gooimeer. De ecozone maakt het mogelijk dat onder andere otters, bevers, ringslangen en kikkers vanuit het natuurgebied Naardermeer en vervolgens via het Naarderbos de randmeren kunnen bereiken. Voor zowel golfer als recreant is deze zone een verrijking van de natuurbeleving in het recreatiegebied.





Menno Pelk in bestuur PGA Holland

Menno Pelk, professional op onder andere de Rosendaelsche Golfclub, volgt Rob Reichgelt als penningmeester van de PGA Holland op. Hij aanvaardde zijn functie tijdens de ledenvergadering die op Golfclub Amelisweerd werd gehouden. “Mooi dat Menno lid van het bestuur is geworden”, zegt PGA Holland-directeur Frank Kirsten. “Maar natuurlijk in de eerste plaats veel dank aan zijn voorganger Rob Reichgelt voor al zijn werk.” “Er gebeurt veel in de golfwereld en de PGA Holland kan en zal daarin samen met andere partijen, zoals als de NGF en de NVG een belangrijke rol spelen”, aldus Pelk.

Cynthia Dassen nieuwe collega bij NVG

Op 1 augustus jl. is Cynthia Dassen het NVG-team komen versterken. Cynthia (27 jaar) wordt bij zowel de NVG als de EGCOA verantwoordelijk voor de evenementen en projecten. Met een ruime werkervaring in de sport en een afgeronde hbo-studie aan de Hogeschool van Amsterdam is zij een welkome versterking voor het bestuur en de bureaumedewerkers.



“Je moet een golfbaan runnen als een bedrijf. Dat geldt voor commerciële maar ook voor verenigingsbanen” Tinus Vernooij, voorzitter NVG

Nieuwe NGF-commissie Begeleiding en Advies

Vanuit de missie om de golfsport te ontwikkelen, is het de taak van de NGF om banen, clubs en andere stakeholders te ondersteunen in tal van aspecten die de golfsport raken. Van course rating tot minimale kwaliteitseisen en van cluborganisatie tot exploitatievraagstukken.
De structuur waarbinnen deze begeleiding tot op heden was ondergebracht, werd gevormd door de Commissie Ontwikkeling Golf, de regiocommissarissen CRAS&H en de Beoordelingscommissie. Deze structuur is gereorganiseerd en sterk vereenvoudigd en heeft geleid tot de nieuwe Commissie Begeleiding en Advies die, onder coördinatie van het bureau, invulling geeft aan de ondersteunende taak van de NGF.

Deze nieuwe commissie heeft als taak de ondersteuning van bestaande en potentiële Leden van de NGF in het certificeringstraject gericht op het behalen van de minimale kwaliteitseisen die van toepassing zijn voor het lidmaatschap van de NGF en de ondersteuning na verkrijging van het Lidmaatschap.

De commissie biedt specifieke deskundigheid op de volgende gebieden:

- Algemeen bestuurlijk/organisatorisch/zakelijk (golfbaan/golfclub).
- Handicap- en regelkennis, baaninrichting en course rating.
- Aanleg en beheer, duurzaamheid en agronomie.
- Sportief/speltechnisch.

Intern adviseert de Commissie Begeleiding en Advies direct aan het bestuur van de NGF. Zodra de specifieke behoefte daarom vraagt, worden de leden van de commissie ook in de uitvoering van de ondersteuning betrokken.
Om tijdig de juiste informatie op de juiste plek te kunnen verstrekken, is het van belang dat de NGF goed op de hoogte is van wat er speelt op lokaal baan- of clubniveau. De frequente club- en baanbezoeken blijken hiervoor een uitstekend middel. Daarnaast is het gewenst dat de betreffende baan of club de NGF op de hoogte houdt van het voornemen om bepaalde zaken aan te passen.

› j.slooten@ngf.nl

Eerste paal voor Adventure Park Gouda Jurassic Golf

Op donderdag 30 juli 2015 sloeg eigenaar Michel de Meijer de eerste paal voor Adventure Park Jurassic Golf in Gouda. Adventure Golf, een van origine een Amerikaans concept, werd in 2008 in Engeland geïntroduceerd en is sindsdien zeer succesvol. De in een bepaald thema uitgewerkte kunstgrasholes zijn uitdagend en tegelijkertijd laagdrempelig. Door de diverse moeilijkheidsgradaties is Adventure Golf zeer geschikt voor zowel golfers als niet-golfers, van jong tot oud. De aanleiding tot het bouwen van dit park is dat de groei van het aantal golfers in de afgelopen jaren langzaam is gestabiliseerd, evenals het aantal gespeelde rondes per jaar. De golfer van vandaag is totaal anders dan de golfer van vroeger. Golfbanen zullen alles in het werk moeten stellen om de golfers van de toekomst aan te trekken en aan zich te binden. Met nieuwe golfers worden onder andere bedoeld: jeugd, gezinnen, singles, jonge stellen met of zonder kinderen en niet te vergeten het MKB. Het is de verwachting dat het park in het najaar 2015 zal worden geopend.

› jurassicparkgouda.nl





Het groen van de Kiwi's

De golfwereld verandert in rap tempo en hierdoor is er een groeiende behoefte aan vakkundige greenkeepers. Pro Turf Care ondersteunt de golfbranche met opleidingen en na- en bijscholing en heeft als doel het bevorderen van het opleidingsniveau en de verdere professionele ontwikkeling van greenkeepers.
Zoals voor Rob Geurts, greenkeeper op Golfsociëteit De Lage Vuursche. Hij gaat de komende maanden werken in Nieuw-Zeeland. "Ik hoop op golfbaan Cape Kidnappers een hoop te leren, vooral het voorbereiden van grote wedstrijden. Het gaat mij om de perfectie en het werken in een spectaculaire omgeving met gepassioneerde mensen. Ik hoop hiermee meer greenkeepers te motiveren om hun droom waar te maken."

› www.ngagolf.nl/pro-turf-care



Golfshops: service en kwaliteit staan voorop

Een gesprek met vier clubs en banen over het wel en wee van 'hun' shops. Er zijn verschillende structuren, maar wel steeds met het belang van de consument als uitgangpunt.

Eind jaren tachtig, toen golf de eerste tekenen van een sterke groei ging vertonen, was er voor de leden vaak maar één keus: stokken, ballen en schoenen aanschaffen bij de eigen pro. Die deed op zijn beurt meestal zaken met Pro Golf Shop, de inkoopcentrale die was gelieerd aan de NPGA, de voorloper van de PGA Holland. ATC (Cees Aandewiel) en Hans Lemmens waren andere importeurs. Laatstgenoemde maakte bijvoorbeeld Ping groot in ons land.

> "Golf is een sociaal gebeuren. In het clubhuis, daar gebeurt het"

Pas na de invoering van het GVB, in 1986, en de opkomst van de zogenaamde vrije golfers, zagen ondernemers brood in het openen van shops op andere plaatsen dan een golfbaan. London Golf Center in Bunnik was een van de eerste. Aandewiel nam de verandering van de markt ook waar en opende in De Meern een winkel die passend de naam Off Course kreeg.

Anno 2015 zijn er in ons land twee grote ketens: Golf Plaza en Jumbo Golf. De laatste nam een aantal jaren geleden London Golf Center over.

Daarnaast heeft de golfconsument met internet een nieuwe bron aangeboord. Jarenlang lagen de prijzen vooral in de VS een stuk lager dan in Europa en zelfs met forse invoerrechten meegerekend, was het vaak voordeliger om virtueel aan de andere kant van de Atlantische Oceaan boodschappen te doen. Of om te

"We zien de uitbestede activiteiten als een flexibele schil om onze harde kern van clubactiviteiten heen"

proberen de fysiek in Amerika aanschafte drivers en sets langs de douane te loodsen.
Ondanks de grote keuze die de consument anno 2015 heeft, is er bijna geen club of baan zonder eigen shop: groot, klein, met alleen basiszaken zoals ballen en handschoentjes of een volledig assortiment. En dan is er nog de exploitatie. Net als bij de horeca - zie de vorige uitgave van GolfMarkt - hebben banen de shop in eigen beheer of ze hebben alles uitbesteed. Voldoende aanleiding om met vier mensen om tafel te zitten: **Herman van der Vlis** (directeur Golfbaan Delfland), **Cees de Bruin** (voorzitter Golfresidentie Dronten), **Guus Hendriksen** (voorzitter Golfclub Heelsum) en **Reinoud van Haare Heijmeijer** (manager Goyer Golf & Country Club).

Van der Vlis: "Op Delfland hebben we de shop volledig in eigen beheer, net als de horeca. Alleen de greenkeeping is uitbesteed."

Cees de Bruin was een van de eerste bewoners op Golfresidentie Dronten (negen holes), waar bij elk huis twee speelrechten horen. Hij heeft inmiddels een grote ervaring als voorzitter van de golfclub opgedaan. "We hebben geen eigen shop, maar maken gebruik van wat professional Mike Woltering er heeft opgebouwd."

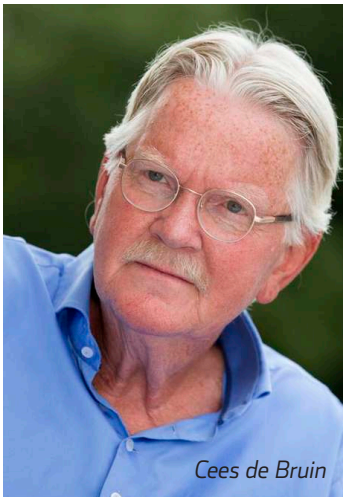
Golfclub Heelsum heeft de beschikking over een 27-holes baan, goede oefenfaciliteiten en een mooi clubhuis met een inpandige shop. Guus Hendriksen: "We outsourcen veel. Ook de horeca - na wat minder goede ervaringen met eigen beheer - en de shop. Dat bevalt ons goed."

Ook op de Goyer is er geen eigen shop. "En ook geen eigen golfschool", aldus manager Reinoud van Haare Heijmeijer. "Greenkeeping en horeca verzorgt de club wel zelf."

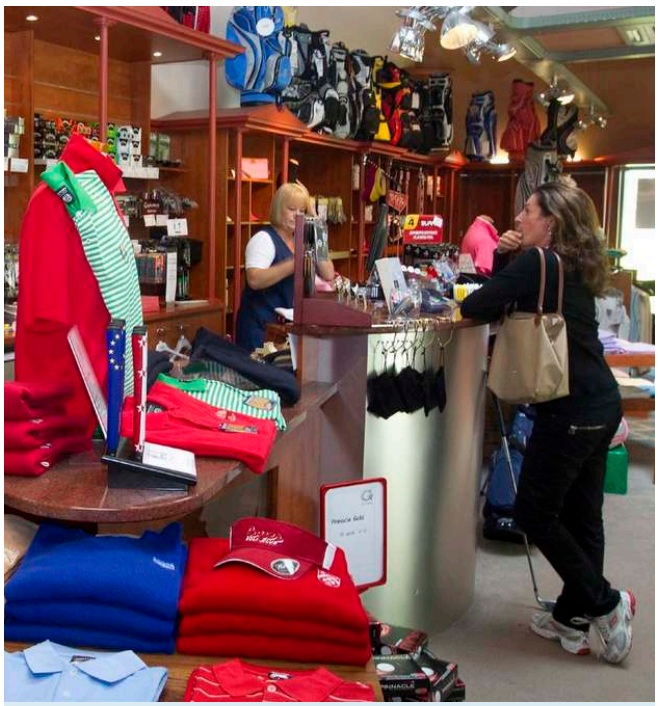
"Ik heb wat betreft een 'eigen' shop ervaring opgedaan op wat toen nog Golfcentrum Rotterdam heette", zegt Van der Vlis, die in eind dit jaar een punt zet achter zijn werk op Delfland. "Toen dat complex in 1987 werd geopend, was ik verantwoordelijk voor de horeca, maar ik zag al snel dat wat mij betreft de shop er best bij kon. En met een goed resultaat. We hebben op het Golfcentrum jarenlang een heel goede omzet gedraaid.
Delfland is natuurlijk een heel ander verhaal dan de meeste andere golfbanen in ons land. We zijn honderd procent commercieel. Een club is er niet. Dan past een goede, grote shop prima in het plaatje. Net als een forse drivingrange. Beide dragen flink bij aan de omzet.
Waarom we de shop zelf runnen? Golf is een serviceproduct. We zitten op jaarbasis, met veel vaste spelers, op zestig- tot zeventigduizend rondjes. Met de verkoop van alleen ballen en handschoentjes, redden we het niet om een shop rendabel te maken. Op ongeveer tweehonderd vierkante meter hebben we echt een goede winkel, inclusief een fittingcenter. We adverteren veel met aanbiedingen met prijzen die onder die van shops als Golfplaza en Jumbo liggen. Hoe dat kan? Scherp met de leveranciers onderhandelen. Dat kan als je wat groter bent.
Delfland is groter dan Golfcentrum Rotterdam, maar toch heb ik veel gekopieerd van hoe we het daar deden. Weet je, golf is een sociaal gebeuren. In het clubhuis, daar gebeurt het. Daar ontmoeten mensen elkaar. Op een golfbaan speel, eet en drink je samen. En als er dan ook nog eens goede medewerkers achter de balie staan, die eveneens in staat zijn om bijvoorbeeld kleding te verkopen, dan snijdt het mes aan twee kanten. Maar als directie moet je er wel bovenop zitten."


Herman van der Vlis


Reinoud van Haare Heijmeijer


Cees de Bruin


Guus Hendriksen



Golfstore De Goyer, Eemnes

Adrian Morley is eigenaar van drie golfshops: op de Goyer, de Hilversumsche en Anderstein. De shops zijn aangesloten bij de Zweedse inkooporganisatie Golfstore. Samen met zijn vrouw Marga biedt hij een zo compleet mogelijk assortiment, zoals kleding, schoenen, cadeaus en uiteraard de meest moderne clubs. Door zijn ruime ervaring, onder andere als playing pro en als head professional op de Goyer, kan Adrian zeer doelgericht spelers adviseren over de aanschaf van clubs.



Golfbaan Delfland, Schipluiden

Delfland heeft een eigen golfshop met ruime openingstijden en een breed assortiment. Doordat dit een (voor een baan) relatief grote shop is, kan er inkoopvoordeel worden behaald wat scherpe prijzen voor de klant tot gevolg heeft. De shopmanager op Golfbaan Delfland is Michiel van Dillen. Er zijn twee gediplomeerde clubfitters die gebruikmaken van een zeer modern fitting center op de driving range. In de shop wordt door de enthousiaste dames deskundig kledingadvies gegeven.

"Hoewel onze situatie heel anders is, ben ik het voor wat dat laatste betreft helemaal met Van der Vlis eens", zegt Guus Hendriksen van Golfclub Heelsum. "Elke maand evalueren we met de uitbaters van de horeca en de shop. Zoals ik al eerder zei, hebben we in het verleden de nodige problemen met de horeca gehad. Die willen we voorkomen. Onze shop is met twintig vierkante meter niet groot, maar hij staat wel propvol. Exploitant/huurder Foregolfers doet het wat dat betreft goed."

Maar met uitbesteden zijn niet alle zorgen weg.
Hendriksen: "Inderdaad. Daarom praten we regelmatig over het aanbod en hoe we de service kunnen optimaliseren. Shop en receptie zijn nu naast elkaar geplaatst en we denken aan de mogelijkheid om de winkel wat uit te breiden en om qua medewerkers een combinatie mogelijk te maken. Dat proces van optimalisering gaan we nu in. En wat heel belangrijk is: de samenwerking met de pro's moet goed zijn. Als zij een fittingsessie doen, moeten ze niet vervolgens elders de stokken bestellen."
Van der Vlis: "Spreekt vanzelf. Anders heb je een vorm van koferbakverkoop."
Hendriksen: "Daarom is het goed dat we het erover hebben. En goed dat er duidelijke afspraken over zijn."
Van der Vlis: "Op Delfland krijgt de pro een percentage als er via hen equipment wordt verkocht."
Hendriksen: "Bij ons ook."
Van der Vlis: "En nog even terugkomend op jullie afspraken met de huurder. Deelt Golfclub Heelsum in de opbrengst?"
Hendriksen: "Nee, Foregolfers betaalt alleen huur. En dat geldt ook voor de horeca. Daar heeft de club bewust voor gekozen

> "Als het de golfshop goed gaat, gaat het wat deze service betreft de club en de leden ook goed"



Foregolfers, Heelsum

Patrick Zelechovsky runt vijf shops in Nederland (waaronder ook de Rosendaelsche en Golfbaan Almere) en twee in Duitsland. Het voordeel van deze schaalgrootte is onder meer de inkoopkracht, wat scherpe prijzen oplevert, en een centraal magazijn voor snelle leveringen. In de shop op Heelsum kunnen spelers ondanks het relatief kleine oppervlak terecht voor een breed assortiment. Patrick hecht sterk aan het verlenen van service onder het motto: 'passie meets passie.'



GolfXchange, Dronten

Golfshopeigenaar Mike Woltering en zijn partner Rianet van der Ven zien hun kracht vooral in de combinatie van golfshop, golfschool en golfbaan. De Openbare Golf Dronten is hun eigendom en ligt pal naast de Golfresidentie Dronten, waarvoor zij ook de shop en de school verzorgen. Spelers kunnen clubs uitproberen op de outdoor fitting area en de gekozen set vervolgens meenemen de baan in. Mike geeft tijdens de lessen ook regelmatig adviezen.

om met name van het risico af te zijn. We zien deze uitbestede activiteiten als een flexibele schil om onze harde kern van clubactiviteiten heen."

Op Golfresidentie Dronten is het allemaal heel anders?

Cees de Bruin: "Er zijn 450 wooneenheden met elk twee speelrechten. Daar worden er vijfhonderd van gebruikt. Daarnaast zijn er 150 leden van buiten. Al met al kom je dan op zo'n vijftienduizend rondjes per jaar. Het is allemaal dus vrij klein en daarom zijn we ook blij met de shop van Mike Woltering. We hebben er echt nooit aan gedacht om dat - net als de horeca - in eigen hand te houden. Het is een grote shop waar Woltering zelf in heeft geïnvesteerd. De oppervlakte is ruim vijftig vierkante meter en het is er altijd druk, omdat de shop ook veel klanten van buiten trekt. Er komen golfers uit het hele land naar Dronten. Dus als het Mike Woltering goed gaat, gaat het wat deze service betreft de club en de leden ook goed. We lopen geen financieel risico, hebben er geen omkijken naar. Uiterst plezierig."

En hoe tevreden is De Goyer?

Van Haare Heijmeijer: "We zijn te spreken over onze afspraken met Adrian Morley, die zowel de golfschool als de shop beheert. Waarom deze oplossing terwijl we de horeca wel zelf exploiteren? We hebben ooit een eigen kleine shop gehad, maar dat is snel veranderd. Golfschool en shop zitten niet aan het clubhuis vast. En dat clubhuis is alleen toegankelijk voor leden. Morley mag lessen geven aan derden en hen ook stokken en ballen verkopen. Dat zijn extra inkomsten voor hem, omdat hij het met alleen inkomsten van leden niet redt.

Adrian Morley is - in samenwerking met het Zweedse Golfstore - overigens ook shops begonnen op Anderstein en Hilversum. Dat verbreedt de basis en dat is eveneens in ons voordeel. En wat de afspraken betreft: een deel van de fee is vast en een deel is gebaseerd op de omzet. Dat is een afspraak waar we beiden content over zijn."

Meer informatie:

› info@delflandgolf.nl
› bestuur@golfresidentie.nl
› bestuur@gcheelsum.nl
› info@goyer.nl

NGF Agronomie

KONINKLIJKE NEDERLANDSE GOLF FEDERATIE

NGF Agronomie is de nieuwe dienstverlening van de NGF. De focus ligt op een goede beheerkwaliteit van de speelopper-vlakten in harmonie met de natuurlijke omgeving als basis voor het spelplezier van golfers. NGF Agronomie ondersteunt baanbeheerders in het duurzaam optimaliseren van golfbaanonderhoud en slaat een brug tussen wetenschap en praktijk.



Ons doel is onafhankelijke voorlichting en ondersteuning te bieden aan golfbanen en -clubs op het gebied van duurzaam onderhoud en beheer.

Beheerkwaliteit als basis voor sportkwaliteit



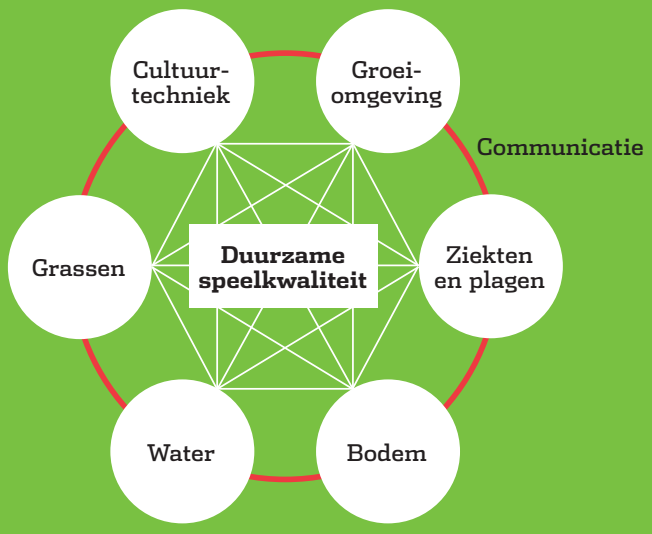
Een brede basis is nodig voor een hoge speelkwaliteit

NGF Agronomie is uw onafhankelijke en objectieve expert in turfgrass-vraagstukken. Wij kunnen u ondersteunen bij de volgende vragen:

- Het verhogen van de **beheerkwaliteit** voor meer spelplezier.
- Verduurzaming van turfgrass management volgens de **GEO-methodiek**: planmatig en transparant.
- **Bedrijfseconomische continuïteit** door effectief en efficiënt beheer van uw baan.
- Uw lokale **Green Deal**-opdracht.



Integrated Turfgrass Management



Informatie en downloads:
www.ngfinformatieplein.nl › project: NGF Agronomie.
Contact: Niels Dokkuma via n.dokkuma@ngf.nl



VOOR U GESPOT

AANTAL BANEN IN DE TOP 25 GOLFLANDEN

1	VERENIGDE STATEN	15.372
2	JAPAN	2.383
3	CANADA	2.363
4	ENGELAND	2.084
5	AUSTRALIE	1.628
6	DUITSLAND	747
7	FRANKRIJK	648
8	SCHOTLAND	552
9	ZUID-AFRIKA	512
10	ZWEDEN	491
11	CHINA	473
12	IERLAND	472
13	ZUID-KOREA	447
14	SPANJE	437
15	NIEUW-ZEELAND	418
16	ARGENTINIE	319
17	ITALIE	285
18	INDIA	270
19	THAILAND	253
20	MEXICO	237
21	NEDERLAND	218
22	MALEISIE	199
23	DENEMARKEN	196
24	WALES	189
25	NOORWEGEN	171

Hole 9 van PGA Centenary Course van Gleneagles, Schotland

Wie is er bang voor beoordelingen?



In een paar jaar tijd is Leadingcourses.com uitgegroeid tot een uitgebreide vraagbaak voor golfers die op zoek zijn naar een golfbaan en het oordeel van andere spelers. Moet je als manager of bestuurder huiverig voor zijn deze ontwikkeling? Of kun je daar juist je voordeel mee doen.

Internet werd, zeker in de beginjaren, een omgevallen boekenkast genoemd. Veel informatie, maar vaak niet gerangschikt. En, denk aan de Wikipedia's van de wereld, lang niet altijd betrouwbaar. Maar zoals met veel andere bronnen zijn ook op internet de scherpe kantjes er voor een belangrijk deel afgehaald. Het kaf wordt meer en meer van het koren gescheiden. En wie een goed informatiesysteem heeft gebouwd, dat ook nog eens wordt gevuld met beoordelingen door gemotiveerde gebruikers, heeft in de ogen van velen een voorsprong.

Het Nederlandse bedrijf Leadingcourses.com behoort tot die laatste categorie. De basis voor de onderneming werd in 2007 gelegd, toen Jeroen Korving in Ierland The European speelde. "Ik had handicap 36, betaalde een fors bedrag om daar te kunnen spelen", zegt hij. "Het was gewoon niet leuk, omdat de baan veel te moeilijk voor mij was. Na afloop raakte ik in gesprek met een man uit de buurt. Die vertelde dat er vlakbij een course lag die veel geschikter was voor spelers zoals ik. En die was ook nog eens aanzienlijk goedkoper. Maar hoe had ik dat vooraf kunnen weten?"

Vier jaar later ging de website Leadingcourses.com de lucht in - met een overzicht van de Nederlandse banen, hoogstpersoonlijk door Korving ingetypt.

Anno 2015 richt Leadingcourses.com zich al lang niet meer alleen op Nederland. Op de website staan gegevens en beoordelingen van 23.040 golfbanen in meer dan honderd landen. Je kunt ruim 245 duizend reviews vinden. Per maand zijn er ongeveer 263 duizend gebruikers.

> "Wij kunnen de clubs helpen, we hebben echt een berg aan informatie"

ZEVEN FACETTEN

De beoordelingen van Leadingcourses.com worden niet door een select gezelschap van golfkenners gemaakt, hoewel hun lijstjes altijd leuk zijn om te bediscussiëren. Het is in deze moderne wereld zo dat de mening van andere consumenten, of het nu om pc's, auto's of golfbanen gaat, zwaarder wegen bij hun medegebruikers. De duizenden reviews op de website geven een goed beeld van hoe gewone golfers zeven facetten van een golfclub/baan beoordelen:

- de golfclub (algemene indruk)
- voorzieningen (oefenfaciliteiten, parkeren, etc.)
- onderhoud van de baan (greens, fairways, tees, etc.)
- clubhuis (uitstraling, sfeer, etc.)
- prijs-kwaliteitsverhouding
- gastvrijheid
- de baan (of lussen)

Korving: "Vanzelfsprekend tellen niet alle onderdelen even zwaar mee. Daarnaast zorgen we er ook op andere manieren goed voor dat de beoordelingen waarde hebben. In de eerste plaats moet je een account hebben om een oordeel te kunnen vellen. Daarmee voorkom je anonieme acties, of die nu negatief of positief zijn.



Jeroen Korving: "We hebben de nodige checks and balances ingebouwd"

En natuurlijk voorkomen we dat er vanaf een IP-adres meerdere accounts worden geopend.
Minstens zo belangrijk is dat beoordelingen zwaarder meetellen naarmate iemand vaker beoordeelt. En na verloop van tijd verliezen die beoordelingen wel weer hun waarde. De meest recente beoordelingen tellen het zwaarst mee, oudere beoordelingen hebben dus veel minder invloed."
Dit alles is alleen maar in het voordeel van banen en clubs. Zeker omdat 'foul play' en gestuurde beoordelingen niet mogelijk zijn. Maar als een baaneigenaar nu al zijn (honderden) leden en vaste bespelers vraagt om alleen maar tienen te geven?
Korving: "Dan moeten mensen in de eerste plaats de moeite nemen om een account te openen. En in dit hypothetische geval zullen de beoordelingen nauwelijks meetellen, omdat die mensen nog geen historie bij ons hebben. En daarnaast zullen lijstjes met alleen maar tienen - of tweeën om bijvoorbeeld een concurrent te benadelen - automatisch worden geweigerd. Zonder daar in detail op in te gaan: we hebben de nodige 'checks and balances' ingebouwd."
Het vergaren en bewaren van data is de basis, maar Korving weet ook dat sites als de zijne snel hun waarde verliezen als de gegevens niet meer up-to-date zijn.
"Elke dag worden automatisch alle URL's gecheckt", zegt hij. "Banen kunnen een geheel andere website hebben, een andere extensie, zoals .com in plaats van .nl. Maar het is ook mogelijk dat de club is opgeheven. Onze systemen zien het als eerste als er wat is veranderd en we hebben een team dat al dit soort zaken daarna handmatig uitzoekt. Veel werk, maar we zijn dat aan onze stand verplicht."

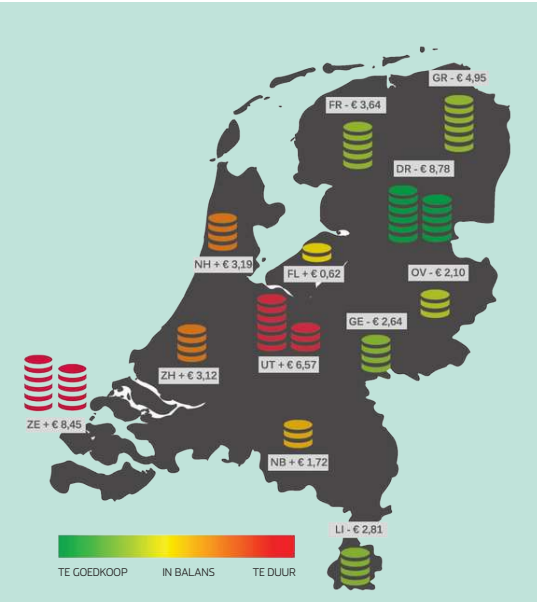
Bij de betere banen worden de beoordelingen hoger naarmate de golfer een lagere handicap heeft.

Deze aanpak betekent dat de informatie zo correct als mogelijk is, maar clubs en banen kunnen er zelf voor zorgen dat basisgegevens in orde zijn.
"Alle clubs hebben een gratis basisaccount en derhalve de mogelijkheid om in te loggen om bijvoorbeeld de greenfees aan te passen", aldus Jeroen Korving. "Daarnaast is er een premiumaccount voor vijftig euro per maand. En dan heb je als eigenaar of manager de mogelijkheid om veel statistieken en andere cijfers te vergaren, maar ook arrangementen te plaatsen. En omdat de site in acht talen beschikbaar is, maken we het ook voor golfers uit andere landen eenvoudiger om uit te vinden waar ze in Nederland kunnen golfen."

METEN IS WETEN

In deze tijd van mondige consumenten kan 'meten is weten' de doorslag geven. Het kan ondernemers helpen om letterlijk hun positie in de markt te bepalen. Wat voor baan ben je bijvoorbeeld? Of wat voor baan zou je moeten zijn. Succes wordt vaak bepaald door keuzes te maken. De NGF heeft tal van manieren om belangrijke gegevens over de club, de leden en potentiële golfers in de omgeving in kaart te brengen.
"Je moet dan ook niet bang zijn voor sites als Leadingcourses.com", zegt Korving. "In tegendeel, je doet er je voordeel mee. Er zijn zo veel vragen die kunnen worden beantwoord: waar kun je je nog verbeteren, hoe doen banen in mijn omgeving het? Is er een opmerkelijk verloop in de beoordelingen? Wij kunnen de clubs daarmee helpen, we hebben echt een berg aan informatie. Ook organisaties als de NGF en de NVG kunnen daarvan profiteren."

› www.leadingcourses.com



Gemiddelde greenfee afgezet tegen de afwijking ten opzichte van het adviestarief per provincie.





Sportief beleid in de praktijk

Golf wordt pas echt leuk als je het een beetje kunt. Die gedachte vormde en vormt de basis van de cursus Opzetten Sportief Beleid. Het Zuid-Hollandse Tespelduyn wil er zijn voordeel mee doen.

Tespelduyn is een golfbaan, geen golfclub. En dat laatste zal het ook nooit worden. Maar directeur Peter Duivenvoorde wil meer dan alleen 'kaartjes verkopen'. Sportief beleid vormt dan ook een belangrijk onderdeel van zijn aanpak.
Vlak bij de N206, de oude bollenroute van Haarlem naar Den Haag, ligt Landgoed & Golfbaan Tespelduyn. Geopend in 2011. Negen holes, drie zogenaamde korte parkholes, goede oefenfaciliteiten, een ruim clubhuis en een trouwlocatie.
Op en bij de baan die in Noordwijkerhout ligt, is men van alle markten thuis. "Er zijn hier veel mensen met golf begonnen", zegt Duivenvoorde. "Maar handicap 54, het oude GVB, is wat ons betreft nooit hun einddoel geweest. We wilden en willen echte golfers van hen maken."

SPORTIEVE AMBITIE

En dat is exact de doelstelling van de NGF, die heeft gesignaleerd dat er een behoefte is bij golfclubs, banen en professionals om golf veel steviger neer te zetten als sport. En dan gaat het niet alleen om het kleine groepje spelers en speelsters met een lage handicap. Wie handicap 54 heeft en - met het 9-stappenplan als leidraad en houvast - naar 36 wil, toont aan ook een sportieve ambitie te hebben. Goed opgeleide golfers, is het standpunt van de NGF, zijn vaak mensen die zich veel langer binden aan de sport en de baan of club. Maar het sportieve beleid handen en voeten geven, is in sommige gevallen niet gemakkelijk. En dan helpt het om de tweedaagse cursus Opzetten Sportief Beleid te volgen. "Er zijn dit jaar drie sessies", zegt Janke van der Werf, NGF Club Developer. Zij verzorgt de cursus samen met Alexander Renders. Hij is pro, maar ook NGF Accountmanager Sport. "En in 2016 worden er in ieder geval twee en mogelijk drie gegeven."
De cursus is niet alleen een kwestie van 'zenden', maar ook van het uitwisselen van ervaringen. De NGF noemt het dan ook terecht een interactieve cursus. "Leren van elkaar wordt ook als belangrijk ervaren", aldus Janke.
Een ander aspect dat belangrijk is: deelnemers dienen zich te realiseren dat er geen sprake is van vrijblijvendheid. Waarmee wordt bedoeld dat er voor beide dagen van de cursus opdrachten moeten worden gemaakt.

PARADIJSJE

Terug naar Tespelduyn. De basis van de baan wordt gevormd door het voormalig ouderlijk huis met daar omheen een groot terrein dat in de loop der jaren in een mooi landgoed werd omgetoverd. Waarop oude strandwallen en karakteristieke eiken de kern vormden. Eind jaren negentig vroeg het echtpaar Duivenvoorde wat er met hun paradijsje moest gaan gebeuren. "Ze waren immers wat ouder geworden", aldus zoon Peter. "Brainstormend



"Er zijn dan geen leden, maar wie hier speelt, voelt zich wel zo"

rond de open haard werd het idee van een golfbaan geboren. We besloten de naast ons terrein gelegen vuilstort in onze plannen op te nemen. En daar was de gemeente Noordwijkerhout erg blij mee. Men heeft ons door dik en dun gesteund, al duurde het dus ruim tien jaar eer de eerste golfers konden afslaan."

"We gingen midden in de crisistijd open en zelfs iemand met lagere schoolniveau wist dat golf alleen niet voldoende was. Maar de combinatie van golf, horeca, trouwpartijen, evenementen en andere activiteiten, dat werkt wel. Niet dat het allemaal vanzelf ging. Om business-jaarkaarten aan de man te brengen, was het een kwestie van je gewoon bij bedrijven in de Bollenstreek melden en vragen naar de man of vrouw die de golfsport een warm hart toedroeg. En dat heeft gewerkt. Qua horeca was ons voordeel dat veel partycentra in de omgeving al jaren te weinig hadden geïnvesteerd. En wij zorgden ook nog eens voor een laagdrempelige formule."

De 9-holes course van Tespelduyn heeft een par van 32 en is 1.825 meter lang. Omdat een deel van de baan is aangelegd op en rond de voormalige vuilstort is het karakter opvallend. Zo sla je op de par-4 derde af van een tee die ruim twintig meter hoger dan de fairway ligt. In de verte zie je Haarlem, Amsterdam en Den Haag. Als in het voorjaar de bollen in bloei staan, is het uitzicht nog imponerender.

GEEN LID, MAAR HET VOELT WEL ZO

Leden heeft Tespelduyn dus niet. Wel houders van speelrechten. En dat zijn er een kleine zeshonderd, die uit de Bollenstreek zelf, maar onder andere ook uit Kennemerland en de omgeving van Leiden komen. En dan is er ook nog eens een grote en actieve businessclub, waarbij zo'n honderd bedrijven zijn aangesloten. "Er zijn dan geen leden, maar wie hier speelt, voelt zich wel zo", zegt Ronald Stokman, die samen met Tjeerd Staal de golfschool leidt. "Ik vind het bijzonder dat dit gevoel in zo'n korte tijd is ontstaan. De Nieuwjaarswedstrijd had bijvoorbeeld zeventig deelnemers. Er kwamen tweehonderd mensen naar de receptie die erna werd gehouden."

Stokman en Staal zijn namens hun golfschool de hele week op Tespelduyn. Ralph Staal en Arjen Stokman - neef en broer - zijn parttimers, net als Tom O'Mahoney, de man die jarenlang het gezicht van de Noordwijkse Golfclub vormde en die coach was van nationale selecties en topspelers als Robert-Jan Derksen. Tjeerd Staal: "Het is zo mooi dat Tom hier regelmatig actief is."

De directeur, zijn rechterhand Joost Verwer en de beide pro's zagen meteen brood in de tweedaagse cursus Opzetten Sportief Beleid, die de NGF in 2015 heeft georganiseerd. Twee hebben er inmiddels plaatsgevonden en de derde staat voor oktober en december gepland. Het uitgangspunt van de cursus is helder: steeds meer mensen binnen de golfsport realiseren zich dat clubs, banen en golfprofessionals een gezamenlijke verantwoordelijkheid hebben om golfers van alle spelniveaus op te leiden. Goed opgeleide golfers binden zich langer aan de sport en de baan. Het aantal clubs, banen en pro's dat werkt met producten als het 9-stappenplan is snel toegenomen.

GEEN KORTETERMIJNWERK

Dat is een aanpak die Tjeerd Staal aanspreekt: "Nogmaals, we willen er hier op Tespelduyn echte golfers van maken. Ik zie om mij heen nog steeds pro's en clubs die met kortetermijnwerk



bezig zijn. Doen wij niet. GVB in één week? Dat werkt toch niet! Hoe kun je nu als pro met zoiets bezig zijn."
Stokman: "Dus organiseren wij langere cursussen, werken met kleine groepen. Allemaal van een kwalitatief hoog niveau."
Duivenvoorde: "We begonnen in 2011 met veel beginners, ofwel de brede basis van de piramide. En dan gaat het erom de mensen beter te leren spelen. En dan is de cursus Opzetten Sportief Beleid bijzonder nuttig om je ambities handen en voeten te geven. Maar je moet ook reëel zijn. Met een instituut als de Noordwijkse Golfclub bij wijze van spreken in je achtertuin, moet je als het ware tot het middensegment gaan. We zijn er hier oprecht trots op dat in 2014 drie van onze jonge golfers lid konden worden van Noordwijk. Je moet niet te ver willen reiken, maar wel ambitieus zijn en blijven."
Staal: "De NGF-cursus is er vooral op gericht om je huidige spelers te behouden. Ook zij die handicap 54 tot 48 hebben. Die mensen moet je eveneens aan je binden en helpen beter te gaan spelen en nog meer plezier aan golf te beleven."

Bij Golfbaan Tespelduyn wordt het sportieve beleid vormgegeven door eigenaar Peter Duivenvoorde (midden) met golfleraren Ronald Stokman (links) en Tjeerd Staal (rechts).

› peter@tespelduyn.nl



OPZETTEN SPORTIEF BELEID

- Hoe zet ik een Commissie Sportief Beleid op?
- Met welke commissies werkt de Commissie Sportief Beleid samen?
- Organisatiestructuur binnen de club.
- Het 9-stappenplan en www.degolfacademie.nl: focus op achtergrond, toepasbaarheid en alle bij De Golf Academie horende producten en diensten.
- Hoe zet ik, in nauwe samenwerking met de professional, een sportief programma op, waarin lessen, trainen en spelen centraal staan?
- Hoe breng ik de sportieve ambitie van de leden in kaart en hoe stel ik doelstellingen op dit gebied samen?
- Hoe krijg ik de leden mee in het sportieve beleid?
- Hoe communiceer ik het sportieve beleid, de producten en de programma's?



De Dommel boekt succes met Piramidetraining

Een ambitieus bestuur en enthousiaste leden. Die combinatie zorgde voor een goede invulling van het begrip sportieve ambitie.

Vaak moet je even geduld hebben in golf. Overhaast handelen leidt soms tot een bogey of erger op je kaart. Misschien wel daarom tonen clubbestuurders, eigenaren en managers een voorbeeldige terughoudendheid als de aanleg of uitbreiding van hun baan wat vertraging oploopt. Dat is nu eenmaal de consequentie van het wonen en werken in een democratie, waarin inspraakprocedures usance zijn.
Daarom ook moest Golfclub De Dommel in het Brabantse Sint-Michielsgestel lang, misschien wel te lang wachten eer de uitbreiding van twaalf naar achttien holes was gerealiseerd. De in 1928 opgerichte club had tot 1984 de beschikking over een door grootmeester Harry S. Colt ontworpen 9-holes baan. Er kwamen eerst drie holes bij en in 2014 werden eindelijk zes holes aan de overkant van de Esscheweg geopend. Die werden getekend door de Nederlandse architect Frank Pont. In de geest van Colt, zoals de club het graag wilde.
Om achttien in plaats van twaalf holes tot je beschikking te hebben, betekent voor een golfclub ook dat er ruimte is voor nieuwe leden. In het geval van De Dommel een behoorlijk aantal. “De laatste jaren zijn er ongeveer 240 mensen lid geworden”, zegt voorzitter Jan van Opstal. “En daarmee zijn we op 730 full paying members uitgekomen.”
“We zijn geliefd in de omgeving”, aldus Van Opstal. “En dat is een plezierige constatering. Maar we voelden als bestuur wel de plicht om te zorgen dat de nieuwe leden zich snel thuis zouden voelen en dat zij ook actief binnen de vereniging werden.”

VAN 9-STAPPENPLAN NAAR PIRAMIDE

Uitgangspunten

- Bieden van een breed aanbod voor elk niveau.
- 9-stappenplan als basis.
- Indeling in groepen op basis van doelstelling, niveau, potentie en commitment.
- Jaarprogramma (meer dan alleen competitie).
- Meetbare doelen opstellen.
- Regelmatige evaluaties (aan de hand van De Golf Academie).
- Verbeteren van individuele prestaties.
- Meer plezier in het spel.

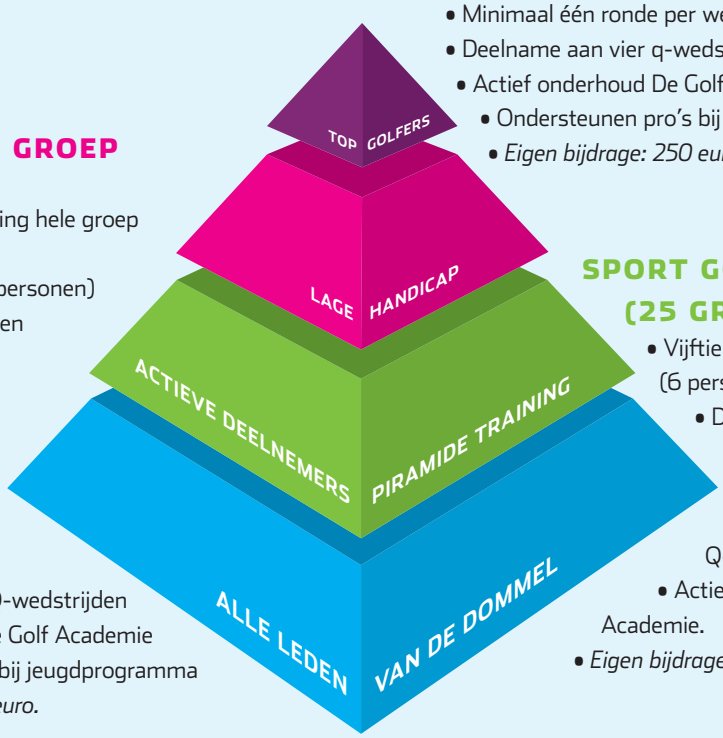
PIRAMIDETRAINING BIJ DE DOMMEL

TOP GOLF GROEP (1 GROEP)

- Twintig uur groepstrainingen (6 personen)
- Tien uur training (2 personen)
- Tien uur privétraining
- Acht uur baanbegeleiding
- TPI-screening en -groepsfitness
- Acht uur per week training aandachtspunten
- Minimaal één ronde per week spelen
- Deelname aan vier q-wedstrijden
- Actief onderhoud De Golf Academie
- Ondersteunen pro's bij jeugdprogramma.
- *Eigen bijdrage: 250 euro.*

SUBTOP GOLF GROEP (2 GROEPEN)

- Tien uur groepstraining hele groep (6 personen)
- Tien uur training (2 personen)
- Vijf uur privétrainingen
- TPI-screening
- TPI-groepsfitness
- Vier uur per week trainen van aandachtspunten
- Minimaal één ronde per week spelen
- Deelname aan vier Q-wedstrijden
- Actief onderhoud De Golf Academie
- Ondersteunen pro's bij jeugdprogramma
- *Eigen bijdrage: 300 euro.*



SPORT GOLF GROEP (25 GROEPEN)

- Vijftien uur groepstraining (6 personen)
- Drie uur privéles
- Minimaal één keer per twee weken een ronde spelen
- Deelname aan vier Q-wedstrijden
- Actief onderhoud De Golf Academie.
- *Eigen bijdrage: 233 euro.*

INDELING GROEPEN

Voor de 'onderste' twee groepen geldt geen selectie. Bij de hoogste niveaus worden de spelers uitgenodigd door de Technische Commissie. De selectie vindt niet alleen plaats op basis van golfniveau. Ook de motivatie en inzet van de speler en de bereidheid om bijvoorbeeld te helpen bij jeugdlessen spelen een rol.

THEMABIJEENKOMSTEN

Voor alle leden, onder meer:

- Introductie mentaal
- Introductie TPI
- Regelkennis in de praktijk
- Materiaalkeuze
- *Kosten worden betaald door de club.*

"Wat centraal staat, is dat we een golfclub zijn"

De nieuwe leden kregen - en krijgen - een mentor om de integratie te bevorderen. Een proces dat tot ieders tevredenheid verloopt. Vooral omdat De Dommel dat begrip 'actief' een stevige lading heeft gegeven.
"Dat was een behoorlijke uitdaging voor het bestuur", zegt Floris Dix, die zich bezighoudt met de professionals en het beleid van de technische commissie.
"Natuurlijk was een goede mentor belangrijk, maar we hebben de nieuwe leden ook steeds voor wedstrijden uitgenodigd."
"Dat laatste vormt een belangrijk deel van ons beleid", aldus secretaris Betty Wesselman. "Voordoen en meedoen, dat zijn twee sleutelbegrippen. En vooral meedoen is belangrijk. Dat is de snelste manier om je thuis te voelen."
Jan van Opstal haakt daar op in: "Wat centraal staat, is dat we een golfclub zijn. En de consequentie daarvan is dat we als club aan alle leden een trainings- en oefenprogramma aanbieden. Met de nadruk op het woord alle, dus niet alleen de betere spelers en speelsters die in de hoogste competitieteams uitkomen. En dat alles onder het motto dat plezier en beter spelen hand in hand gaan. Om dat te bereiken hebben we ons sportbudget van twintigduizend euro nu over spelers van alle niveaus verdeeld."

PIRAMIDETRAINING

Op De Dommel wordt de nieuwe aanpak 'Piramidetraining' genoemd. En dat initiatief is een succes. "In ons eerste jaar, 2014, hadden we ongeveer 160 deelnemers", zegt bestuurslid Thomas

Sportief beleid

De NGF heeft gesignaleerd dat er een behoefte is bij golfclubs, banen en professionals om golf veel steviger neer te zetten als sport. En dan gaat het niet alleen om het kleine groepje spelers en speelsters met een lage handicap. Wie handicap 54 heeft en - met het 9-stappenplan als leidraad en houvast - naar 36 wil, toont aan ook een sportieve ambitie te hebben. Goed opgeleide golfers, is het standpunt van de NGF, zijn vaak mensen die zich veel langer binden aan de sport en de baan of club. Om het sportieve beleid handen en voeten geven, heeft de NGF de tweedaagse interactieve cursus Opzetten Sportief Beleid opgezet.

Zonder actieve club en actieve professionals geen actieve golfers!

Het 9-stappenplan en www.degolfacademie.nl kunnen u helpen het sportief beleid vorm te geven.



Vaststellen sportief beleid

- Breng de sportieve ambitie van alle leden in kaart door middel van een GolfMarkt-rapportage, de Klantprofielen en, het allerbelangrijkste, praat met uw leden/ doelgroepen.
- Welke factoren bepalen het plezier van een ronde golf? Stel uzelf deze vraag wanneer u activiteiten gaat opzetten.
- Zet een sportief programma op in samenwerking met de golfprofessional door middel van golflessen, trainen en spelen.
- Communiceer uw sportieve beleid richting uw leden!

Het is de golfsport die ons bindt, dus zorg voor de juiste (golf)activiteiten. Zorg voor een gevarieerde wedstrijdkalender.

Informatie en downloads:
www.ngfinformatieplein.nl > project: Sportief Beleid.
Contact: Alexander Renders via alexander@ngf.nl

Cursus Opzetten Sportief Beleid

SEP	OKT	DEC
21	5	14

Informatie: alexander@ngf.nl



Hoyng. “Nu zijn het er 280 en dat aantal groeit nog steeds.”
De basis van goede ideeën hoeft niet ingewikkeld te zijn. Wat een initiatief tot een succes maakt, is de uitvoering. Het is mensenwerk. En dan gaat het om enthousiasme, inzet en verantwoordelijkheid, van het bestuur, de commissies, de pro’s - op De Dommel Twan Boerdonk en Jan Groenendaal - en de leden zelf.
In het geval van de Piramidetraining biedt de club de leden een uitstekend programma, dat is gebaseerd op twee elementen: het 9-stappenplan en De Golf Academie. Het woord piramide - zie illustratie - geeft al aan hoe de opbouw is: het grootste gedeelte bestaat uit golfers met een hogere handicap: de Sport Golf Groepen. Voor de betere spelers zijn er de Subtop Golf Groepen en de allerbesten vinden een plaats in de Top Golf Groep. In elk van de groepen trainen en oefenen zes mensen.

EVENWICHTIGE LEEFTIJDSOPBOUW

Bij het aannamebeleid hield en houdt De Dommel rekening met een evenwichtige leeftijdsopbouw. Dat heeft geleid tot een behoorlijk aantal jeugdleden, zodat er bijvoorbeeld dit jaar vier teams aan de competitie hebben meegedaan.
“Kinderen moeten plezier op de club kunnen hebben”, zegt Floris Dix. “Ook de allerjongsten. Dat zijn nu meisjes en jongens vanaf acht jaar. Maar er komt een leniemienie-groep voor kinderen vanaf zes jaar. En ja, dat geeft veel gezelligheid. Ook met andere spelletjes, zoals een race van het terras naar de bel.”
De Dommel gaat ver om kinderen ook inhoudelijk een goed en leuk programma te bieden. Zo worden op zondagen de holes zestien tot en met achttien van half tien tot half twaalf gesloten voor jeugdlessen.

Jaarlijks vindt op De Dommel de strijd om de Mw. Swanebeker plaats voor meisjes. Roze voert dan de boventoon.

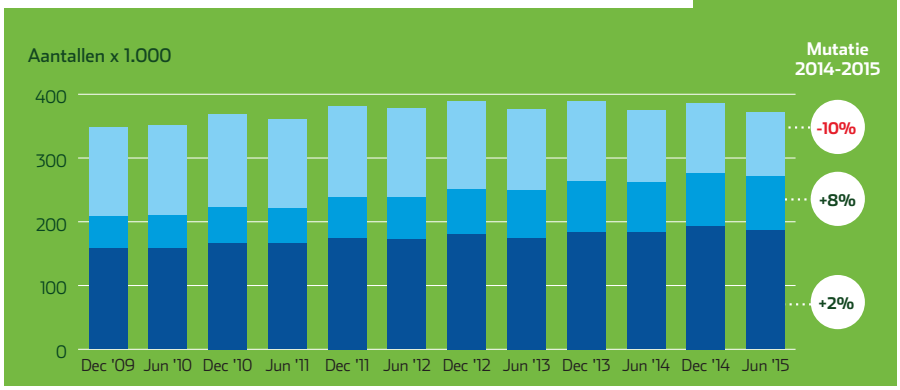
LEDENENQUÊTE

De reacties op de club zijn positief, maar om iedereen een kans te geven hun visie te geven, werd een enquête onder de leden gehouden. Resultaat: een response van 64 procent. Natuurlijk, er was kritiek, maar de overheersende toon kan positief worden genoemd. En daarmee werd een basis gelegd voor een voorzetting van het beleid.
“Dat heeft mogelijke gevolgen voor de begroting”, zegt Jan van Opstal. “De kans is groot dat we meer geld in ons sportieve beleid moeten gaan stoppen. En dat doen we - behoudens toestemming van de leden - met plezier.”

› info@gcdedommel.nl

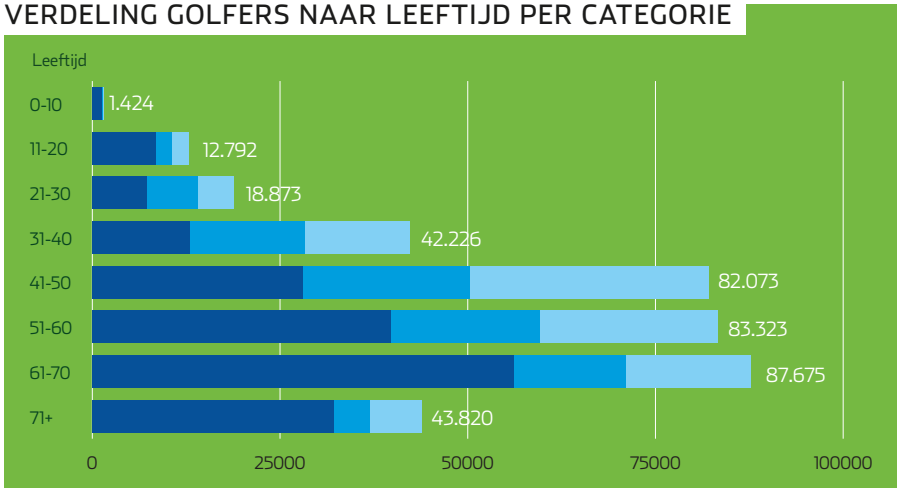
NGF GOLFMARKT DASHBOARD

ONTWIKKELING AANTAL GOLFERS VAN 2009-2015



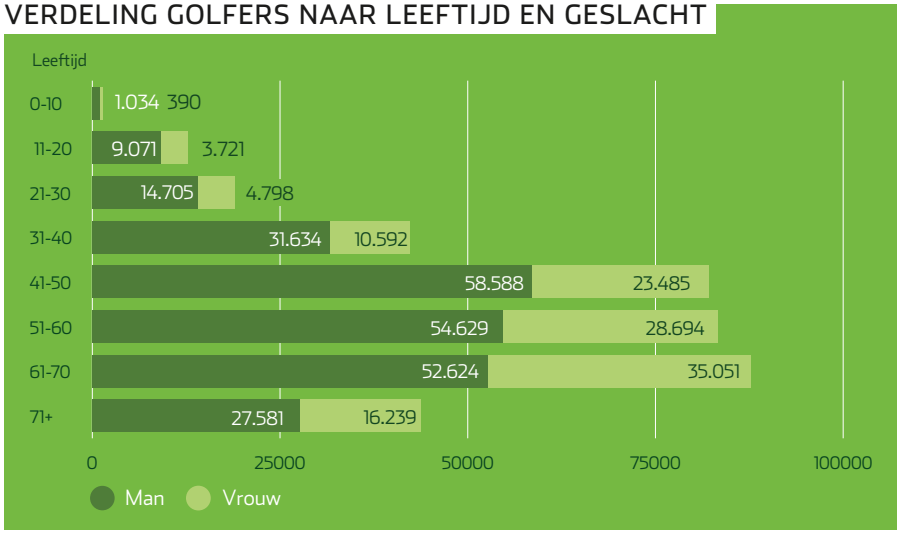
Grafiek 1

VERDELING GOLFERS NAAR LEEFTIJD PER CATEGORIE



Grafiek 2

VERDELING GOLFERS NAAR LEEFTIJD EN GESLACHT



Grafiek 3 - Als we inzoomen op geslacht en leeftijdsverdeling zien we kansen maar ook bedreigingen. In de leeftijd 40 t/m 60 jaar golfen 165.000 mensen. Dat is mooi, maar de generaties die hen opvolgen (20-40 jaar), zijn niet meer dan 60.000 golfers op dit moment. Daar is er dus werk aan de winkel. Dat het aantal vrouwen significant lager is dan het aantal mannen is ook iets waaraan gewerkt moet blijven worden. De leeftijdscategorie 61-70 heeft op dit moment de meeste golfers in de leeftijd 68, 69 en 70 jaar. We zullen dus gaan zien dat de categorie 71+ de komende jaren fors zal gaan toenemen.

372.235

geregistreerde golfers in Nederland op 30-06-2015

Mutaties 2014-2015

(Peildata 30-06-2014 t/m 30-06-2015)

Golfers met homecourse	**2%** ↑
Golfers zonder homecourse	**8%** ↑
Golfers Stichting Golfsport	**-10%** ↓
TOTAAL	**-0,5%** ↓

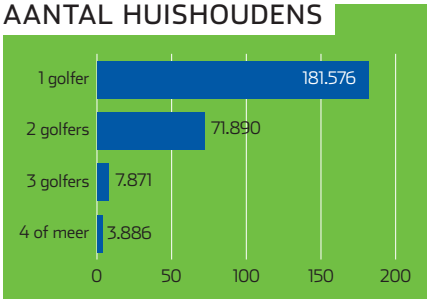
Legenda

De vermelde categorieën zijn:

- Golfers met homecourse
- Golfers zonder homecourse
- Golfers Stichting Golfsport

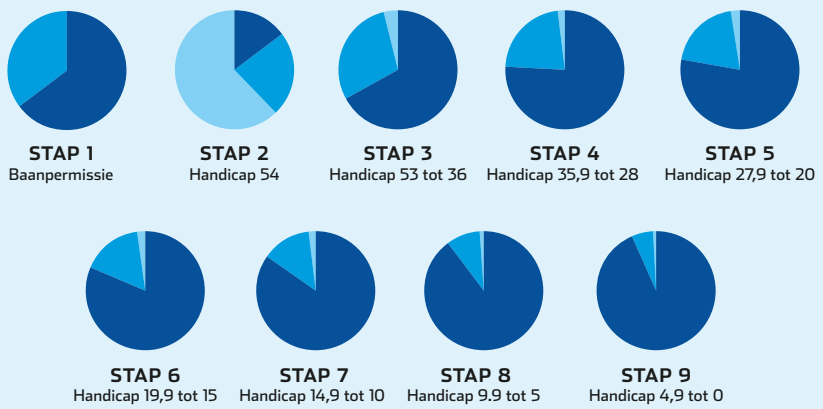
Waar menigeen misschien wel bang voor was, is niet gebeurd. Het aantal golfers is met slechts 0,5% gedaald en dat komt niet in de buurt van hetgeen sommigen voorspelden. Dat is goed nieuws! Het lijkt erop dat de enorme hoeveelheid tijd en energie die golfbanen en golfclubs stoppen in het toegankelijker maken van de golfsport wel enig resultaat oplevert. Dat gezegd hebbende, de uitstroomaantallen zijn nog steeds erg fors (40.000) en het aantal golfers in dit land zegt niets over het aantal gespeelde rondjes. En dat is uiteindelijkbelangrijk voor de golfbanen. De Stichting Golfsport zal in 2016 onder de 100.000 golfers gaan uitkomen. Opvallend is dat de groei van het aantal golfers met een homecourse aanzienlijk lager is dan in de vorige periode (9.300 vs. 3.100).

AANTAL HUISHOUDENS



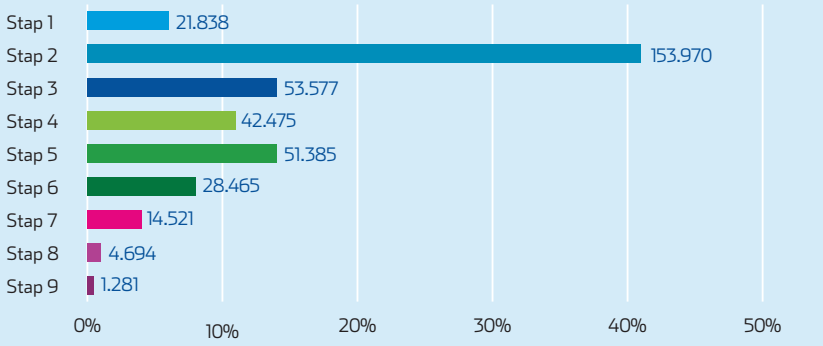
Grafiek 4 - Bovenstaande getallen laten zien dat er wel degelijk kansen zijn om nieuwe mensen, en met name ook vrouwen, te werven voor de golfsport. Jeugd en familiegolf kunnen hieraan bijdragen.

VERDELING 9-STAPPENPLAN PER CATEGORIE



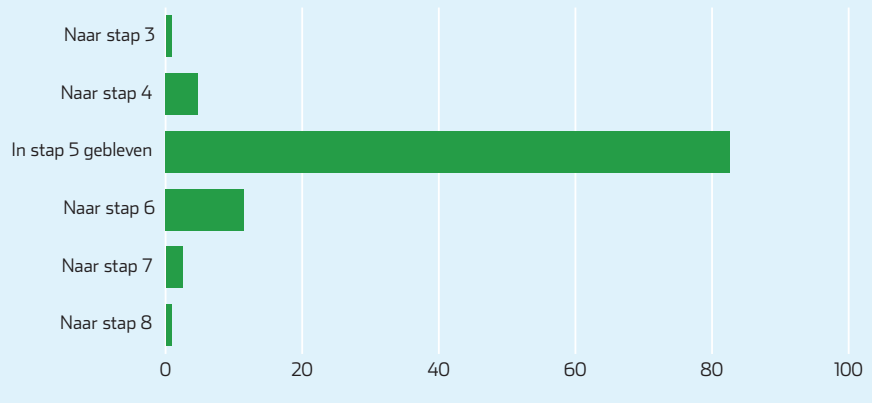
Grafiek 5 - Verklaring categorieën: zie legenda

VERDELING 9-STAPPENPLAN



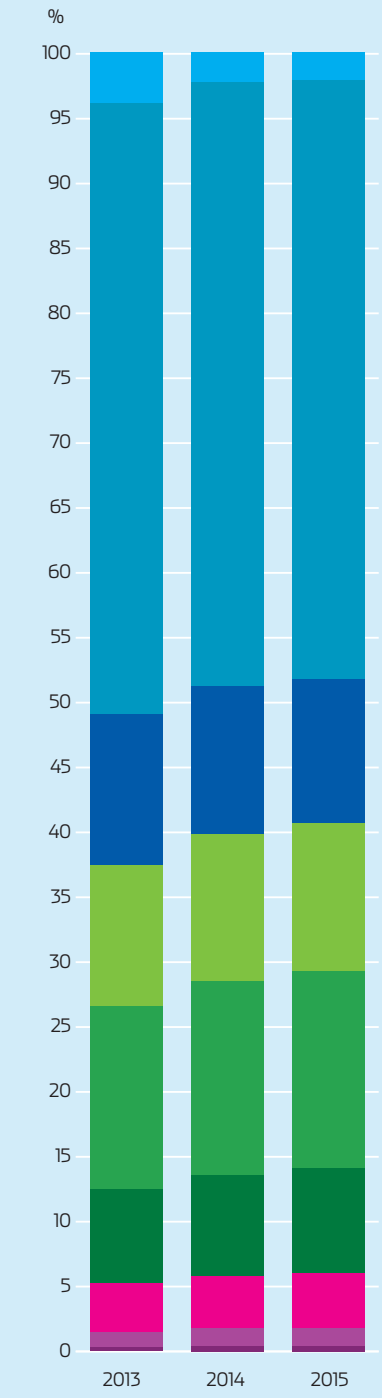
Grafiek 6 - Zeer zichtbaar is dat te weinig golfers uit Stap 2 hun handicap verlagen. Daar ligt een uitdaging en ook een enorme kans, want als mensen eenmaal in Stap 3 terechtkomen, zie je dat 20% in 18 maanden tijd een handicap onder de 37 haalt! En we weten dat golfers met een handicap van 36 en lager langer behouden blijven voor de golfsport. Een belangrijke reden dat mensen niet van handicap 54 afkomen, is dat ze vaak niet weten hoe dat zou moeten. Oftewel, de toegankelijkheid van het handicapsysteem moet veel groter/beter worden. Een belangrijke taak voor de NGF!

MUTATIES STAP 5 VAN 2013-2015



Grafiek 7 - In 2013 zaten er 40.652 golfers in Stap 5. In 2 jaar is een deel van deze spelers naar andere stappen gegaan. Van de 100% uit Stap 5 in 2013 zit 82,6% nog steeds in stap 5. 4,8% van deze golfers is in handicap omhoog gegaan. 12,5% (1 op de 8) van de golfers zit nu in Stap 6, 7 of 8. Zie de digitale bijlage voor de andere stappen.

ONTWIKKELING 9-STAPPENPLAN 2013-2015



Grafiek 8 - Hierboven de ontwikkeling tot en met dit jaar van het spelniveau van de golfers uit 2013 (287.843) die nu nog steeds bij de NGF staan geregistreerd.

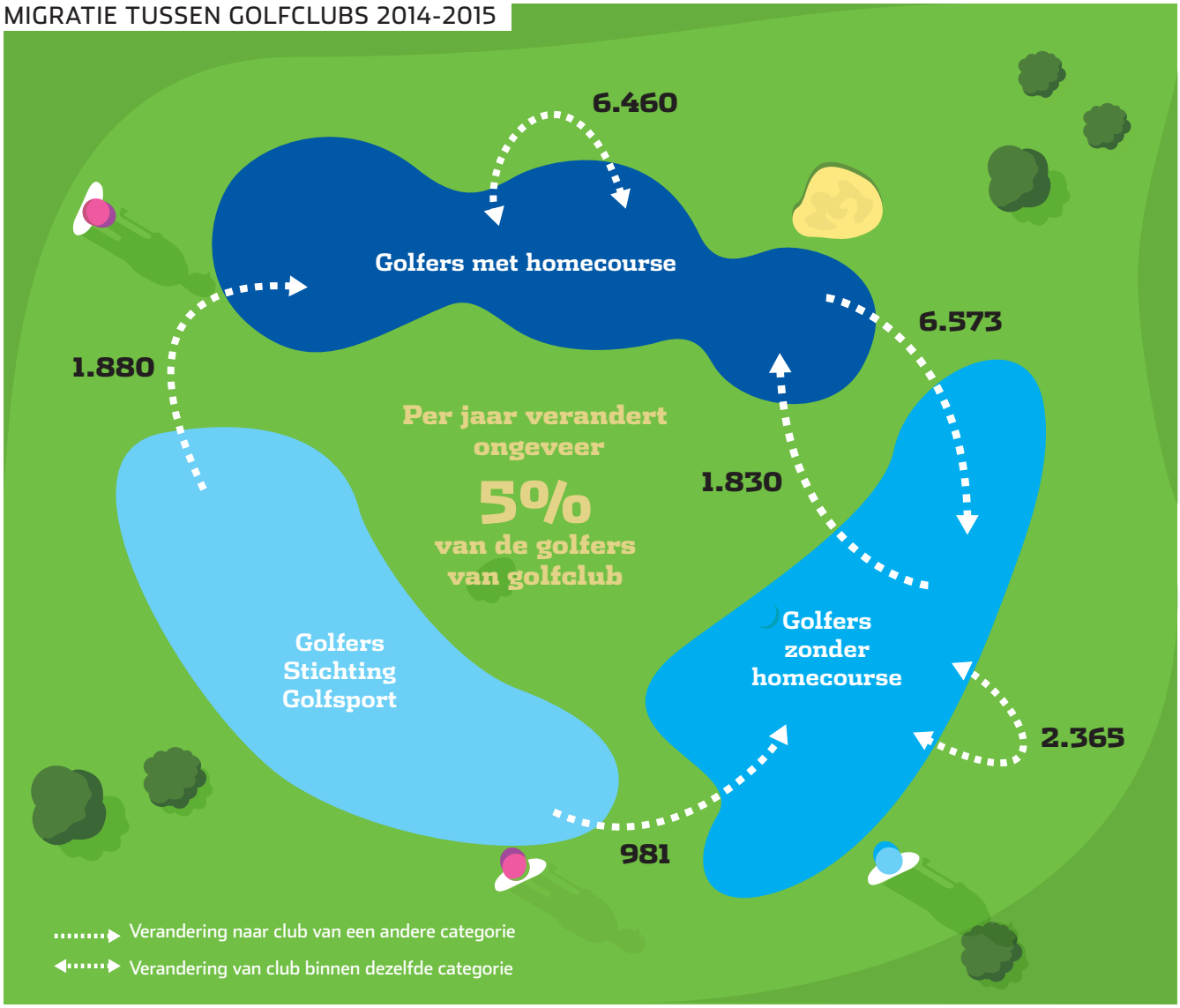
Peildatum 30 juni 2015

Voor meer marktgegevens zie de digitale bijlage op GOLF.NL/GolfMarkt en het NGF Informatieplein.

© NGF2015

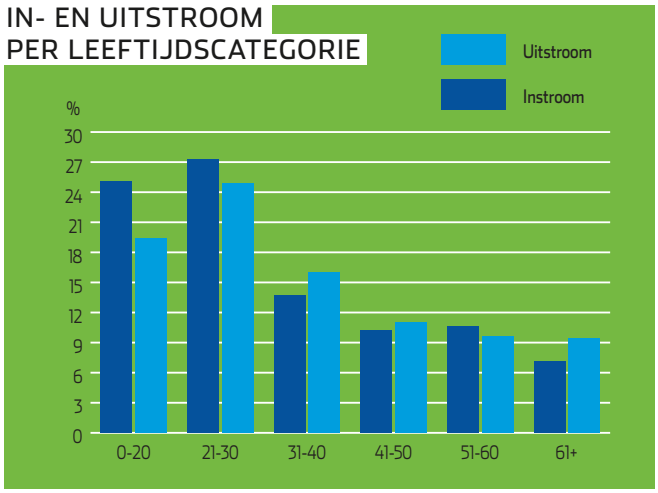
› Meer informatie via Thijs Rolink, thijs@ngf.nl

MIGRATIE TUSSEN GOLFCLUBS 2014-2015

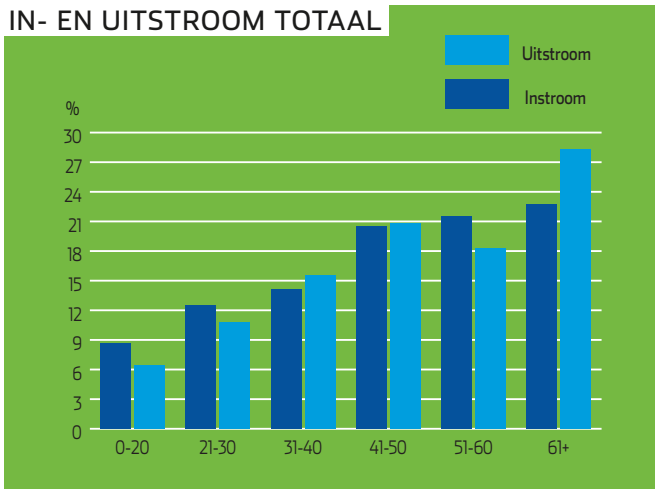


Grafiek 9 - Bij de migratie tussen golfclubs zien we dat er per jaar ongeveer 20.000 golfers, dat is 5% van alle golfers, van golfclub verandert. Daarbij lijkt het erop dat er steeds meer golfers zijn die voor een flexibeler lidmaatschap kiezen.

IN- EN UITSTROOM PER LEEFTIJDSCATEGORIE



IN- EN UITSTROOM TOTAAL



Grafiek 10 en 11 - De uitstroom in de leeftijd 31-50 jaar is het meest opvallend en dat heeft naar onze mening erg veel te maken met zaken als jong gezin, carriere, etc. Dat gezegd hebbende, zouden deze mensen met een heel basaal/eenvoudig lidmaatschap of zeer aantrekkelijke jeugd- en familiemogelijkheden niet uit hoeven te stromen.



VOOR U GESPOT

DE NEDERLANDSE SPORTBRANCHE

Tien miljoen Nederlanders doen maandelijks aan sport, waarvan acht miljoen Nederlanders - de helft van de bevolking - wekelijks. Na een stijging in de afgelopen decennia is de sportdeelname de laatste jaren vrij stabiel. Mannen en vrouwen doen in vrijwel gelijke mate aan sport. Ouderen en lager opgeleiden sporten minder dan jongeren en hoger opgeleiden. In vergelijking met veel Europese landen is de sportdeelname in Nederland hoog, al kunnen we nog niet tippen aan de Scandinavische landen. Het merendeel van de Nederlandse bevolking vindt het belangrijk om te investeren in topsport, mits dat niet ten koste van de breedtesport gaat. De cijfers op een rij:

SPORTDEELNAME, NEDERLANDSE BEVOLKING 6-79

Fitness	22%
Zwemmen	18%
Wandelsport	15%
Hardlopen	14%
Wielrennen/toerfietsen	12%
Veldvoetbal	9%
Tennis	6%
Danssport	5%
Bowlen	5%
Schaatsen	4%

VERENIGINGEN EN VRIJWILLIGERS IN NEDERLAND

- 18.000 sportaccommodaties
- 27.000 sportverenigingen,
- 1,5 miljoen sportvrijwilligers
- 11 sportaccommodaties per 10.000 inwoners.
- 2 miljoen actieve uren (52.000 fte) jaarlijks door alle sportvrijwilligers gezamenlijk

DE SPORTUITGAVEN IN NEDERLAND

- 12,3 miljard aan bestedingen (1,3% totaal)
- zes miljard bijdrage aan het bruto binnenlands product (1%)
- 150.000 werkzame personen (1,7%)
- 500 euro per huishouden per jaar (1,6% van de totale bestedingen)
- 460 miljoen euro investeren sponsoren jaarlijks in de sport,
- 1.240 miljoen besteed de overheid netto (waarvan 90% door gemeenten).

Bron: voor deze publicatie is dankbaar gebruikgemaakt van gegevens van het Mulier Instituut, het Sociaal en Cultureel Planbureau, NOC*NSF, het Centraal Bureau voor de Statistiek, SponsorMaps en de Europese Commissie. Paul Hover en Koen Breedveld (Mulier Instituut) in de uitgave Sport & Marketing.



Met een weidse blik vooruit

Tussen Alkmaar en Schagen ligt sinds 2008 de 18-holes golfbaan van Golfclub Dirkshorn met het kenmerkende open karakter en vergezichten. Tijdens de opening kwam de crisis net om de hoek kijken. De visie en het verdienmodel die de jaren daarvoor waren bedacht, waren niet meer reëel. Aan club- en baanmanager Roel Boekel vroegen wij: hoe pak je als golfbaan door?

"De grootste uitdaging is nu de communicatie. We hebben nog last van het imago: 7 jaar geleden is de baan neergezet als een traditionele ledenbaan waar weinig ruimte was voor afwijkende lidmaatschappen noch voor greenfeespelers. Er werd vooral ingezet op de (speel)kwaliteit van de baan. Een baan van de (liefhebbende) leden voor die leden. Ooit ontstaan uit de behoefte van golfers uit de regio, die op ieder moment willen spelen zonder last van commerciële evenementen. Tussen 2001 en 2009 is er veel veranderd in de golfmarkt, toch is bij de opening de oude visie nog aangehouden. Maar dat was niet vol te houden. Afgelopen jaar hebben we het roer omgegooid."

> "Nu we weten wat onze doelstellingen zijn, kunnen we de middelen inzetten"

GEÏNSPIREERD DOOR APPLE

"Daarnaast wil ik zorgen dat er aanvulling komt op de huidige kerngroep, de spelers vanaf 55 jaar, zij zijn het fundament van de club. Ik wil een instroom realiseren vanuit de leeftijdsgroep 35-55 jaar. In deze leeftijdscategorie zit een grote groep golfers die ooit begonnen is met golfen. Daar zit onze winst: zorgen dat deze mensen - zodra ze weer kunnen - bij ons terechtkomen. Daarmee borgen wij ook op de middellange termijn de baan. We willen

HET HARDWERKENDE-JONGE-OUDER-LIDMAATSCHAP

Een lidmaatschap voor ouders tot en met 45 jaar, die graag golf spelen, maar daarnaast een drukke baan en een actief gezinsleven hebben. Men betaalt voor de daluren, maar kan wel spelen wanneer het uitkomt. Als ouder ben je lid van de vereniging en kun je tijdens de speelrechttijd deelnemen aan de clubactiviteiten.

ROEL BOEKEL

is club- en baanmanager bij Dirkshorn sinds mei 2014. Hiervoor heeft hij ruim 10 jaar bij de Nederlandse Ski Vereniging gewerkt, waar hij onder andere verantwoordelijk was voor het topsportbeleid. Hij heeft sportmanagement en -marketing gestudeerd.



"Ik haal mijn inspiratie uit een bedrijf zoals Apple"

vooral niet productgerelateerd denken en ik haal mijn inspiratie daarvoor uit een bedrijf zoals Apple. Zij kennen de ultieme manier van ondernemen; hoe zij behoeftes aanwakkeren! Zo kwamen wij ook op een nieuwe lidmaatschapsvorm: het hardwerkende-jonge-ouder-lidmaatschap.

Onze communicatie is erop gericht om aansluiting te vinden bij onze diverse doelgroepen. Zo zijn we actiever op social media, vooral Facebook, waarbij we aansturen op interactie. We betrekken ook de leden erbij, zij kunnen meer vertellen over wat er op de club gebeurt. Zij weten hoe leuk deze golfbaan is en zijn goede ambassadeurs. Als we alle theorieën platslaan, dan is het toch: mensen binden mensen. Daarom vind ik dat nieuwe golfers ook lid moeten worden van de club, geen jaarkaart zonder lid worden! Er is ook een sterke wisselwerking tussen de vereniging en de baan om ervoor te zorgen dat diverse spelers meedoen met de activiteiten."

FOCUS EN STRUCTUUR

"Samen met het bestuur ben ik bezig met ons businessplan, waarvoor we veel input en informatie halen uit de eerdere edities van GolfMarkt en de GolfMarkt-rapportages. De negen vragen uit het Golf Sport Business Model vormen de leidraad. We rubriceren ze en zetten ze om naar concrete dingen waarmee ik de organisatie in kan richten. Dit plan vormt straks de basis, waardoor we sneller kunnen doorschakelen. Doordat het al doordacht is, zal onze inzet aanslaan. Wat we ook gaan proberen, zal dan met de juiste overtuiging gedaan worden. Met duidelijke kaders, zoals budget en normen en waarden van de club. De doelen zijn samen met het bestuur opgesteld."

"We zijn nog niet de club die we willen zijn"

"Mijn belangrijkste eyeopener de afgelopen tijd was dat structuur een goede basis is, het geeft rust en houvast. Ik weet wat ik moet doen en het geeft mij richting in de dagelijkse praktijk. Ik geloof in gezamenlijke doelen, waarvan iedereen zich bewust moet zijn, en laat medewerkers vrij hoe ze die doelen kunnen bereiken, dat is aan de creativiteit van de mensen. Systemen en structuren worden belangrijk. Zo ook data verzamelen, zoals bij de sportscholen, daar hebben ze de gegevens goed op een rij en ingezet om de mensen betrokken te houden De golfsport staat hierin nog in de kinderschoenen. Uiteindelijk is het die persoonlijke benadering die ons bindt.

Ik ben tevreden over de afgelopen maanden: tot nu vijfenveertig nieuwe inschrijvingen en veertien businessgolf-leden. Zeker als de trend doorzet. De club is positief over de ontwikkelingen. De betrokkenheid van de leden is hoog. We zijn op de goede weg. Echter, we zijn er nog niet ..." ⚑

› **Contact:** roel@golfbaandirkshorn.nl

DOORPAKKEN!

- Durf keuzes te maken.
- Zorg voor structuur en planning.
- Werk vanuit doelstellingen, niet vanuit middelen. Wat wilt u bereiken?
- Durf te ondernemen: er zijn verschillende producten, het een slaat beter aan dan het andere.
- In hoeverre kunt u inspringen op de behoefte en waar is een overvraag?
- Zoek de samenwerking op, zowel met businessleden als met andere banen.
- Neem de leden mee in de nieuwe visie en zorg voor een hoge betrokkenheid van de leden.
- Creëer upsale activiteiten. Train receptionisten en/of caddymasters daarop.



Golfpro in transitie

De nieuwe golfmarkt vraagt om pro's die meer doen dan het geven standaardlessen. Mondigere golfers stellen andere eisen. Hoe gaat de nieuwe generatie PGA-pro's daarmee om?

Joes van Uden werkt samen met Mike Yarnold op Golfpark Groendael in Wassenaar. Sander van Duijn is sinds kort headpro op Houtrak. De derde jonge pro is Folkert Haak, die op Wouwse Plantage de scepter zwaait.

Wat doet een pro-actieve professional anno 2015?

Van Uden: "Niet stilzitten en leerlingen centraal zetten. Als je lesgeeft aan mensen die overdag geen tijd hebben, dan moet je niet om zes uur stoppen, maar tot negen doorgaan. We hebben hier veel leden die als beginners binnenkwamen. Die maken meestal snel progressie, maar het is goed om te constateren dat de meeste nog steeds elk jaar flink in handicap zakken."

Haak: "Veel persoonlijke aandacht geven. Zo lever je lessen op maat, maar bouw je ook een band op met je leerlingen. Daarnaast hebben we op de Wouwse Plantage een uitstekend geoutilleerde drivingrange. Je slaat er met goede ballen en we werken met video en TrackMan. Tevens is er een prima short game area. Het is belangrijk om qua hulpmiddelen up-to-date te zijn, want je merkt dat golfers steeds meer weten, steeds wijzer zijn. 'One size fits all', dat is grotendeels iets uit het verleden. Voor alle duidelijkheid: een standaardles van een half uur kan nog altijd, maar we hebben ook baanlessen, themalessen. En er wordt waar gewenst flink aandacht aan het fysieke aspect van golf besteed."

Van Duijn: "In mijn specifieke geval: het totale plan van de spelers monitoren. Het algemeen beleid maken. Maar ook ik zal veel op de mat, op de oefengreen en in de baan te vinden zijn. De NGF en de PGA Holland hebben de laatste jaren nogal wat tools ontwikkeld."

Onder de noemer Sportieve Ambitie zijn de laatste jaren interessante producten als het 9-stappenplan en De Golf Academie beschikbaar gesteld voor pro's, banen en clubs. Dat spreekt aan.

Van Uden: "Het 9-stappenplan is in ieder geval een goede basis. We geven er deels wel onze eigen invulling aan, maar als rode draad is het ideaal om mee te werken. Niet van de NGF of de PGA Holland, maar wel belangrijk: de yoga- en fitnesslessen die hier worden aangeboden. Als je veel plezier aan golf wilt beleven, dan kunnen fitness en yoga een belangrijke rol spelen."

Sander van Duijn: "Het 9-stappenplan zit goed in elkaar. Samen met De Golf Academie zijn dit mooie zaken, waar je als pro en als golfer je voordeel mee kunt doen. Het is extra leuk, omdat ik zelf heb meegewerkt aan het opstellen van het 9-stappenplan."

Haak: "Terecht dat het begrip Sportieve Ambitie bij de NGF- en PGA Holland-plannen een steeds belangrijkere rol gaat spelen. Golf is leuker als je beter gaat spelen. En ik gebruik dit element ook bij golfers die ooit hun GVB hebben gehaald en eigenlijk niets meer doen. Ik wijt dat voor een groot gedeelte aan die

> "Als je bedenkt dat de helft van de golfers in Nederland handicap 54 heeft, dan is er nog veel werk te doen"



Sander van Duijn: "Het is niet zo dat de betere golfers je beste klanten zijn. Je moet je op de hele club richten."



Folkert Haak: "Putten boeit heel erg; dat is lang een ondergeschoven kindje geweest in golfcoaching"



Joes van Uden: "Als je jezelf als pro niet voorop zet, kom je gewoon tot de beste aanpak voor iedere golfer."

vroegere hype rond het GVB. Te veel mensen hebben dat gehaald door zo'n slechte cursus te volgen en ze dachten dat ze dan konden golfen. Het GVB - wat nu handicap 54 heet - was nooit als einddoel bedoeld. Het was in feite het begin van je golfcarrière.
Ik probeer leden die al enige tijd niets hebben gedaan toch weer plezier in het spel te geven. Als dat lukt, blijkt het goede mond-mond-tot-mondreclame te zijn. Als je bedenkt dat de helft van de golfers in Nederland handicap 54 heeft, dan is er nog veel werk te doen, want ook bij hen kun je voor sportieve ambitie zorgen."

Is er bij de pro's vaker sprake van specialisatie?
Van Uden: "We kijken samen naar leerlingen en gaan uit van wat hij of zij nodig heeft, niet wat wij willen. We hebben beiden onze specialiteiten en als je jezelf als pro niet voorop zet, kom je gewoon tot de beste aanpak voor iedere golfer."
Haak: "Lesgeven aan jeugdgolfers is een belangrijk aspect aan het worden. En de techniek van het putten boeit heel erg. Dat is lang een ondergeschoven kindje geweest in golf. En dat terwijl een puttingstroke heel persoonlijk is."
Van Duijn: "Bij het opzetten van een golfschool hoort ook het zoeken van specialisten met wie ik samenwerk. Denk daarbij ook aan het fysieke en mentale aspect van golf. Het is niet zo dat de betere golfers je beste klanten zijn. Je moet je op de hele club richten."

De rol van sociale media? Dat is een begrip waar we tien jaar geleden bij wijze van spreken niet van hadden gehoord.
Van Uden: "Anno 2015 kun je in veel beroepen niet zonder website, Twitter, Facebook en andere sociale media. Het is een directe manier van communiceren en je bent iedereen 24 uur per dag en zeven dagen per week van dienst. Denk alleen maar aan het lesboek dat op mijn website staat."
Van Duijn: "Sociale media worden steeds belangrijker. Een goede site is een must en daar zijn we nu volop mee bezig. Met zaken als Twitter en Facebook bereik je vooral de jongere generatie."

EEN GOLFPROFESSIONAL BIJ DE NGF

De Golf Academie en het 9-stappenplan werden met succes in de markt gezet. Maar om het proces op gang te houden, om waar nodig nieuwe elementen toe te voegen, heeft de Federatie ervoor gekozen om een pro in dienst te nemen: Alexander Renders. Hoe kijkt hij tegen zijn opdracht aan?
"Ik werkte al met 9-stappenplan en de website, De Golf Academie, en kreeg vanaf 1 september vorig jaar bij de NGF de kans om het gehele traject dat Sportieve Ambitie heet verder uit te bouwen. Echt een nieuwe uitdaging. Ik realiseerde me terdege dat er aan deze job ook bureauwerk vastzit. Een behoorlijk verschil met mijn vorige werk, waarbij ik direct bij leerlingen en een club betrokken was. Ofwel, het dagelijkse reilen en zeilen op een baan. Maar gelukkig ben ik gemiddeld minstens twee dagen per week op pad. En dat is iets waar ik echt van geniet. Je komt op zo veel verschillende clubs en banen.
Het is heerlijk om met de mensen daar - pro's, managers, bestuursleden - mee te denken over hoe zij hun beleid nog beter kunnen maken.
Weet je, ik ben een echt breedtesportdier. Topsport is ook interessant, maar mijn liefde ligt ergens anders. En bij de NGF heb ik de kans om in dit opzicht belangrijk beleid uit te bouwen, te verbeteren, dat is bedoeld om gewone golfers beter te laten spelen. Het was als het ware een trein die al reed. En de Federatie had behoefte aan de visie van een pro."

› alexander@ngf.nl



Over een andere boeg

Met GoGolf moet golf als een gezonde sport en als een uitstekende activiteit voor jongeren worden bevorderd. En dat project wordt heel anders dan anders opgezet.

Golf is in Europa een belangrijke bedrijfstak. Een onderzoek van Sports Marketing Surveys Inc. uit 2013 toont aan dat de economische impact ongeveer 15,1 miljard euro is. Het aantal mensen dat in ons werelddeel werkzaam is in golf kan worden vertaald in zo'n 180 duizend fte's. Er zijn, volgens cijfers van de Europese Golf Associatie, 4,3 miljoen golfers.
De laatste jaren is de markt echter onder druk komen te staan. Niet alleen in Nederland, maar ook in andere Europese landen. Wat de EGA - met 44 aangesloten nationale golffederaties - onder andere zorgen baart, is de daling van het aantal jeugdgolfers.



Maar er is nog iets anders. Meer en meer komt men tot de conclusie dat de mens - in het algemeen - te weinig beweegt en dat dit kan leiden tot gezondheidsproblemen. Golf kan voor grote groepen van de Europese bevolking een goede en gezonde manier zijn om meer te bewegen.
Dat zijn voor de EGA voldoende redenen om te onderzoeken wat er kan worden gedaan om beide zaken aan te pakken. Dat gebeurt met diverse Europese partners, waaronder de Koninklijke Nederlandse Golf Federatie.

GOGOLF

Om het project GoGolf (onderkop 'Proposal for a collaborative project on sport, health and participation') in financieel opzicht mogelijk te maken, is met succes een beroep gedaan op Erasmus+, een programma van de Europese Unie. Erasmus+ is een nieuw initiatief van de EU dat betrekking heeft op educatie, training, jeugd en sport. Het programma heeft een looptijd van zeven jaar (2014-2020) en er is een budget van 14,7 miljard euro aan gekoppeld.
GoGolf is een breed gedragen project, waaraan naast de EGA en de NGF partijen als de PGA's of Europe, de PGA European Tour, de Universiteit van St Andrews en de golffederaties van onder andere Frankrijk, Tsjechië en Portugal meedoen.



Spelend leren is het uitgangspunt.

De Nederlandse inbreng voor GoGolf bestaat uit een onderzoek dat in deze herfst al wordt gestart:
'Bevorderen van de participatie van jongeren tussen de 15 en 18 jaar. Er wordt beoogd deze kinderen een programma aan te bieden gedurende twaalf weken, waarin zij kennismaken met de golfsport en tot op bepaalde hoogte golfvaardig worden gemaakt. Voor hen zal een aangepast lesprogramma worden ontwikkeld met als doel ze te boeien en ze uiteindelijk vast te kunnen houden in de golfsport. Dit lesprogramma wordt ontwikkeld door de PGA's of Europe.'

SPELEND LEREN

Het lesprogramma wordt volgens nieuwe trainingsmethoden aangeboden. De pro's krijgen een speciale opleiding om op de juiste wijze aan de slag te gaan. Daarbij staat plezier voorop en de kinderen staan dan ook vanaf het allereerste begin op de golfbaan. Spelend leren is het uitgangspunt.
Die golfbaan is Golfcenter Seve in Rotterdam. Daar gaan in totaal 128 leerlingen van vier scholen in de omgeving twaalf weken lang twee uur per week in kleine groepen kennismaken met golf. Dat gebeurt - vanzelfsprekend - op vrijwillige basis en na schooltijd. De kinderen van dezelfde school worden verdeeld in groepjes van acht. Zij worden voor en na de lessen aan de hand van een vragenlijst ondervraagd over onderwerpen als motivatie en gezondheid (lichamelijk en fysiek). Om een zo goed en breed mogelijk beeld van de potentie van golf voor jongeren te krijgen, zullen de groepen zo heterogeen mogelijk zijn: diverse leeftijden (15-18 jaar), achtergronden, opleidingsniveaus, vaardigheden en interesses.
Waar moet dit toe leiden? In de eerste plaats tot een goed beeld van hoe je kinderen het beste kunt interesseren voor golf en natuurlijk ook hoe je ze echt aan de sport kunt binden.

HET GAAT OM KEUZE

"Om dat voor elkaar te krijgen, moeten we in de golfwereld heel anders gaan denken", zegt Tony Bennett op een vroege maandagochtend op Golfcenter Seve. Bennett is Director of Education van de PGA's of Europe en hij is uit dien hoofde een van de mensen die GoGolf inhoud moet geven.
"Keuze, daar het gaat het nu om. En keuze hebben we nooit aan golfers, beginners en gevorderden, gegeven. Het ging alleen om wat wij - de eigenaren van de golfmarkt - wilden. Het moet echt over een andere boeg worden gegooid.
Er zijn in Europa tal van jeugdprojecten geweest. Neem dat van de Schotse Federatie, dat een programma in aanloop tot de Ryder Cup opzette. Het was een goed project, echt prima voorbereid en uitgevoerd. En toch viel het resultaat flink tegen. Dat moet golf aan het denken zetten. En met GoGolf spelen we de bal naar de kinderen toe: hoe willen zij de kennismaking met golf ervaren. De pro's zijn niet de teachers, maar de begeleiders."
De eerste stappen van deze benadering werden in twee dagen tijd door de pro's van 'Seve' gezet. Met elkaar en in samenwerking met Bennett en Florence Brugmans van de NGF heeft het plan vorm gekregen. Bennett: "De groepen van acht kinderen mogen zelf uitmaken met welke facetten ze aan de slag gaan. Willen ze de baan in? Wordt de aandacht gevestigd op de bal op de grond (putten), vlakbij de grond (pitchen en chippen) of in de lucht (de langere slagen). Ze moeten daar als groep een beslissing over nemen. Dat doet de pro dus niet."
Bennett tegen de pro's: "Jullie hebben de kans om

> "De kans is groot dat we gaandeweg andere inzichten krijgen. Dat maakt het hele project alleen maar sterker"

dit project vorm te gaan geven, maar ik weet zeker dat dit hele proces ons allemaal dingen gaat leren. Daarom is de kans ook groot dat we gaandeweg andere inzichten krijgen. Dat maakt het hele project alleen maar sterker. Naast Nederland zetten we deze programma's ook op in Tsjechië, Portugal, Frankrijk en Estland. En ik weet bijna zeker dat elk land GoGolf op zijn eigen wijze gaat invullen, geheel passend in hun cultuur. Weet je, 99 procent van de Europeanen golft niet. Een stevig deel van hen heeft best wel belangstelling voor de sport. Maar, nogmaals, niet op basis van hoe de golfwereld al jaren denkt. Als GoGolf een basis kan leggen voor een aanpak die hen ook aanspreekt, dan hebben we het goed gedaan."

› florence@ngf.nl



Vernieuwen én behouden

Worstelen met een imago

Bij het noemen van Hooghoudt zegt u jenever. Er zit nog veel kracht in de naam Hooghoudt. Maar het product was bijna een stille dood gestorven. Jenever kent dezelfde uitdaging als golf: weer populair worden onder jongeren. De parallellen met de golfsport zijn enorm. Aan het woord is Arno Donkersloot, algemeen directeur van Hooghoudt.

"Ik wil vooral laten zien wat voor fantastisch mooi product jenever is. Het is ooit een massaproduct geworden, waarbij de prijs leidend was. Maar mensen willen geen massaproduct meer, ze willen een product met een verhaal vol met ambacht en liefde. Toen ik begon bij Hooghoudt was het bijna een stille dood voor de jenever. Maar niets hoeft dood te gaan. Hooghoudt als dubbele graanjenever is nog steeds bekend, maar we maken meer mooie producten. Het product jenever was populair onder de ouderen, helaas nog niet bij de jongeren. Dat had met het imago te maken. Jenever kende een verouderde doelgroep en een hoogtepunt in de jaren 60 en 70. Vanaf de jaren 80 is het langzaam afgenomen. We zijn een of twee generaties kwijt, daar hebben we geen aansluiting bij gevonden.
Het verhaal achter het product was vroeger niet relevant, maar anno 2015 wel! Dat ons product bijzonder is, vertellen we op een passende manier aan jongeren. Het verhaal vertellen begint dan ook bij het begrijpen hoe je dit moet vertellen. Zo ben ik in de geschiedenis van jenever en de familie Hooghoudt gedoken. Onze toekomst ligt namelijk in het verleden. Ik ben als het ware de verkleedkist ingedoken en allerlei attributen tegengekomen die op de achtergrond waren geraakt. Deze heb ik naar voren gehaald en ik ben daar mee aan de slag gegaan. Met 127 jaar aan kennis en passie, kent het familiebedrijf echtheid. Vandaag de dag komt de 87-jarige meneer Hooghoudt nog drie keer per week op kantoor. Hij beleeft er veel plezier aan."

DE ECHTHEID VAN JENEVER

"Jenever is onze grootste categorie en moet voldoen aan een paar specifieke eisen: komend van de lage landen, een specifiek distilleerproces en rijkheid aan smaak. We zijn in de afgelopen jaren vergeten dit specifieke verhaal te vertellen, terwijl we zo trots zijn op onze roots. Via onder andere storytelling vinden we weer de aansluiting met de markt, waarbij we wel de essentie van ons product bewaken. Ik zie hier ook de parallellen met de golfsport, een sport met een eigen historie en een eigen verhaal.
Men hoeft geen dure gin uit het buitenland te halen, jenever is gin. Sterker nog: jenever is het origineel! Dat weten veel mensen niet. Met dit gegeven zijn we ook aan de slag gegaan, vanuit de doelgroep 55-plus naar beneden, naar de 40-plus. En van onderaf bij de 20-plus. Bij jongeren gaat het nog niet om de rijkheid van jenever, zij drinken niets puur. Alles gaat in de mix en wij laten zien en ervaren hoe lekker jenever is. Gedragsverandering creëren op consumentenniveau is enorm moeilijk. Het is steeds blijven proberen, nog meer proberen, verleiden om het beeld en het gedrag te veranderen.
Het voortbestaan van een product heeft nooit met de consument te maken, maar met de aanbieder en zijn product. In de jaren 80 kwam er een andere maatschappij. De producten van Hooghoudt hadden aanpast moeten worden, maar dat is helaas niet gebeurd. Onze jenever heeft wel een trouwe groep gebruikers. Daar vallen er ieder jaar weer een aantal vanaf, de groep wordt steeds kleiner. Totdat het moment daar is dat we niet meer die kritische massa hebben. Dat kun je als organisatie op verschillende manieren voorkomen: door nieuwe doelgroepen aan te boren, nieuwe producten te maken of andere markten te benaderen."

"Ga golf niet ontwaarden, maar wissel het in voor iets waardevols!"

VERNIEUWEN EN BEHOUDEN

"Het gevaar bij verandering kan zijn dat onze bestaande doelgroep niet wil begrijpen dat we onze producten moeten vernieuwen en dat we deze groep ook verliezen. We hebben daarom de bestaande jenevers gemoderniseerd op basis van deze gebruikers, zonder een grote gedaanteverwisseling. Voor de nieuwe consumenten hebben we nieuwe producten gemaakt, passend bij hun behoeftes. Vernieuwen en behouden kunnen goed naast elkaar staan. Vaak denken mensen dat ouderen niet willen veranderen, maar de ouderen van nu zijn niet dezelfde ouderen als 30 jaar geleden. Zij zijn ook van deze tijd! Een goed uitziend product is ook voor hen belangrijk. Dat is het gevaar van het verwaarlozen of te veel respect hebben voor de bestaande doelgroep. Maar zij gaan ook door!
Als je de situatie wilt veranderen, dan kies je ook voor de weg naar buiten, met nieuwe producten, nieuwe processen en een andere manier van communiceren. We hebben mensen gevonden die aansluiten bij dit proces, met een ondernemende werkwijze. Het oudere, vaste team, waarvan de meesten zo'n 25 jaar bij Hooghoudt werkten, zijn niet de mensen die gaan vernieuwen. Daar hebben ze de energie niet meer voor. Zij hebben de jaren daarvoor goed werk afgeleverd. Dus is er binnen Hooghoudt een reorganisatie doorgevoerd. Er zijn diverse lagen tussenuit gehaald en bepaalde mensen werden begeleid naar nieuwe uitdagingen, met respect voor hun eerdere verdiensten. Het is dus niet alleen extern veranderen, maar ook van binnenuit. Langzaamaan zie ik nu het imago veranderen."

ARNO DONKERSLOOT

is algemeen directeur van Familie Distilleerderij Hooghoudt. Hij heeft hiervoor gewerkt bij Heineken, drankenmultinational Diageo, Ursus Vodka en Spring Water. Arno heeft de Hogere Hotelschool Maastricht gedaan en MBA Nyenrode. In zijn vrije tijd geniet hij van de natuur rondom zijn huis. Hij is getrouwd en heeft drie kinderen.

DE TIJDELIJKHEID VAN EEN SPORT

"Dat is geen jenever! Hoor ik regelmatig bij nieuwe varianten. Daarmee zeggen mensen dat alles een tijdelijkheid in zich heeft. Dan is het moment daar dat er dranken of sporten uitsterven. Ook hier geldt de evolutietheorie, continue aanpassen om te overleven. Verandering is een proces van duwen en trekken, de tegenstand overwinnen. De noodzaak is daar, anders is je bron van inkomsten weg. De maatschappij verandert ook, zo ook onze vrijetijdsbesteding. Alles wordt anders beleefd, er zijn meer keuzes. En zoals bij mij thuis: het weekend is nu voor de kinderen, meer familietijd en minder ik-tijd. Als sport zou je een manier kunnen vinden om te sporten met de familie. Dat is ook een manier van vernieuwen. Maak het makkelijk voor ouders. Ook in de fase daarvoor, bij het lessen. Net als bij skiën: de kinderen worden goed verzorgd of krijgen les in groepsverband, zodat de ouders zelf ook kunnen sporten. Of kijk eens naar kerken, die zorgen voor jeugdclubs of voorwerkklasjes. Tegen de tijd dat de kinderen 16 jaar zijn, weten ze niet beter. Hun sociale leven bestaat dan rondom de kerk. Dat kan ook op sportclubs. Als potentiële spelers geen tijd om hebben om 18 holes te spelen, creëer dan mogelijkheden die zij wel kunnen toepassen. De kernvraag is: hoe kun je het makkelijk maken voor mensen om het golfspel nu wel te spelen? Welke andere privileges passen bij de nieuwe omstandigheden? Zorg ervoor dat je niet een prijsvechter wordt, omdat je de vernieuwing niet kunt doorvoeren.

Als een club alleen maar respect blijft hebben voor oude golfers, dan krijgt het geen nieuwe spelers erbij. Natuurlijk is er de neiging om de bestaande gebruiker niet te irriteren. Maar kijk daarom naar nieuwe doelgroepen met respect voor bestaande gebruikers. Het gevaar is wel dat bestaande spelers niet willen veranderen en nieuwe leden buitensluiten. Als club of als federatie zal je moeten erkennen dat deze nieuwe tijden anders werken. Kijk naar wat de consument aantrekkelijk vindt!

"Verander van binnenuit"

Het is makkelijker gezegd dan gedaan. Je hebt het hele kanaal nodig voor die verandering. Omdat we als Hooghoudt afhankelijk zijn van slijterijen en horeca, heb ik iedere schakel in ons kanaal in beeld. Bij nieuwe producten moet ik onze salesmanager meekrijgen, vervolgens de inkoper van de groothandel, medewerkers van de groothandel, de inkoper café en dan de barkeeper … allemaal belangrijke schakels. Want als klanten nog niet naar onze producten vragen, hoe kan ik dan de vraag creëren? Zo is het ook binnen de golfsport.
Ook al blijven ouderen een belangrijke doelgroep binnen golf, er kunnen ook andere vormen van golf naast gezet worden, toch? Veel clubs zijn nog steeds behoudend ingericht. Dat heeft alles te maken met de cultuur. Om de verjonging door te voeren, kunnen jullie kijken naar de sporten die momenteel wel aantrekkelijk zijn voor jongeren. Wat maakt die andere sporten interessant? Hoe kun je dit doorvertalen naar golf? Wat kan een nieuw product golf worden? Probeer nieuwe smaken!"

DO'S-AND-DON'TS

"Een organisatie die te veel focus heeft op een oudere doelgroep, behoudt zijn oude imago. Verkwansel niet, blijf innoveren en aanpassen, maar probeer het verhaal anders te vertellen. Doe geen concessies aan de essentie van je product."

- **Zorg dat de nieuwe spelers welkom zijn. Het beeld is er nog dat ze niet welkom zijn.**
- **Maak de club zichtbaar: laat zien hoe leuk golf is voor jonge mensen.**
- **Zorg dat een outsider met golf geconfronteerd wordt, dat is nu bijna niet mogelijk.**
- **Wat is de motivering van het bestuur om iets te doen? Laat de club zien dat er een reden is om te verjongen.**
- **Kijk naar de cultuur en uitstraling binnen de club: is deze nog wenselijk?**
- **Kijk naar wat voor de consument aantrekkelijk is! Anders sterft de sport uit.**
- **Probeer als sport te begrijpen waarom jongeren niet die aansluiting hebben. Zijn het de hoge kosten, de cultuur of sfeer, de omgangsvormen? Blijkbaar is er een mismatch, ga hiervoor terug naar de kern van het spel.**
- **Is de slag te gebruiken op een andere manier, korter en krachtiger en sneller? Daar moeten we over nadenken, zie beachvolleyball en volleyball, de essentie is hetzelfde. Dat is geniaal!**
- **Denk ook na over upselling; waar zou nog behoefte aan zijn? Waar heeft de speler nog niet aan gedacht?**
- **Wees continue bewust van de mogelijkheden. Bied ruimte voor subculturen, om zo toch lid te worden.**
- **Denk aan familiedagen. De golfbaan is nog niet de eerste plek waar men aan denkt om een familiedag te organiseren.**
- **Versimpel de regels voor de kinderen; kijk maar naar hockey.**
- **Denk ook eens aan horeca op de baan.**
- **Leer van elkaar, stimuleer elkaar en kijk naar de best practices.**
- **De NGF moet zelf de cultuur veranderen, om het zo door het kanaal te veranderen. Dat zorgt voor een geheel nieuwe aanwas.**

VOOR U GESPOT

SPORTEN IN HET ZAND

Bijna elke sport lijkt tegenwoordig wel een strandvariant te hebben: beachrugby, beachtennis, beachkorfbal, beachhandbal, beachhockey. Maar wat is nu eigenlijk het voordeel van de beachsporten? Je hebt geen duur sportveld of zaal meer nodig. “Afspraken maken, op een vaste tijd komen, überhaupt vinden waar je naartoe moet, is het vrij? Het zijn allemaal dingen die in de weg zitten versus de hele vrije beleving, zowel in je hoofd als dat je daadwerkelijk naar buiten gaat”, aldus Gijsbregt Brouwer in EditieNL. Van alle beachsporten is beachvolleybal het populairste. “Het is vrij, open, wekt wat vakantiegevoel op en het zijn vaak mooie mensen ... dat speelt ook zeker mee.”





Motivatie en plezier zorgen voor een sportief resultaat

Dhr T. Kemp

Om nog meer succes uit hun spel te halen, zullen golfers gemotiveerd aan hun techniek moeten werken. Dat golflessen daarbij helpen, stimuleert De Golf Academie tijdens de diverse golfevenementen. Tijdens het Deloitte Ladies Open vroegen wij golfers: hoe heb jij doorgepakt om beter te kunnen spelen?

NATUURLIJKE DRIVE

De heer **T. Kemp**, speler op Edda Huzid met handicap 17, net klaar met een sessie op de TrackMan: "Ik ben een competitiespeler en door het spelen in teamverband ontstond er bij mij een natuurlijke drive om nog beter te worden. Vanzelfsprekend volg ik lessen bij de golfprofessional. Met zijn feedback kan ik mij verder ontwikkelen en ben ik veel consistenter gaan spelen. Ik ben zeer gemotiveerd om nog beter te worden. Het gaat bij mij vaak om de kleine dingen, zoals een juiste houding aannemen."
Veel trainen bracht **Xira Bontan**, de vijftienjarige speelster van Oogduyne, naar handicap 32. "Ik speel nu drie jaar. Het is voor mij, naast karate, een leuke tweede sport. Discipline om regelmatig te oefenen heb ik, zo ook de concentratie die zowel bij karate als bij golf nodig is. Ik heb ook aan wedstrijden meegedaan, zoals de Mini Tour. Of ik net zo goed ben als mijn zus Zhen? Nee, zeker niet. Maar dat is ook niet mijn ambitie. Uiteraard spelen we soms samen een rondje."

SPORTIEF EN SOCIAAL

Als golfend echtpaar heb je veel steun aan elkaar, zoals J**an en Willie Zandbergen**, handicap 23.3 en 30.9, spelend op Kleiburg. "We hebben golf leren spelen op latere leeftijd. Hierdoor is het ontwikkelen van de ideale slag lastig. Maar wat mij vooral geholpen heeft, is het spelen met anderen", aldus Jan Zandbergen. "Daardoor heb ik veel geleerd, maar ook veel lol beleefd."
"Wat mij enorm helpt om door te pakken is een enthousiaste golfprofessional", aldus Willie. "Als fanatieke tennisster dacht ik altijd dat golf niets voor mij was, maar tijdens een golfclinic raakte ik verknocht. Mijn balgevoel zorgde ervoor dat ik snel de slag te pakken had. En door samen te lessen en samen te spelen, heb ik mijn spel ontwikkeld. We nemen regelmatig les. Het eerste halfjaar al 14, en we hebben er veel baat bij." Jan vult aan: "We zijn echt gedreven, het is een mooie manier van sociaal bezig zijn en lange afstanden lopen. Dat willen we volhouden tot aan onze dood. Het is wel jammer dat golf weinig te zien is op de publieke zenders, dat zou meer spelers motiveren."

SPORTIEF BELEID

De afgelopen jaren is het aantal clubs, banen en professionals dat met producten van het 9-stappenplan werkt, toegenomen. De volgende stap is invulling geven aan het sportieve beleid. Enkele clubs hebben inmiddels succesvol een Commissie Sportief Beleid opgezet. Samen met deze clubs en de professionals die daarvan onderdeel zijn, heeft de NGF de cursus Opzetten Sportief Beleid ontwikkeld, met als doel personen op te leiden als commissielid of als coördinator Sportief Beleid. Zijn of haar drive moet zijn minimaal 50% van de leden beter te laten worden in golf.

Voor **Ingrid Woltering**, speelster op Anderstein, is een lage handicap geen doel op zich: "Ik wil vooral lekker spelen! Natuurlijk oefen ik ook, maar ik sta niet zo snel op de driving range. Mijn korte spel is goed, vooral het chippen. Ik speel gemiddeld drie keer in de week. In de winter speel ik iets minder. Het meedoen aan de NGF-competitie werkt ook motiverend voor mij!" Ingrid heeft momenteel handicap 11.

Bea Ridder is sportieve vrouw die een jaar geleden begon met golf. "Stap voor stap. Ik heb eerst lessen genomen van een goede professional en veel ronden gespeeld om praktijkervaring op te doen. Ik ben lid geworden van een golfclub en doe mee met de inloopuren, zodat ik met veel verschillende mensen speel. Daarnaast oefen ik regelmatig en heb ik aandacht voor mijn zwakke punten. Ik zit nu op handicap 36. Mijn streven is om stabiel te worden en regelmatig qualifying kaarten te spelen en zo mijn handicap te verlagen. Maar één ding tegelijk! Het traject is intensief en toch ook ontspannend."

› Meer informatie over de cursus Sportief Beleid? Neem contact op met Alexander Renders, alexander@ngf.nl



Ingrid Woltering: "Natuurlijk oefen ik, maar ik sta niet zo snel op de driving range."



Jan en Willie Zandbergen: "We zijn echt gedreven, het is een mooie manier van sociaal bezig zijn en lange afstanden lopen."



Xira Bontan: "Discipline om regelmatig te oefenen heb ik, zo ook de concentratie die zowel bij karate als bij golf nodig is."

Zakelijk golfen, kan dat?



Regelmatig wordt de vraag gesteld of golfkosten fiscaal aftrekbaar zijn. Fiscalisten Hans Leverman en Ronald Frins van Deloitte geven antwoord op de meestgestelde vragen.

Zijn de kosten van een bedrijfslidmaatschap aftrekbaar van de winst?

De kosten van een bedrijfslidmaatschap zijn in beginsel privékosten. In geval van een privéondernemer zijn de kosten niet aftrekbaar; in geval van een werknemer is in beginsel sprake van loon in natura. Een directeur-grootaandeelhouder wordt voor de heffing van loonbelasting ook als werknemer aangemerkt, waardoor in dergelijke gevallen eveneens sprake zou zijn van loon in natura. In een uitspraak van Hof Arnhem uit 2010 is echter geoordeeld dat geen sprake zou zijn van loon in natura (effectief belast tegen maximaal 52%), maar van een niet-aftrekbare onttrekking uit de bv (effectief belast tegen 40%).

Indien de uitgaven zijn gedaan met het oog op de zakelijk belangen van uw onderneming, dan is sprake van zakelijke uitgaven, die onder voorwaarden wel aftrekbaar zijn. Voor het onderscheid tussen zakelijke en privé-uitgaven geldt dat een ondernemer zelf mag beoordelen welke uitgaven hij nodig acht voor zijn onderneming. De Belastingdienst mag vervolgens beoordelen of een uitgave een zakelijk of privékarakter heeft. Indien kosten die op zichzelf zakelijk zijn een zodanige wanverhouding vertonen ten opzichte van het nut voor de onderneming dat geen redelijk denkend ondernemer kan volhouden dat de kosten met het oog op zakelijke belangen van de onderneming zijn gemaakt, kan de belastingdienst de kostenaftrek (deels) weigeren en een (belaste) winstuitdeling constateren.

De btw op greenfees en golflidmaatschappen zou aftrekbaar zijn, indien sprake is van zakelijke kosten.

Indien sprake is van zakelijke kosten dient met het oog op het vaststellen van de mate van aftrek vervolgens nog te worden bepaald of de kosten van een bedrijfslidmaatschap kwalificeren als representatiekosten. Hier zal doorgaans sprake van zijn. Indien een vennootschapsbelastingplichtige een of meer medewerkers heeft, geldt een aftrekbeperking van 0,4% van het belastbare loon, indien dit hoger uitkomt dan € 4.500. Indien de totale representatiekosten meer dan € 4.500 bedragen, is het meerdere fiscaal aftrekbaar. In plaats van de aftrekbeperking van € 4.500 kan er ook voor worden gekozen om de werkelijke kosten voor 73,5% in aftrek te brengen. Bij een beperkt bedrag aan representatiekosten is dit laatste dus aantrekkelijker.

Tot slot geldt dat de kosten van een bedrijfslidmaatschap in het geheel niet aftrekbaar zijn, indien deze kwalificeren als kosten voor het voeren van een zekere staat. Hiervan is sprake, indien de omvang van de kosten overwegend worden veroorzaakt door levensstijl/persoonlijke

behoeften, waardoor de totale kosten als privékosten moeten worden aangemerkt. Dit moet van geval tot geval worden beoordeeld.

In 2010 zijn enkele uitspraken gedaan door rechtbanken op basis waarvan het standpunt kan worden ingenomen dat de uitgaven zakelijk zijn en kwalificeren als representatiekosten (en dus niet als uitgaven voor het voeren van een zekere staat). Doordat de Hoge Raad (nog) geen oordeel heeft geveld in deze zaken, bestaat op dit punt nog geen zekerheid. Bovendien gaat het om feitelijke uitspraken, zodat elke situatie nog altijd op zichzelf beoordeeld moet worden.

De fiscale vraag die aan de orde komt, is of de werknemers loon in natura genieten.

Kan ik mijn werknemers op kosten van de zaak met elkaar laten golfen?
Dit is uiteraard mogelijk. De fiscale vraag die dan aan de orde komt, is of de werknemers hiermee loon in natura genieten. Hiervan zal doorgaans sprake zijn, waardoor de kosten moeten worden verloond. In dat geval wordt er bij de werknemer loonheffing ingehouden over de waarde in het economisch verkeer van het genoten voordeel (veelal de kosten voor de werkgever). Een alternatief is dat de golfkosten door de werkgever worden aangewezen als eindheffingsbestanddeel voor toepassing van de werkkostenregeling. Binnen de vrije ruimte van 1,2% van de loonsom kunnen deze kosten onbelast blijven. Indien er geen vrije ruimte meer is, is de werkgever 80% eindheffing verschuldigd over de betreffende kosten.

We organiseren elk jaar een golfdag voor relaties. Zijn deze kosten aftrekbaar van de winst?
Ook hiervoor geldt dat het zakelijke karakter van de golfdag moet worden beoordeeld. In tegenstelling tot een bedrijfslidmaatschap zal een golfdag voor relaties doorgaans zakelijk zijn. Indien ook medewerkers deelnemen aan deze golfdag, dan dient voor deze medewerkers te worden beoordeeld of sprake is van loon in natura of van kosten die onder de werkkostenregeling vallen en al dan niet binnen de vrije ruimte vallen.

Ik heb laatst een hole-in-one geslagen en daarmee een auto gewonnen. Ben ik hier belasting over verschuldigd?
Allereerst moet worden beoordeeld of kansspelbelasting is verschuldigd. Kansspelbelasting is verschuldigd, indien de wedstijd kwalificeert als een kansspel. Hier is kort gezegd sprake van, indien de deelnemers doorgaans voor minder dan 70% invloed uit kunnen oefenen op het eindresultaat. Dit zou concreet betekenen dat de deelnemer binnen de hole-in-one-wedstrijd meer dan 70% invloed kan uitoefenen op het slaan van een hole-in-one. Dit zal naar ons idee doorgaans niet het geval zijn.

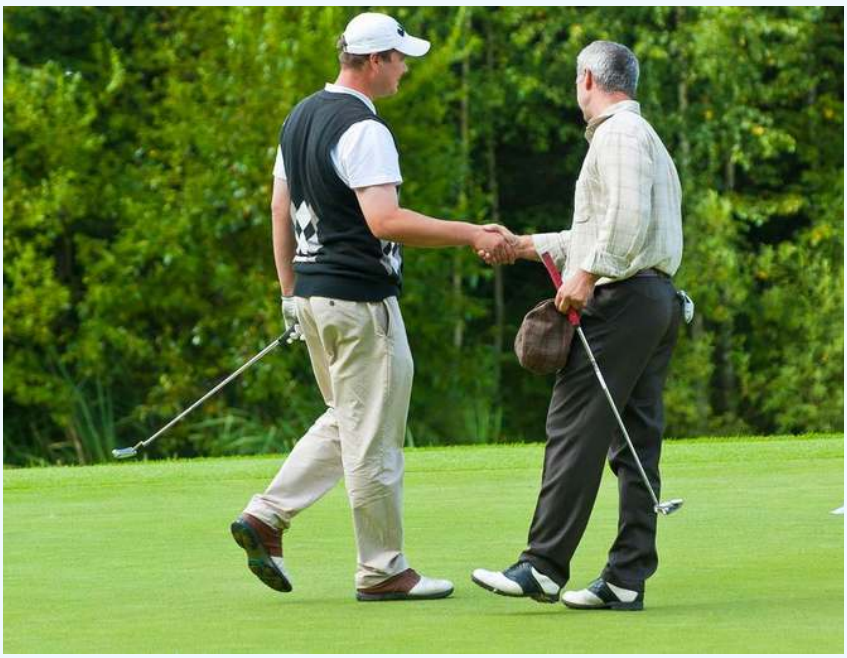
Indien sprake is van een kansspel, is 29% kansspelbelasting verschuldigd. De kansspelbelasting dient te worden gebruteerd, aangezien de auto een 'nettoprijs' is. De organisator van de hole-in-one-wedstrijd dient de kansspelbelasting in te houden en af te dragen.

Indien sprake is van deelname aan een kansspel en de prijs behoort tot het inkomen c.q. winst, dan kan de kansspelbelasting per saldo als voorheffing worden verrekend in de inkomstenbelasting of vennootschapsbelasting. Kansspelen zijn vrijgesteld van omzetbelasting.

Hebben golfkosten invloed op de werkkostenregeling?
Golfkosten kunnen door de werkgever worden aangewezen voor de werkkostenregeling. Binnen de werkkostenregeling geldt een forfaitaire vrijstelling van 1,2%. Daarboven is de werkgever 80% eindheffing verschuldigd over de vergoedingen/verstrekkingen.

Is de btw op greenfees en golflidmaatschappen terug te vorderen?
Dit is afhankelijk van de btw-positie van de ondernemer. Indien deze volledig btw-belaste prestaties verricht, kan de btw op de gemaakte kosten worden afgetrokken. De btw op greenfees en golflidmaatschappen zou dan aftrekbaar zijn, indien sprake is van zakelijke kosten.

Overigens geldt dat de btw op voornoemde kosten op grond van het zogeheten BUA (Besluit Uitsluiting Aftrek van voorbelasting) mogelijk niet in aftrek komt, indien bijvoorbeeld sprake zou zijn van personeelsvoorzieningen of relatiegeschenken. De aftrekbeperking is van toepassing, indien de uitgaven per begunstigde



meer dan € 227 exclusief btw bedragen. Meer informatie over het BUA is te vinden op de website van de Belastingdienst.

We geven golfballen met ons logo aan relaties. Zijn deze kosten aftrekbaar?
Ook hiervoor geldt dat sprake is van (zakelijke) representatiekosten, die gedeeltelijk in aftrek worden beperkt.

Ik rijd met mijn auto van de zaak naar de golfbaan. Zijn dat zakelijke kilometers?
Zoals ongetwijfeld bekend kwalificeert het privégebruik van een auto van de zaak in principe als loon in natura. Over de zogeheten bijtelling moet loonheffing worden ingehouden en afgedragen. Indien u echter een sluitende kilometeradministratie bijhoudt waaruit blijkt dat u op jaarbasis minder dan 500 kilometer privé rijdt, dan hoeft u geen bijtelling in aanmerking te nemen.

In een procedure voor Hof Den Bosch in 2013 had de Belastingdienst het standpunt ingenomen dat ritten naar een driedaagse GVB-cursus als privékilometers moesten worden aangemerkt. Hierdoor had de ondernemer in kwestie meer dan 500 kilometer privé gereden, waardoor de bijtelling in aanmerking moest worden genomen.

De ondernemer nam het standpunt in dat deze ritten wel zakelijk waren, aangezien hij enkel deelnam aan de cursus om grote opdrachten binnen te halen bij klanten die eveneens deelnamen aan de cursus. Nadat dit niet lukte, heeft de ondernemer nog slechts één keer gegolfd. Het Hof was van mening dat in een dergelijk geval sprake is van zakelijke kilometers.

Op basis van deze uitspraak kan in bepaalde gevallen het standpunt worden ingenomen dat sprake is van zakelijke kilometers. Er zijn echter ook diverse uitspraken die de andere kant op wijzen. Houd er dan ook rekening mee dat dit tot discussie kan leiden met de Belastingdienst.

> Meer informatie: zakelijk@ngf.nl

Deloitte.

Btw en de golfsport

De regels omtrent btw zijn ingewikkeld. Er zijn veel verschillende regels en verschillende tarieven. Zelfs voor één dienst, zoals golflessen, kunnen er verschillende tarieven gelden. Niet alleen logica, maar vooral kennis van belastingzaken is nodig om niet onbewust onjuist te handelen.
Btw, de belasting over de toegevoegde waarde, is een belasting die direct en indirect kostenverhogend werkt voor de eindgebruiker, de golfer. De directe kostenverhoging is de btw die uiteindelijk over het speelrecht, de greenfee (of de golfles) wordt geheven. Elke verandering in dit btw-tarief betekent dus een aanpassing van de kosten voor de golfer met ditzelfde percentage.

De btw werkt indirect kostenverhogend, omdat er veel kosten zijn (bij de exploitatie van een golfbaan) waar btw over wordt berekend, zoals onderhoud en investeringen. Afhankelijk van (o.a.) de juridische structuur is deze btw terug te vorderen of vormt deze btw een kostenpost en is daarmee kostenverhogend.

Btw-tarieven voor de golfsport

In Nederland is er voor sportverenigingen (onder bepaalde voorwaarden) een fiscale faciliteit om de kosten voor de sporter niet onnodig hoog te maken: de 'sportvrijstelling' voor de btw.

Voor de golfer die golft bij een golfvereniging betekent dit dat er geen btw over het speelrecht wordt berekend. Voor de golfvereniging betekent dit dat in rekening gebrachte btw niet teruggevorderd kan worden (dus indirect kostenverhogend).

Diensten op het gebied van sport die niet onder de sportvrijstelling vallen (bijvoorbeeld omdat er winst wordt beoogd of omdat het een organisatie zonder leden betreft), zijn belast met 6% btw, mits er sprake is van 'het gelegenheid geven tot sportbeoefening'. In dit geval betaalt de golfer dus 6% btw (direct kostenverhogend), maar de btw op de kosten van de exploitatie zijn terug te vorderen, dus deze worden niet aan de golfer doorberekend.

In sommige gevallen geldt het btw-tarief van 21%. Hierover is meer te lezen in de leidraad 'Wegwijs in btw voor golfbanen'.

Verschillende juridische structuren, verschillende btw-tarieven

De golfsport is een sport met een enorme kapitaalbehoefte: grote investeringen in grond en aanleg van de golfbaan en hoge bedragen voor onderhoud. Om hierin te voorzien en om de continuïteit van het kunnen aanbieden van de sport te garanderen, zijn er vele verschillende juridische structuren binnen de sport te vinden.

Commerciële golfbanen
Een commerciële golfbaan (met winstoogmerk) is vaak eigendom van een aandeelhouder of aandeelhouders en exploiteert een golfbaan voor eigen rekening en risico. De term 'commerciële golfbaan' impliceert een focus op winst maken; in de praktijk betekent het echter vooral dat er een scheiding is tussen degene die de sport faciliteert (exploitant) en degene die de golfsport beoefent (golfer).
Voor de btw geldt geen sportvrijstelling, maar wordt er vaak het tarief voor het gelegenheid geven tot sportbeoefening gehanteerd. Deze golfbanen kunnen de aan hen in rekening gebrachte btw terugvorderen.

Een golfvereniging valt meestal onder de sportvrijstelling.

Golfvereniging met golfbaan
Een golfvereniging valt meestal onder de sportvrijstelling. De aan de vereniging in rekening gebrachte btw kan niet worden teruggevorderd. Deze 'simpele' juridische vorm zal niet vaak worden gehanteerd. Niet alleen om bestuurlijke/juridische



redenen (continuïteit, etc.), maar ook omdat deze vorm indirect kostenverhogend werkt voor de golfer door het niet kunnen terugvorderen van de betaalde btw.

Stichting met golfbaan (gelieerd aan een golfvereniging)
In deze situatie zal de exploitatie van een golfbaan ondergebracht zijn in een aparte entiteit, vaak een stichting, waarbij de stichting en de vereniging wel nauw met elkaar verbonden zijn. Indien voldaan is aan alle voorwaarden kan de stichting de aan haar in rekening gebrachte btw terugvorderen. De stichting brengt het btw-tarief voor het gelegenheid geven tot sportbeoefening in rekening bij de golfvereniging. De golfvereniging valt onder de sportvrijstelling.

Golfvereniging zonder golfbaan
Een golfvereniging zonder eigen golfbaan maakt waarschijnlijk gebruik van de accommodatie van een commerciële golfbaan. De vereniging valt onder de sportvrijstelling. De leden van de vereniging krijgen (waarschijnlijk) hun speelrecht direct door de commerciële golfbaan gefactureerd tegen het tarief voor het gelegenheid geven tot sportbeoefening.

Discussies over btw en de golfsport
Momenteel zijn er verschillende discussies over de btw gaande: veranderingen in het lage btw-tarief van 6% en verruiming van de sportvrijstelling. De verwachting is dat de sportvrijstelling voor niet-commerciële aanbieders van sport in de plaats zal komen (verruiming van toepassing) van het btw-tarief van 6% voor het gelegenheid geven tot sportbeoefening. Dit lijkt positief, maar zoals blijkt uit het hiervoor genoemde zal dit tot een kostenverhoging leiden, omdat de in rekening gebrachte btw door de betreffende organisaties dan niet meer kan worden teruggevorderd.

Deze discussies betreffen alle sporten en dan in het bijzonder de sporten met een hoge kapitaalbehoefte. Dat zijn sporten waarvoor grote bedragen nodig zijn voor investeringen in en onderhoud van sportlocaties. Voor de meeste sporten geldt dat deze investeringen door gemeenten worden gedaan en worden doorbelast in de vorm van huur van velden en gebouwen. Voor de golfsport geldt

Niet alleen logica, maar vooral kennis van belastingzaken is nodig om niet onbewust onjuist te handelen.

dat er vanuit het verleden de traditie is om geld met eigen leden (beoefenaars van de golfsport) bijeen te brengen. Maar deze traditie is sterk aan het veranderen. Kapitaal wordt meer en meer (uit noodzaak) bijeengebracht door investeerders.

Zowel veranderingen in de hoogte van het btw-tarief als verruiming van de vrijstelling zullen dus effect hebben op de kosten van het golfen. Door marktomstandigheden zijn de tarieven voor het golfen de afgelopen jaren eerder gedaald dan gestegen; het is dus maar de vraag in hoeverre hogere kosten aan de consument kunnen worden doorberekend.

Uitgebreide informatie over de verschillende regelingen is te vinden in de leidraad 'Wegwijs in btw voor golfbanen'.

> Meer informatie: zakelijk@ngf.nl



Doelgroep 'golfers' gezocht

Clubs, banen en golfscholen vormen een interessante doelgroep voor commerciële partijen, want zij herbergen hun eigenlijke 'target audience': de golfers. Dit biedt kansen om als golflocatie extra inkomsten te generen, zonder dat het veel moeite kost of de privacy van leden of klanten schendt. U stelt slechts uw website of nieuwsbrief beschikbaar voor de adverteerder: affiliate marketing.

Affiliate marketing is een vorm van internetmarketing waarbij adverteerders hun partners (affiliates) belonen voor gegenereerde verkopen of mogelijke nieuwe klanten (leads) die de affiliate heeft aangeleverd. Affiliates kunnen dit bewerkstelligen door onder andere banners (advertenties) van adverteerders op hun website te plaatsen.

OP BASIS VAN COMMISSIE

Als er uit het doorverwijzen van klanten naar de adverteerders een verkoop of lead volgt, ontvangt de affiliate hiervoor een vergoeding van de adverteerder. Er kan ook per klik of pageview betaald worden. Voorbeelden van typische affiliate concepten zijn vergelij-

ADVERTEERDER AAN HET WOORD

Een bekende affiliate adverteerder binnen de golfmarkt is Pin High. Eric Bakker, managing director bij Pin High: "Deze vorm van marketing is in de sportwereld bekend, maar bij golfclubs juist niet. Als ze worden benaderd voor samenwerking is er vaak sprake van onwetendheid. Zonde, want ze kunnen er geld mee verdienen. Steeds meer Nederlanders, dus ook golfers, doen meer online aankopen. In het eerste kwartaal van 2015 is er een toename van zo'n 18% ten opzichte van 2014, volgens het CBS.

Als een golfclub bij ons aansluit, kan men omgerekend € 2.100,- per jaar verdienen. Dit is gebaseerd op ons gemiddeld aankoopbedrag per baan en de commissie van 2-3% netto. Ons beloningsysteem kent ook een staffel, het bedrag kan dus groeien.

Wij werken al vanaf 2010 succesvol samen met TradeTracker op het gebied van affiliate marketing en we bieden een uniek partnerprogramma aan. Het promotiemateriaal (banners, tekst-links, etc.) is eenvoudig beschikbaar en kan op iedere website en/of nieuwsbrief toegevoegd worden."



kingssites, cashbacksites of nieuwsbrieven. Casbacksites zijn websites die hun leden een percentage van het aankoopbedrag teruggeven.
Daar liggen dus kansen voor golfclubs, -banen en -scholen: zij kunnen een kanaal vormen voor een adverteerder, met behoud van regie. Clubs kunnen ook met hun eigen relaties of businessclub zo'n programma opzetten, mits er een webshop aan gekoppeld is.

WIN-WINSITUATIE

Een voorbeeld van affiliate marketing binnen de golfmarkt is Fairwaystrokes. Via Fairwaystrokes.nl kunnen golfers 'punten' sparen bij de deelnemende partners. Golfers ontvangen korting in de vorm van Fairwaystrokes-punten en de adverteerder is dicht bij zijn doelgroep en daardoor meer zichtbaar. Golfers komen via de banner op Fairwaystrokes.nl op de website van een partner waar een aankoop gedaan kan worden. Daarmee verdienen ze een percentage van het aankoopbedrag aan Fairwaystrokes-punten die ze kunnen besteden in de golfshop of aan greenfees. Een win-winsituatie voor iedereen.

› Meer informatie? Neem contact op met Mari Trini Hermoso, maritrini@ngf.nl

Aan de slag met affiliate marketing

1 Ga na of dit concept past binnen uw omgeving. Bespreek dit ook met uw bestuur, businessclub en/of sponsoren.

2 Ga na hoeveel bezoekers uw website maandelijks heeft om de verwachtingen te managen. Bepaal de mogelijke plek voor de banner op uw website of nieuwsbrief.

3 Kies de campagne uit die past bij uw club, leden en klanten. Zorg ervoor dat uw imago niet beschadigd wordt.

4 Lees de (leverings)voorwaarden goed na.

5 Laat uw leden en klanten weten dat u een samenwerking aangaat met deze adverteerder en dat het hen ook voordeel oplevert.

6 Meld u aan bij een van de affiliate netwerken in Nederland, zoals Zanox, Tradetracker, Daisycon en Tradedoubler. De keuze van een netwerk is onder meer afhankelijk van welke adverteerders waar draaien. Zoek uit welk netwerk het grootste raakvlak heeft met uw business of niche en vervolgens welke financieel het aantrekkelijkst is (commissie). Het mooie van affiliate marketing is dat ú altijd de keuze maakt met wie u een samenwerking aangaat.

7 U kunt uw affiliate campagne zelf managen of dit laten doen door een affiliate netwerk. Meekijken kan altijd. Ook is het mogelijk om een eerste periode het campagnemanagement over te laten aan het affiliate netwerk om de campagne later alsnog zelf te beheren.

8 Uw website, in de affiliate wereld 'publishers' genoemd, stuurt bezoekers door naar de website(s) van de adverteerder(s). Als een bezoeker daarna bij de adverteerder voor een conversie zorgt, bijvoorbeeld een productaankoop, geeft de adverteerder hiervoor een vergoeding (commissie) aan uw club. De hoogte van de vergoeding bepaalt de adverteerder zelf. Vaak is er een staffel aan verbonden. Naarmate er meer verkocht wordt, ontvangt u meer commissie.

9 Evalueer en stuur tijdig bij.



DOORPAKKEN IN VERDUURZAMING GOLFSPORT

De Green Deal biedt oplossingen voor komend pesticidenverbod

De komende jaren zal de golfsector collectief moeten werken aan het verder terugdringen van pesticidengebruik met behoud van speelkwaliteit.

Binnenkort wordt overeenstemming verwacht met betrekking tot de Green Deal Sportvelden. In deze samenwerkingsovereenkomst tussen de sportsector en de overheid, milieuorganisaties en drinkwaterbedrijven worden afspraken gemaakt over het gebruik van pesticiden op sportvelden.
De essentie van de Green Deal komt neer op het zoveel mogelijk terugdringen van het pesticidengebruik tot 2020 voor zover dit technisch haalbaar is en - daarnaast - het objectief onderbouwen én het reguleren van uitzonderingen op het verbod op het gebruik van pesticiden dat Staatssecretaris Mansveld per 2020 wil instellen. De wetgeving met betrekking tot dit verbod is momenteel in voorbereiding. "Ik kies voor een zeer ambitieus tijdspad. Dit moet uiteraard mogelijk zijn. Bij deze weg horen daarom evaluatiemomenten. Op die momenten zal ik samen met betrokkenen bekijken of wij nog op het schema liggen om op zo kort mogelijke termijn het gebruik van chemische gewasbeschermingsmiddelen buiten de landbouw uit te bannen en slechts nog bij (sterk onderbouwde) uitzondering toe te staan" - **Wilma Mansveld**, *Staatsecretaris van het ministerie van Infrastructuur en Milieu.*

Het terugdringen en reguleren van het gebruik van pesticiden in sportveldbeheer staat dus centraal in deze Green Deal.
De komende jaren zullen beheerders van golfbanen en sportvelden, voor zover dit nog niet ten dele gebeurd is, de uitdaging moeten aangaan om, binnen dit striktere kader, toch de speelkwaliteit te kunnen blijven bieden die de sport vraagt.
"De Green Deal geeft ons de kans, tijd en ruimte om de komende jaren door gezamenlijk onderzoek, innovatie en best management practices de schouders eronder te zetten en haalbare en duurzame oplossingen te vinden bij het terugdringen en zo mogelijk stoppen met het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen." - **Pieter Aalders**, *voorzitter Dutch Turfgrass Research Foundation.*

De Nederlandse Greenkeepers Associatie (NGA), de Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties (NVG) en de Koninklijke Nederlandse Golf Federatie (NGF) hebben de handen ineen geslagen om de sector te ondersteunen bij het nemen van de noodzakelijke stappen in het beheer die het afbouwen van het gebruik van pesticiden vereist.

Samen met andere belanghebbende organisaties, zoals NOC*NSF, KNVB,

PESTICIDEN

Alle chemische gewasbeschermingsmiddelen en biociden vallen onder de noemer pesticiden. Voorbeelden van pesticiden zijn herbiciden (tegen ongewenste kruiden), fungiciden (tegen schimmelziekten), insecticiden (tegen ongewenste insecten), rodenticiden (om ratten en muizen te doden) en algiciden (om groene aanslag te verwijderen).

Willem Zelsmann "We kunnen trots zijn op hoe goed en duurzaam wij de Nederlandse golfbanen reeds onderhouden"

VEWIN, Natuur en Milieufederaties en de Vereniging voor Sport en Gemeenten zijn concrete actieplannen ontwikkeld waaraan de komende jaren invulling gegeven zal worden.

"We kunnen trots zijn op hoe goed en duurzaam wij de Nederlandse golfbanen reeds onderhouden. Maar dat ontslaat ons niet van de volgende stap: het verder terugdringen van het gebruik van pesticiden. Aan de slag!" - **Willem Zelsmann**, *president NGF.*

"Met een gecombineerde bijdrage van de golfalliantie NVG/NGF/NGA moet de Green Deal nu serieus opgepakt worden door de individuele golfclubs en -banen." - **Tinus Vernooij**, *voorzitter NVG.*

"Proefondervindelijk op zoek gaan naar oplossingen voor deze uitdaging is waar de innovatie op de werkvloer start. Gevolgd door het onderling delen met vakbroeders." - **John van Hoesen**, *voorzitter NGA.*

WAT BETEKENT DIT VOOR DE GOLFSPORT?

Er staat door deze ontwikkelingen veel te gebeuren in de sportgrassector in het algemeen en in de golfsport in het bijzonder. Als de sector onvoldoende reageert met commitment en gerichte acties bestaat de mogelijkheid dat de overheid geen andere weg ziet dan over te gaan tot een totaalverbod zonder uitzonderingen. De 'faire' speelkwaliteit, die voor onze golfsport essentieel is, komt dan op het spel te staan. Deze staat overigens ook op het spel als de afbouw in de komende jaren niet op een verantwoorde wijze plaatsvindt.

SPEELKWALITEIT EN PESTICIDEN

Het bereiken en behouden van het gewenste niveau aan speelkwaliteit is de uitdaging voor elk greenkeepingteam. De inzet van pesticiden blijkt daarvoor - helaas - nog nodig.

De eisen die wij binnen de golfsport stellen aan de kwaliteit van de grasmat zijn hoog. Dit vraagt om intensief beheer, waarmee het uiterste gevraagd wordt van de grasplant. Deze topprestatie veroorzaakt stress en dit maakt de grasmat vatbaar voor de ziekten, plagen en schimmels die constant op de loer liggen en de kwaliteit bedreigen. Ook de invasie van onkruid bedreigt de strakke grasmat. Pesticiden dienen ter bestrijding hiervan.

GREEN DEAL

Green Deals zijn afspraken tussen de rijksoverheid en andere partijen als bedrijven, maatschappelijke organisaties, sectoren en andere overheden. De Green Deal helpt om duurzame plannen, die een collectieve inzet vereisen, uit te voeren. In ons land zijn reeds 160 Green Deals afgesloten. Hieronder vallen Green Deals over energie, klimaat, grondstoffen, biodiversiteit, etc.

GREEN DEAL SPORTVELDEN

Momenteel wordt door het ministerie van Infrastructuur en Milieu wetgeving voorbereid voor een totaalverbod van chemische gewasbeschermingsmiddelen voor niet-agrarisch gebruik, waaronder beheer van sport- en recreatieterreinen.

Met de Green Deal Sportvelden worden afspraken gemaakt over:

- Het afbouwen van het gebruik van pesticiden in sportveldenbeheer voor zover technisch mogelijk.
- Het objectief onderbouwen van specifieke uitzonderingen op het verbod op gebruik na 2020.
- Monitoring en zelfregulering van pesticidengebruik.

WAAR KOMT DE GREEN DEAL VANDAAN?

2000
Europese Kaderrichtlijn Water

2006
Europese Commissie stelt in het kader van het 6de Milieu-actieprogramma een thematische strategie voor een duurzaam gebruik van bestrijdingsmiddelen voor

2009
Europese Commissie Pesticide Directive

Juli 2012
Nederlands actieplan duurzame gewasbescherming

14 mei 2013
Gezonde groei, duurzame oogst. 2e nota –inzet op verbod verhardingen en verbod op niet-agrarisch gebruik

3 september 2013
Brief Staatssecretaris Mansveld met nuancering beleidsambitie; tevens aankondiging onderzoek haalbaarheid van een totaalverbod

11 november 2013
Gesprek met onderzoeksbureau TAUW met de golfsector in het kader van het onderzoek in opdracht van I&M

29 januari 2014
Start van Green Deal-gesprekken KNVB, NGF, Groene 11 en VEWIN

7 mei 2014
Verkennend gesprek Green Deal bij I&M

September 2015
Green Deal-gesprekken in laatste fase



VOORKOMEN IN PLAATS VAN GENEZEN

Een van de fundamentele principes van greenkeeping is 'voorkomen is beter dan genezen'. Het gezond houden van de grasmat en het daarmee voorkomen van stress, zijn prioriteit. Het vinden van het juiste evenwicht in het beheer gebeurt op basis van het principe van Integrated Turfgrass Management. Hiermee kan het gebruik van pesticiden, als symptoombestrijding, tot een minimum beperkt blijven.

INTEGRALE AANPAK, NATIONAAL EN LOKAAL

Naast passie voor het vak, kennis en kunde, vereist dit vooral planmatig werken vanuit een gedragen visie binnen de organisatie die verantwoordelijk is voor het beheer. Verantwoord beheer van een golfbaan is niet alleen de verantwoordelijkheid van de hoofdgreenkeeper, maar is een integrale verantwoordelijkheid die zorgvuldige afstemming vereist tussen bestuur, management en het operationele onderhoudsteam op een golfbaan. Alle neuzen moeten dezelfde kant op. Ook de golfer, als eindgebruiker en degene die de eisen stelt ten aanzien van de prijs/kwaliteitverhouding, maakt onderdeel uit van deze discussie.

Deze samenwerking op lokaal golfbaanniveau spiegelt de samenwerking die in dit kader op nationaal niveau ontwikkeld wordt tussen NGF, NVG en NGA. De kwaliteit van deze samenwerking is in hoge mate bepalend voor het welslagen van de opdracht om zowel individueel als collectief met minder middelen toch het gewenste eindresultaat te bereiken en behouden.

Marieke van Rhijn: "Het gaat pijn doen. Met name op banen waarop men 'het komt wel' denkt"

ZELFREGULERING EN NULMETING

Een belangrijke stap voor de sector in het ontwikkelen van zelfregulering is het vaststellen van de zogeheten nulmeting met betrekking tot het gebruik van pesticiden. Wat wordt er nu gebruikt op golfbanen in Nederland? Om dit in kaart te brengen is, namens NVG, NGA en NGF, in juni dit jaar een enquête uitgegaan waarin beheerders gevraagd wordt om de soort en hoeveelheid van gebruikte middelen aan te geven. Inmiddels is op basis van meer dan 50% respons van de golfbanen een representatief beeld ontstaan. Deze gegevens zullen vanaf nu jaarlijks worden geregistreerd en - geanonimiseerd - worden gedeeld met de partners in de Green Deal.

"De verwachting is dat een substantiële vermindering van dat gebruik haalbaar is op basis van zelfregulering. De ambitieuze aanpak van de golfsector zal al vanaf 2017 moeten leiden tot de mogelijkheid om na 2020 in specifieke gevallen beperkt pesticiden te mogen blijven gebruiken. Maar dan wel op golfbanen die aan bepaalde voorwaarden voldoen." - **Marieke van Rhijn**, *NGF-bestuurslid Duurzaam!Golf.*

ONDERSTEUNING CLUBS EN BANEN

De samenwerkende golforganisaties NGF, NVG en NGA maken het tot hun prioriteit om banen, clubs en greenkeepers de komende jaren te ondersteunen in dit proces. De sector zal structureel geïnformeerd worden over de voortgang van de Green Deal-opdracht en de stappen die genomen (moeten) worden. Best management practices zullen, na validering, in kaart gebracht en gedeeld worden. Onderzoek en innovatie zullen worden afgestemd en gestimuleerd.

STAPPEN

Een collectieve stap die reeds in 2013 genomen is en die in dit kader van belang is, is de oprichting van de Dutch Turfgrass Research Foundation. Een volgende stap die de NGF in dit verband recent heeft genomen, is het aannemen van een agronoom die deskundig is op het gebied van turfgrass management en zich beweegt op het raakvlak van 'science and art', ofwel theorie en praktijk. Met de best management practices op het gebied van Integrated Turfgrass Management zal deze deskundige, vanuit zijn onafhankelijke positie, de baanbeheerders ondersteunen en helpen om duurzaam aan speelkwaliteit en plantgezondheid te werken. Ook het beheerprogramma Committed to Green/GEO, dat in Nederland zo succesvol is, is een waardevolle stap die bijdraagt aan de verdere verduurzaming van golfbaanbeheer.

DUTCH TURFGRASS RESEARCH FOUNDATION

Deze stichting, die in 2013 is opgericht, zet zich in voor de totstandkoming van een Turfgrass Science leerstoel bij Wageningen University. Het doel van deze leerstoel is om door kennisontwikkeling en -disseminatie bij te dragen aan een beter begrip van het bodem-water-plantsysteem zoals zich dat manifesteert op grassportvelden en golfbanen. De onafhankelijkheid van dit wetenschappelijke loket voor complexe vraagstukken met betrekking tot natuurlijk sportgras is een belangrijke stap op weg naar chemievrij beheer.

SPEELKWALITEIT

Het draait allemaal om speelkwaliteit. Hiermee wordt bedoeld: de sporttechnische eisen die in de golfsport gesteld worden aan de grasmat. We hebben het dan over variabelen als hardheid, trueness, smoothnes, snelheid, etc. Het is vreemd dat juist de golfsport, waarin de speelkwaliteit zo bepalend is voor de sportkwaliteit, geen officiële normering kent.

INTEGRATED TURFGRASS MANAGEMENT (ITM)

Het zorgvuldig afwegen en de daaropvolgende integratie en afstemming van alle onderhouds- en beheermethoden (planmatigheid) die de ontwikkeling van de grasmat optimaliseren. Dit door middel van het groeien van gezonde grassen met de minst mogelijke verstoring van ecosystemen en het stimuleren van natuurlijke plaagbestrijding tegen zo laag mogelijke kosten. De winst binnen ITM zit in de marginale verbeteringen in alle afzonderlijke aandachtsgebieden en de integratie hierbinnen. Er zal stelselmatig gewerkt moeten worden om van het gebruik van pesticiden als symptoombestrijding af te komen en tot het planmatig werken aan de gezondheid van het gehele systeem bodem-water-gras te komen.

GEO ALS KADER VOOR DE GREEN DEAL

Planmatigheid en transparantie met betrekking tot de beheervisie en -aanpak zoals dat binnen de GEO-methodiek wordt ontwikkeld, zijn twee belangrijke voorwaarden voor verduurzaming van beheer. GEO biedt daarom een uitstekend kader om de Green Deal-missie onder te brengen.
De sector is in overleg met GEO over het ontwikkelen van een gewasbeschermingsapplicatie die beheerders kan ondersteunen bij het opstellen van een evenwichtig gewasbeschermingsplan dat verplicht is bij pesticidengebruik in de toekomst.

NGF AGRONOMIE

Een goede beheerkwaliteit van de speeloppervlakten in harmonie met de natuurlijke omgeving is de basis voor het spelplezier van de golfers. NGF Agronomie is de nieuwe dienstverlening binnen de NGF en ondersteunt baanbeheerders met het duurzaam optimaliseren van golfbaanbeheer. Best management practices in Integrated Turfgrass Management, als brug tussen wetenschap en praktijk, vormen de basis in de onafhankelijke voorlichting en ondersteuning vanuit de NGF.

Niels Dokkuma (NGF-agronoom) zorgt met zijn voorlichting en ondersteuning voor een meer onafhankelijke positie voor golfbanen en -clubs op het gebied van duurzaam onderhoud en beheer. Zijn rol is onafhankelijk en objectief. De ondersteuning is mogelijk voor iedereen met een duurzame instelling, waarbij het uitgangspunt vooral integraal en overkoepelend is, geredeneerd vanuit de sport (speel- en beheerkwaliteit van golfbanen).



Niels studeerde af aan de HAS Den Bosch en The Pennsylvania State University en heeft 15 jaar diverse en internationale ervaring op het gebied van turfgrass management en is bereikbaar via
› n.dokkuma@ngf.nl

Green Deal

Speel Lotto voor de sport!

Én natuurlijk voor de Jackpot.



Official partners

Met Lotto maak je elke zaterdag kans om de Jackpot van minimaal € 7,5 miljoen te winnen. Maar wist je dat je ook automatisch de Nederlandse sport steunt? Dankzij de jaarlijkse miljoenenbijdrage van Lotto aan de sport wordt de Nederlandse Golf Federatie, verenigingen en de top- en breedtesport ondersteund, wordt talent ontwikkeld en worden lokale trainingsfaciliteiten verbeterd. Dus als je van Golf houdt, speel je Lotto! Ga naar lotto.nl of speel mee in de winkel. Aan de slag!

DAT IS WIN WIN!

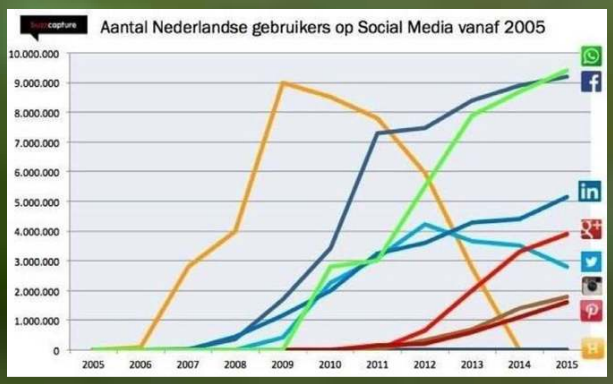
SPEEL BEWUST 18+ LOTTO.NL



VOOR U GESPOT

SOCIAL MEDIA GEBRUIK

Buzzcapture heeft een handig overzicht gemaakt van de ontwikkeling van de social media netwerken in Nederland van 2005-2015. Opvallend is de sterke groei van Whatsapp en de terugval van Twitter. Ook de opkomst en ondergang van Hyves is goed te zien. Het sterk groeiende Snapchat is helaas nog niet meegenomen.



VOLGERS VAN SPORT

Negen miljoen Nederlanders volgen wekelijks sport in de media, elf miljoen maandelijks. De televisie is nog steeds het meest in trek, maar internet en social media kennen een snelle opmars. Sportuitzendingen op televisie domineren steevast de top 10 van de meest bekeken tv-uitzendingen.



Met zorg en liefde voor de baan

Een belangrijke schakel in de golfsport zijn de greenkeepers. Zij beheren de baan, datgene waar iedereen voor komt. Inzicht in het vak greenkeeping is wenselijk voor alle partijen. Lucas Simões dos Santos, assistent-hoofdgreenkeeper van de Kennemer Golf & Country Club, slaat af.

"Ik vind het belangrijk dat de baancommissie inzicht heeft in ons werk en dat er vanuit de leden begrip is voor onze werkwijze. Ons doel is altijd goede speelkwaliteit. De basiskennis hiervoor bestaat uit bodemkunde, graskennis en kennis van ziektes en plagen. Deze basiskennis moet voldoende aanwezig zijn om de kwaliteit op de baan te waarborgen. En indien er nog meer kennis ontwikkeld wordt, dan kan de greenkeeper deze toepassen op diverse speelniveaus, zoals dat van het KLM Open."

LIEFDE VOOR HET GRAS

"De gezondheid van de grasplant staat voorop, maar is niet altijd haalbaar als we het beste speelniveau willen halen. Dat wordt ook nog eens bemoeilijkt door nieuwe wetten. We hanteren hiervoor een beleidsplan, met actiepunten en focus op de plantgezondheid. Alle ontwikkelingen van de afgelopen jaren, zoals voeding, bodembalans, grassen en onderhoud worden geregistreerd. Deze ontwikkelingen worden besproken met de baancommissaris.
Onze werkwijze is uniek, daar zijn we trots op. We maken gebruik van de nieuwste technologieën. Er zijn maar een paar banen die op dezelfde manier werken. Om goed te bepalen hoe de plant zich ontwikkelt, maken we gebruik van de droge-stof-analyse. Een monster van het blad wordt naar het lab gestuurd. De uitkomsten vertellen ons precies hoe de status van de plant én

OVER LUCAS SIMÕES DOS SANTOS

Lucas (rechts op de foto) werkt al 7 jaar bij de Kennemmer Golf & Country Club als assistent-hoofdgreenkeeper en is daarnaast bestuurslid van de NGA, afdeling opleidingen. Hij zit 12 jaar in het vak en heeft alle trajecten binnen het vak gevolgd. Lucas volgde de opleiding Management Groen (HAS) en speelt ook golf.

DO'S

Greenkeepers zijn een belangrijke schakel binnen de golfsport. Hoe kun je ze meer betrekken bij de club?

- Informeer leden over de ontwikkelingen op de baan om begrip te creëren voor wat de greenkeepers doen en waarom het nodig is.
- Bespreek met elkaar de haalbare speelkwaliteit in het kader van de Green Deal.
- Zorg voor een goede samenwerking tussen de baancommissie en de greenkeepers.
- Betrek de baanmanager en de baancommissaris bij de inventarisering en het baanonderhoud.
- Organiseer informatiedagen of -avonden waar de greenkeepers de leden meenemen in hun werk.
- Betrek de geenkeepers bij de clubactiviteiten.
- Blijf investeren in greenkeeping, goed baanonderhoud verdient zich terug.

de bodem is en wat wij er nu aan moeten doen om het beste resultaat te behalen. In ons werk zijn we steeds aan het corrigeren, we werken achter de feiten aan. Alles wat we analyseren, is al verwerkt en opgenomen door het blad. Door dit soort analyses en registraties willen we proberen om juist op de feiten vooruit te lopen. Net als bij een mens heeft de plant de juiste balans aan mineralen en voedingsstoffen nodig om goed te functioneren."

DE BAAN IN TOPVORM

"Voor een toernooipreparatie werken we gestructureerd via een jaarplan vol met tendensen. De voedingsstoffen voor de plant worden hierop aangepast. We ontwikkelen als het ware een dieet om het gras voor te bereiden op het toernooi en aan de gewenste speelkwaliteit te voldoen. We verzorgen zelf de samenstelling en kijken veel naar de natuur. Zodra de meidoorn begint uit te lopen, gaan we voor het eerst bemesten. De meidoorn krijgt namelijk zijn blad als de bodemtemperatuur juist is en dan is het tijd voor de groei. Dat was dit jaar uitzonderlijk laat.
Na voeding volgen de mechanische processen, zoals het maaien en het rollen. De dichtheid van de mat bepaalt uiteindelijk de snelheid van de green. Ons doel is de mat op de gewenste snelheid te brengen. Niet te snel, we streven naar stimp 10 of minder bij hoge windsnelheden.
Het vak kent vele uitdagingen. April en mei zijn lastige maanden om tijdens de NGF Competitie de baan in topconditie te krijgen. De maand april is veranderd in een droge maand. Juist wanneer de plant water nodig heeft. Dan moeten wij de processen veranderen, door onder andere te sproeien met mineraalrijk water, wat dan op zijn beurt de bodemtemperatuur verstoort. We kunnen ook niet jagen door de ontstane schades van voorafgaande jaren. Iedere baan had er last van. De wedstrijden kunnen wel doorgaan, echter de speelkwaliteit is niet hetzelfde is als in de maanden juni en juli, dan pas is het gras het zijn mooist. In september bouwt de plant weer af. Hoewel de septembermaanden tegenwoordig heel mooi zijn. De seizoenen veranderen. Maar dat zorgde er ook voor dat de baan vorig jaar tijdens het KLM Open in topvorm was."

HET KLM OPEN

Met een draaiboek vol uitgewerkte informatie gaan de greenkeepers aan de slag om de baan voor en tijdens het KLM Open in topconditie te krijgen en te houden. Het team weet dan precies wanneer, waar en wie op welke machine zit en wat men moet doen. Het team van Lucas krijgt hulp van buitenaf en wordt tijdens het toernooi uitgebreid van 9 naar 17 man. Collega's van andere banen krijgen hierdoor de kans om ook toernooi-ervaring op te doen.

> greenkeeper@kennemergolf.nl

"Probeer op een positieve manier informatie te geven aan de leden"



GolfMarkt Agenda

De GolfMarkt Agenda geeft een overzicht van data, locaties en contactpersonen van de door de NGF, de NVG, de PGA Holland en de NGA georganiseerde vergaderingen, cursussen, symposia, etc.

	DATUM	ONDERWERP	LOCATIE	MEER INFORMATIE
PGA	14 sept	**Mentaal 1 & Putten**	n.t.b.	info@pgaholland.nl
NGF	18 & 19 sept	**Cursus Regelcommissaris 1**	Garderen	christine@ngf.nl
NGF	20 & 27 sept	**Tweedaagse Cursus Jeugdcoach**	n.t.b.	florence@ngf.nl
NGF	21 sept	**Tweedaagse Cursus Opzetten Sportief Beleid**	Nieuwegeinse	alexander@ngf.nl
PGA	21 sept	**Zen-Putting**	n.t.b.	info@pgaholland.nl
NGF	27 sept	**Driedaagse Cursus Talentcoach** (ook op 31 okt en 28 nov)	n.t.b.	jankevanderwerf@ngf.nl
NGF	27 sept & 4 okt	**Tweedaagse Cursus Jeugdcoach**	't Sybrook	florence@ngf.nl
PGA	28 sept	**Voeding & Golf**	n.t.b.	info@pgaholland.nl
PGA	28 sept	**Fit for Golf**	n.t.b.	info@pgaholland.nl
NGF	30 sept	**Basisworkshop Marshalling**	Zwolle	marshals@ngf.nl
NGF	2 & 3 okt	**Regiocursus Handicapping, Baaninrichting en Wedstrijdorganisatie**	De Haverleij	christine@ngf.nl
NGF	3 & 10 okt	**Tweedaagse Cursus Jeugdcoach**	Efteling	florence@ngf.nl
NGF	5 okt & 14 dec	**Tweedaagse Cursus Opzetten Sportief Beleid**	n.t.b.	alexander@ngf.nl
NGF	10 & 17 okt	**Tweedaagse Cursus Jeugdcoach**	De Haverleij	florence@ngf.nl
NGF	12 okt	**Bijscholing 9-stappenplan en De Golf Academie**	NGF-bureau	alexander@ngf.nl
PGA	12 okt	**Coursemanagement & Mentaal 3**	n.t.b.	info@pgaholland.nl
NGA	15 okt	**Greenkeeperswedstrijd**	Rosendaelsche	info@ngf.nl
NGF	16 & 17 okt	**Regiocursus Handicapping, Baaninrichting en Wedstrijdorganisatie**	De Groene Ster	christine@ngf.nl
PGA	19 & 20 okt	**TPI**	Amstelborgh	info@pgaholland.nl
NGF	21 okt	**Basisworkshop Marshalling**	Prise d'Eau	marshals@ngf.nl

	DATUM	ONDERWERP	LOCATIE	MEER INFORMATIE
NGF	24 & 31 okt	**Tweedaagse Cursus Jeugdcoach**	Olympus	florence@ngf.nl
NGA	28 okt	**Ladies Only Day G&BC Hasselt**	Flanders Nippon	info@ngagolf.nl
PGA	2 nov	**3D bewegingsanalyse**	n.t.b.	info@pgaholland.nl
NGF	6 & 8 nov	**Cursus Regelcommissaris 1**	Garderen	christine@ngf.nl
NGF	8 & 15 nov	**Tweedaagse Cursus Jeugdcoach**	n.t.b.	florence@ngf.nl
PGA	9 nov	**Lesgeven aan mensen met een fysieke beperking**	n.t.b.	info@pgaholland.nl
NGF	11 nov	**Basisworkshop Marshalling**	Nieuwegeinse	marshals@ngf.nl
NGF	16 nov	**Bijscholing 9-stappenplan en De Golf Academie**	Herkenbosch	alexander@ngf.nl
PGA	23 nov	**Mentaal 1 & Putten**	n.t.b.	info@pgaholland.nl
NVG	25-27 nov	**EGCOA Conference 2015**	Amsterdam	info@nvg-golf.nl



Het behaalde certificaat na afloop van de cursus Talentcoach op Golf & Country Club Capelle aan den IJssel.

Van grip op je werk



Naar grip op je spel

Haal meer uit je informatie, tijd én leven.

Werk en vrije tijd raken steeds meer verweven. De technologische mogelijkheden groeien. De hoeveelheid data ook. Je wilt steeds de juiste informatie bij de hand hebben. Om beslissingen te nemen en focus te houden. Ricoh helpt je anders werken en samenwerken. Met oplossingen om slimmer informatie te verwerken, archiveren, delen, scannen en printen. En anders te vergaderen. Zo houd je tijd over voor wat ertoe doet, in werk én leven. Ontdek wat dit voor jou betekent op www.zo.ricoh.nl

RICOH
imagine. change.

COLOFON

GolfMarkt verschijnt tweemaal per jaar en wordt verspreid onder vrijwilligers en de professionals binnen de golfbranche.

Redactie
Daniëlla Demont, Mari Trini Hermoso, Jan Kees van der Velden

Aan dit nummer werkten mee:
NGF: Mandy Boer, Florence Brugmans, Alexander Renders, Thijs Rolink (statistieken), Joris Slooten, Patty Smit, Jeroen Stevens, Maarten Voermans en Ramón van Wingerden
PGA Holland: Jim van Heuven
NVG: Lodewijk Klootwijk en Martijn Scholte
NGA: Monique Madsen

Fotografie
Koen Suyk, Ronald Speijer, Bert van der Toorn, GolfSupport, Dirkshorn, Tespelduyn, Jan Kees van der Velden en Mari Trini Hermoso.

Vormgeving
Paul Roos (Roos!)
m.m.v. Saskia van Geijlswijk

Drukwerk
De Swart, Den Haag

Disclaimer
Deze publicatie is een uitgave van de NGF. De gepresenteerde meningen en visies zijn niet noodzakelijkerwijs de meningen en visies van de NGF. Hoewel deze publicatie met de grootst mogelijke zorgvuldigheid is samengesteld, aanvaardt de NGF geen enkele aansprakelijkheid dat gepresenteerde gegevens incorrect en/of onvolledig zijn. Aan de inhoud van deze publicatie kunnen op geen enkele wijze rechten worden ontleend.

Overname van teksten en cijfermateriaal is alleen toegestaan voor niet-commercieel gebruik onder de volledige bronvermelding: NGF GolfMarkt. Adverteerders in GolfMarkt zijn als sponsor aan de NGF verbonden.

› GolfMarkt #8 verschijnt omstreeks maart 2016.

www.ngf.nl/ngf-zakelijk voor verantwoording en definities met betrekking tot statistieken

golfmarkt@ngf.nl

LinkedIn: NGF-Golfmarkt

Twitter: @NGF_

NederlandseGolfFederatie

Deloitte. NGF KONINKLIJKE NEDERLANDSE GOLF FEDERATIE PGA HOLLAND NVG



Insights drive performance
Everywhere analytics

Check deloitte.nl/data-analytics

Deloitte.

Deloitte is sponsor van de NGF.
© 2015 Deloitte The Netherlands

If you are not willing to learn,
no one can help you.
If you are determined to learn,
no one can stop you.



NGF KONINKLIJKE NEDERLANDSE GOLF FEDERATIE
PGA HOLLAND
NVG
HOOFDSPONSOR NGF
Deloitte.