KONINKLIJKE NEDERLANDSE GOLF FEDERATIE

GolfMarkt



Weet wat de golfer wil!

Life as a teacher begins the day you realize that you are always a learner



NIEUWE VERSIE!
Handboek voor
De Golf Academie

Het boek is gratis te downloaden bij de digitale ondersteuning van degolfacademie.nl

De Golf Academie is dé omgeving om je leerlingen (beter) te leren golfen op elk niveau, via het 9-stappenplan. Als golfprofessional kun je gebruikmaken van het online platform met onder meer extra oefeningen en uitgebreide statistieken. Bekijk de mogelijkheden op **degolfacademie.nl**.



Gespitste oren...

De beoogde 'transitie in de sport' is op gang gekomen. De sportinfrastructuur moet zich gaan aanpassen aan de moderne maatschappij. Individuele behoeften van sporters worden steeds meer leidend, een lidmaatschap is niet meer vanzelfsprekend. De georganiseerde sport zal hierop moeten inspelen en zich flexibeler moeten tonen, en niet alleen in het aanbod.

Een uitdaging voor iedereen die werkzaam is in de sport, zo ook op golfbanen en -clubs. Steeds vaker worden sportclubs buitenspel gezet door initiatieven die floreren dankzij social media, zo laat het artikel zien over de hardlopers in Rotterdam (vanaf pagina 54). Om op eigen wijze sportief aan de slag gaan, is anno nu bijna geen sportclub nodig. Steeds vaker worden bonden en sportclubs gepasseerd door ondernemende sporters die een behoefte zien in de dynamische sportmarkt; wat voor de een een blinde vlek is, is voor de ander een schot in de kruising!

Onze gastcolumnist Kristian Esser (zie pagina 68) laat ook een parallel zien met het zakenleven waar Uber en Airbnb voor opschudding hebben gezorgd. Blijf dus bij de les! Hoor en zie wat er om u heen gebeurt, luister naar waar golfers behoefte aan hebben. Oude tradities kunnen blijven, maar sta open voor nieuwe. Dat is marktwerking, dat is evolutie.

Met de Tweede Kamerverkiezingen achter de rug, is het ook voor golfclubs zaak te kiezen voor de toekomst, met de focus op het middellange termijn. Om nieuwe generaties golfers, in welke vorm dan ook, in beweging te krijgen en te houden. De toekomst begint door te luisteren naar uw clubleden, greenfeespelers, jeugd en opzeggers. Luisteren zegt namelijk zoveel meer...

De redactie

In dit nummer



08 Coverstory

Golfers komen op de eerste plek. Zeggen leden op omdat golf te duur is? Of omdat het te veel tijd kost? Dan is het zaak door te vragen want vaak is er een onderliggende oorzaak, waar u in veel gevallen iets aan kunt doen!



17 Greenkeeping

Drie topgreenkeepers aan het woord. Over de ontwikkelingen in hun vak, de Green Deal en de samenwerking met clubs en banen.



22 Financieel

De grote uitgaven. Ook u wordt hier af en toe mee geconfronteerd. Het kan het niet anders dan dat u zich afvraagt: Hoe betalen we die?

Achtergrond

20 Golf is goed voor ons
De gezondheidsvoordelen van golf in cijfers

28 Stern: geen vreemde vogel
Autoconcern Stern werkt samen met de NGF en Vogelbescherming Nederland

47 Open Golfdagen
Ik neem je mee!

48 Nationaal Golf Congres
Een sfeerimpressie in beeld

58 Wie is de golfende Bob?
Hole 19 is een bekend fenomeen maar alcohol drinken en naar huis rijden gaan natuurlijk niet samen

63 ING Private Banking ook in de regio
Vernieuwen en verjongen van golf, dat is het gezamenlijke doel van de NGF en partner ING Private Banking

In de praktijk

14 Baanmanager
Martine Ronkes van De Haenen

30 Voorzitter
Paul Baumann van Golfclub 't Zelle

40 Golfer
Patricia Huijberts van Burggolf Gendersteyn

50 Golfprofessional
Ralph Miller van De Lage Vuursche

60 Greenkeeper
Arjen Bosschaart van de Domburgsche Golfclub



34 Sportief beleid

Meer plezier in golf. Dat kan onder andere met verschillende spelvormen waar vooral ook nieuwe golfers blij van worden.



37 RAAK!

In drie stappen naar de golfbaan. Dat is de nieuwe, nóg duidelijkere focus van TEAM RAAK! voor 2017.



43 Ledenbehoud

Players First. Een enquêtesysteem waarmee clubs veel over hun golfers te weten kunnen komen. Drie pilotclubs zien de voordelen.



54 Inspirerend

Ren Rotterdam, ren. De hardloop-evenementen van de Rotterdam Running Crew zijn een succesvol voorbeeld van binden.

Rubrieken

06 Kort nieuws
uit de golfbranche

16 Voor u gespot
10 terrastrends

27 NGF GolfMarkt Dashboard
Halfjaarlijkse update

33 Voor u gespot
Appification

46 Voor u gespot
'Sportify'

52 Kort nieuws
uit de golfbranche

62 Voor u gespot
Wijs in de natuur

66 Kalender 2017

68 Column
Digitaal luisteren

69 Colofon

GolfMarkt Digitaal

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

GolfMarkt is een publicatie van én voor de golfbranche. Wij nodigen u uit uw mening en visie te delen op LinkedIn bij de groep NGF GolfMarkt.





"Helaas is de wereld nu zoals die is. Mensen kunnen, om wat voor reden dan ook, niet goed met elkaar omgaan. Als professionele sporters zijn we op een bepaalde manier ambassadeurs van de vrede, omdat sport iedereen samenbrengt."

Venus Williams,
proftennisser

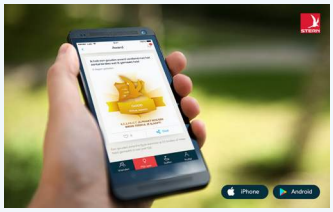
Cijfers

24

Dit is het nieuwe aantal golfregels zoals voorgesteld door de R&A en USGA. Het waren er 34. Op 1 maart hebben de twee regelinstanties een voorstel voor gemoderniseerde regels gepubliceerd. Golforganisaties en golfers kunnen een half jaar lang hierop reageren. De nieuwe regels moeten op 1 januari 2019 ingaan.
Meer info: www.randa.org

28.000

Het aantal gebruikers van de app Golf.nl. Met deze app kunnen golfers scorekaarten digitaal invoeren waarna hun handicap meteen wordt aangepast. Bovendien kunnen ze Awards winnen, vrienden volgen, zien op welke plek ze staan in de handicapranking en nog veel meer.
Meer info: www.golf.nl/app



67

Banen in Nederland met een GEO-certificaat. 43 banen zijn zogenoemd on course, die zijn bezig om de certificering voor elkaar te krijgen.

2.301 YEAH!

Zoveel enthousiaste kinderen ontvangen de nieuwsbrief van RAAK!, het jeugdprogramma van de NGF. Zij worden uitgenodigd en gestimuleerd mee te doen aan leuke golfactiviteiten. 648 kids hebben een RAAK!-clubpas om op avontuur te kunnen!
Meer info: www.golfraak.nl

** Cijfers per half maart*

Het Familiegolftoernooi houdt Jeugdsportfonds stevig vast

Samen sportdromen van kinderen waarmaken, dat is het doel van de samenwerking tussen de NGF en het Jeugdsportfonds. In 2016 slaagde de golfwereld erin om ruim 30.000 euro in het spaarpotje te doen. Monique Maks, directeur van het Jeugdsportfonds nam deze cheque in ontvangst. “Zo kunnen we 120 kinderen een jaar lang ondersteunen om te sporten. Of ze nu gaan golfen, voetballen of turnen, er zijn kinderen blij gemaakt.” Willem Zelsman is trots dat de NGF ook komend seizoen het Jeugdsportfonds omarmt. “Golfen met de familie - of het nu een zus, neefje of tante is - blijft in 2017 het recept, waarbij de NGF hoopt dat nog meer clubs het toernooi op de kalender zetten en dat randactiviteiten tijdens deze dagen toegankelijk zijn voor de héle familie.”
In Nederland groeit circa één op de negen kinderen op in een gezin dat moet rondkomen van een bestaansminimum. Dankzij het Jeugdsportfonds kunnen zij sporten, komen ze in contact met anderen en leren ze van een nieuwe sociale omgeving. Ook binnen de golfsport zijn er kinderen die dankzij het Jeugdsportfonds kunnen golfen en dat kunnen er nog veel meer worden. Meer informatie: www.jeugdsportfonds.nl



Kies de kleur tee die bij je past

Het spelplezier neemt toe als golfers afslaan vanaf de tee die bij hen past. Daarom het devies van de NGF en De Golf Academie: *Kies je tee!* Dit wordt uitgedragen via een poster, die elke club, baan en golfpro heeft ontvangen om op te hangen in de het clubhuis, bij de drivingrange of eerste tee. De poster maakt golfers ervan bewust dat ze het best kunnen afslaan vanaf de tee die past bij de lengte die ze kunnen halen. Mocht u de poster niet ontvangen hebben, die is digitaal te vinden op het NGF-Informatieplein onder ‘Handicap’ en ‘Sportief Beleid’ en op www.degolfacademie.nl. bij digitale ondersteuning. De poster wordt ook aangeboden via www.golfboeken.nl op een aluminiumplaat. Deze plaat kost 25 euro exclusief verzendkosten.





Sportbonden bouwen aan gezamenlijke toekomst

De sportbonden voor hockey, watersport, wintersport, volleybal en golf verhuizen per 1 november 2017 naar een gezamenlijk kantoor in Utrecht. Om de krachten te bundelen ten gunste van hun leden en de sporters. De samenwerking gebeurt op verschillende niveaus zoals marketing en sportontwikkeling maar ook op administratief en juridisch vlak. Kennis en expertise delen wordt de insteek, waardoor uiteindelijk de individuele sporter optimaal gefaciliteerd wordt, en mogelijk ook kosten gedrukt worden. Een en ander is in lijn met het door NOS*NSF geïntroduceerde programma: Transitie in de sport. De identiteiten en organisatiestructuren van de vijf bonden blijven ongewijzigd en herkenbaar. Ook andere, sportgerelateerde organisaties gaan gebruikmaken van de kantoorfaciliteiten.

NGF Koninklijke Nederlandse Golf Federatie | nevobo | KNHB | watersportverbond | Nederlandse Ski Vereniging

Logeren op hole #20

Op 1 februari heeft de NVG een samenwerkingsovereenkomst voor drie jaar gesloten met Restinn. NVG-bestuurslid Dirk-Jan Vink (links op de foto) en directeur Locatie-ontwikkeling van Restinn, Lex Warmerdam (rechts) ondertekenden het contract tijdens het Nationaal Golf Congres & Beurs. Restinn biedt uw golfgasten een hotelaccommodatie op uw eigen terrein. Ze speelt daarmee in op de trend dat consumenten iets bijzonders willen meemaken, in de natuur, met rust en ruimte en uiteraard comfort, kwaliteit en persoonlijke aandacht en gemak. En ze willen een beleving, bijvoorbeeld op de golfbaan. Golfbaanexploitanten kunnen via de hotelhuisjes van Restinn golfers een overnachting bieden zodat ze de volgende dag nog een ronde of een andere baan in de buurt kunnen spelen. Restinn is sinds 2008 actief in de Nederlandse markt. Met vijf locaties in Noord-Holland, twee in Drenthe, een in Groningen en een in Noord-Brabant, is er volop ruimte om door te groeien. Bent u geïnteresseerd? Neem dan contact op met het secretariaat van NVG of met Restinn (www.restinn.nl, 020 460 9150). Een uitgebreide brochure is op aanvraag beschikbaar.



Transfers

Tinus Vernooij draagt de voorzittershamer van de NVG voorlopig over aan **Dirk-Jan Vink**. Zijn toegenomen drukke werkzaamheden op Golfbaan Delfland zijn hiervoor de belangrijkste reden. Hij blijft wel actief in het bestuur. Dirk-Jan Vink is sinds 2014 bestuurslid van de NVG en is lid van o.a. de commissies Magement Onderhoud en Ontwikkeling en Toerisme. Zijn familie is eigenaar van Landgoed Golfbaan Bleijenbeek en Landgoed Golfbaan Welderen.



Pro **Wouter de Vries** verhuist van de Hoge Kleij in Leusden naar The Dutch.

Pro **Richard Heesakkers** gaat van Golf & Country Club Hoenshuis uit Voerendaal naar De Gulbergen in Mierlo.

Pro **Martine Martens** verruilt Golf4All Harderwijk voor Golf Academie de Dorpswaard.

Margriet Kragten wordt naast pro op het Utrechtse Galecop ook assistant-baanmanager op Almeerderhout in Almere.

Baanmanager **Gretha Kruize** verruilt Golfclub De Compagnie uit Veendam voor Golfbaan Appelscha.

Pro **Hans von Burg** gaat van Golfclub Grevelingenhout in Bruinisse naar Golf & Country Club Capelle aan den IJssel.

Pro **Iwan Renders** versterkt het team van Prise D'Eau.

Gerd-Jan Toonen verruilt zijn functie als manager bij Golfschool Welderen in Elst voor die van baanmanager bij de Lochemse Golfclub.

Heeft u ook een bijdrage voor deze rubriek? Stuur deze dan naar golfmarkt@ngf.nl



Golfers op de eerste plek

GOLFCLUBS KUNNEN EEN WERELD WINNEN DOOR POTENTIËLE OPZEGGERS TE BEWEGEN TE BLIJVEN. DAARVOOR IS NODIG DAT U WEET WAT HUN SPECIFIEKE BEHOEFTEN ZIJN EN DAAROP ZO GOED MOGELIJK INSPEELT. EN DAT HOEFT NIET HEEL INGEWIKKELD TE ZIJN.

TEKST: **KARIANNE VAN DER ZANT** | BEELD: **KOEN SUYK**

Er zijn veel moeilijke definities van marketing die je drie keer moet lezen en ze dan nog niet begrijpt. Uiteindelijk komt het erop neer dat je nadenkt over hoe je iets goed in de markt kunt zetten en houden. De meeste aanbieders gaan logischerwijs uit van hun product en/of dienst. Daar zoeken ze klanten voor. Ook golfclubs doen dat, bijvoorbeeld door alle aantrekkelijke kanten van de golfsport te benadrukken en te promoten om zo leden te werven. Dat werkt gedeeltelijk, maar hoe logisch is het eigenlijk om bij marketing van het product of de dienst uit te gaan? Is het niet effectiever om van de klant uit te gaan? Wat wil die? Als u dat weet, kunt u immers het aanbod, voor zover mogelijk, aanpassen aan de wensen van de klant die dat hoe dan ook op prijs zal stellen.

SEGMENTEREN

Maar zoveel mensen zoveel wensen. Het is natuurlijk ondoenlijk om van elke klant c.q. golfclublid te weten wat hij of zij precies wil, laat staan om hen vervolgens individueel op maat te bedienen. Met andere woorden, een-op-eenmarketing is niet reëel. Daarom segmenteren marketeers. Ze delen de potentiële klanten en het huidige klantenbestand in in groepen met profielen. En elke groep wordt op een andere manier benaderd en krijgt een andere variant van het product aangeboden. Golfclubs hebben er ook baat bij in kaart te brengen welke groepen, soort leden ze in huis hebben. U hebt bijvoorbeeld de trouwe leden die al jaren lid zijn en de golfsport niet snel zullen verlaten tenzij noodgedwongen. Er zijn golfers die wel verknocht zijn aan het spel maar het als tweede sport zien en wellicht een minder intensief lidmaatschap wensen. En u heeft natuurlijk nieuwe leden, die hun weg in de sport nog niet goed kennen. Jaarlijks zijn dit er tussen de 20.000 en 30.000. Juist van deze groep stroomt relatief een groot gedeelte binnen een paar jaar uit. Als we als golfwereld ervoor zouden kunnen zorgen dat zeg de helft van deze nieuwkomers behouden blijft en voor de rest van hun leven blijft golfen (en lidmaatschapsgeld betaalt), dan is het belang om deze groep erbij te houden duidelijk.

TELEURGESTELD

Nieuwkomers hebben allemaal een goede reden om lid te worden. Ze vinden golf een leuke sport, ze zoeken een sportieve uitdaging, ze willen mensen leren kennen, ze houden van bewegen in de natuur. Allemaal positieve eigenschappen die deze nieuwe golfers willen ervaren. Op het moment dat ze, een aantal jaren later, de sport de rug toekeren, hebben ze blijkbaar de conclusie getrokken dat golf niet heeft gebracht van ze ervan verwachtten. Vaak hoort u dan als reden dat het te veel tijd kost of te duur is. Feitelijk hebben nieuwkomers echter vaak niet het product gekregen waar ze naar op zoek waren. Want als het product wel precies had aangesloten op hun wensen, waren tijd en geld waarschijnlijk geen issue geweest.

> "Feitelijk hebben nieuwkomers vaak niet het product gekregen waar ze naar op zoek waren"

TE DUUR

Als leden aangeven op te zeggen vanwege een financiële reden, dan refereert *te duur* vaak aan *te duur wat ze ervoor hebben gekregen*. U mag aannemen dat als een nieuw lid zich oriënteert om te gaan golfen, hij of zij ook het financiële plaatje maakt. De hoogte van het lidmaatschap kan na een



NATIONAAL GOLF CONGRES

Dit artikel is geschreven mede dankzij input van het Nationaal Golf Congres & Beurs op 1 februari, georganiseerd door de NVG, NGF en PGA. Het had als thema *Like to play, love to stay* met de focus op de combinatie van sport en sociaal als ultieme binder van golfers. De workshops werden gegeven door John King (Aan de slag met een sales funnel), Nienke Bloem (De basis: bouw uw eigen Customer Journey), Gerard van der Werf (Acties voor retentie door combinatie sport en sociaal), Alexander Renders (De ideale golfschool opzetten), Maarten Wessels (Bouw aan uw gastvrijheid) en Arnoud de Jager/Niels Dokkuma (Maak uw onderhoud onderdeel van uw team).

PLAYERS FIRST

Om je product golf meer op maat aan te kunnen bieden, moet je weten wat die klant precies wil. Hoe kom je daar als golfclub achter? Het product Players First biedt uitkomt. Dit is een real-time monitoringsysteem met dagelijkse updates. De monitoring vindt plaats via enquêtes onder vier verschillende groepen.

LEDEN

Deze enquêtes vinden drie tot vier keer per jaar plaats, maar elk lid wordt maar een keer per jaar gevraagd. Aan het einde van het jaar worden alle deelnemers gevraagd aan nóg een enquête mee te doen. De vragen hebben betrekking op alle relevante parameters, die mogelijk invloed hebben op de tevredenheid van de leden over de club zoals de kwaliteit van de baan, het restaurant, de pro en de shop, de sfeer op de club en de prijsstelling. Het invullen van de vragenlijst duurt twaalf tot vijftien minuten.

NIEUWE LEDEN

Als iemand acht weken lid is, ontvangt hij of zij het verzoek mee te doen aan een enquête over de start. Het beantwoorden van de vragen duurt drie tot vier minuten.

VERTROKKEN LEDEN

Als iemand zijn lidmaatschap opzegt, krijgt hij automatisch een uitnodiging om mee te doen aan een onderzoekje waarbij de focus ligt op de belangrijkste redenen voor het vertrek. Duurt niet langer dan twee tot drie minuten.



GASTSPELERS

De dag na een bezoek aan de club of baan ontvangt hij of zij het verzoek om enkele vragen te beantwoorden en zo feedback te geven of de ervaring van het spelen van een rondje. Het invullen neemt vijf tot acht minuten in beslag.

Clubs kunnen hun data ook vergelijken met andere clubs voor een benchmark. Wat lukt mij wel en andere clubs niet (en andersom) en wat kunnen we van elkaar leren? NGF, NVG en PGA stellen de enquêtes voor nieuwe golfers en vertrekkende leden drie jaar lang gratis ter beschikking. Onderzoeken voor leden (500 euro per jaar) en greenfeespelers (300 euro per jaar) kunnen worden bijbesteld voor clubs die meedoen.

› *Meer informatie:* patty.smit@ngf.nl
› *Aanmelden:* www.nvg-golf.nl/players-1st



Uit presentatie Players First - Dansk Golf Union



"Als opzeggers geld of tijd als reden noemen, is het zaak om door te vragen. Meestal blijkt er een onderliggende oorzaak te zijn."

paar jaar toch niet als een verrassing komen. Maar de jaarlijkse contributie van 1200 euro wordt wel te hoog als je maar tien ronden in het jaar blijkt te spelen. Dat bedrag is een goede deal voor leden die elke week op de baan te vinden zijn, maar voor veel andersoortige spelers niet. Een passend financieel aanbod is daarom een randvoorwaarde. Prijsdifferentiatie, verschillende soorten lidmaatschappen en rittenkaarten zien we dan ook steeds meer terug bij golfclubs en banen. En uit cijfers van de Nederlandse Vereniging Golfaccommodaties blijkt dat die prijsdifferentiatie leidt tot meer gespeelde ronden in plaats van minder, waarvoor clubs eerder bang waren.

GEEN TIJD

Dan geen tijd. Ook deze reden om op te zeggen kunt u tegen het licht houden. In de meeste gevallen zal het zo zijn dat de opzeggers wel tijd hebben, zij het in beperkte mate, maar die willen ze, nu ze eenmaal hebben kennisgemaakt met golf, toch liever aan iets anders besteden. Natuurlijk kan dat omdat de sport niet goed bij hen blijkt te passen. Daar doet u weinig aan. Maar het kan ook zijn dat golf in potentie wel past maar dat de hele ervaring tegenvalt. En dan zijn er genoeg andere (sportieve) kapers op de kust die zulke klanten wel bieden waar ze naar op zoek zijn zoals flexibelere indeling van de sporttijd, meer beleving, specifieke aandacht voor gezonde levensstijl of de mogelijkheid om sport te combineren met familieactiviteiten. In twintig jaar tijd is er veel veranderd en golf heeft alles in zich om op die veranderingen in te spelen.

DOORVRAGEN

Als opzeggers geld of tijd als reden noemen, is het dus zaak om door te vragen. Meestal blijkt er een onderliggende oorzaak te zijn. De twee belangrijkste in golf zijn: het spel is (te) moeilijk en geen aansluiting binnen de vereniging. Als u oog hebt voor deze mogelijke 'teleurstellingen' bij nieuwe golfers, kunt u daarop inspelen. Ook hierbij is het van belang verder te kijken. Wil het lid meer les? Andersoortig les? In een groep? Wil hij/zij met mensen van zijn/haar eigen niveau spelen of juist niet? Wil hij/zij meer begeleiding in de baan? Is er animo om mee te doen aan wedstrijden voor beginners? Wilt hij/zij mensen leren kennen van zijn/haar eigen leeftijd? Hoe ziet 'sociaal golfen' er voor hen uit? Wat verwacht het lid van de vereniging? Een goed gesprek over dit soort zaken met een paar representanten van deze groep potentiële opzeggers

Vijf vragen aan Alfred Levi

lemand die over dit onderwerp veel zinnigs kan vertellen is marketeer Alfred Levi, senior vice president marketing & media bij Ahold én sinds november vorig jaar bestuurslid van de NGF met de portefeuille Marketing & Communicatie.

Wat is een belangrijke trend onder consumenten waarop golfclubs goed kunnen inspelen?
"De belangrijkste trends op dit moment zijn 'op mijn maat' en 'gelijkgestemd'. In het kort, op mijn maat betekent dat elke consument verwacht dat een aanbod op persoonlijke maat gesneden is een aansluit bij persoonlijke verwachtingen. Dat betekent niet dat we alleen maar moeten proberen om n=1 plannen te maken want voor veel (vooral nieuwe) deelnemers in golf is 'gelijkgestemd' een zeer belangrijk criterium. Mensen met eenzelfde werkpatroon (woensdagavondclub), met vergelijkbare handicaps, met vergelijkbare interesse in de sport of randgebieden, mensen die op hetzelfde moment aankomen bij de club (soort jaarclubprincipe). Wat een goed bestuur of management moet proberen, is 'mijn maat' en 'gelijkgestemd' te verenigen in één programma. En bewust aandacht geven aan de (grote) groep mensen die beneden gemiddeld gebruikmaakt van de club en/of baan. Daar is winst te behalen."

Hoe belangrijk is de doelgroep 'beginnende golfer'?
"De vraag stellen is hem beantwoorden. Zeer belangrijk. Maar vaak ligt er te veel nadruk in het binnenhalen van de beginnende golfer en te weinig aandacht bij de opvolging. Veel startende golfers verdwalen op de club, en vooral de pro is dan hun vriend. Die zegt (terecht): veel spelen en oefenen. Maar dat is niet zo leuk als je dat alleen doet. Veel leuker is het om met een groep van gelijkgestemden te beginnen, plezier te maken en dan wordt het vanzelf ook leerzaam. Dit faciliteren is veel belangrijker dan veel organiseren voor leden, die hun weg toch al hebben gevonden. Er is naar mijn mening een enorme discrepantie tussen aandacht en activiteiten voor gevestigde leden en voor nieuwe leden of spelers. Daar moet je beleid op maken, anders loopt iedereen die je met veel moeite werft, gewoon weer weg."

Hoe zou u een club 'socialer' maken?
"Allereerst een fundamentele mindset. Het zijn de veelkomers die vaak de dienst uitmaken. Voor hen betekent sociaal vooral dat zij het met elkaar naar hun zin hebben. Voor de rest geldt: aanpassen of zoek het maar uit. Het punt is dat die grote rest (vaak meer dan driekwart van de leden) anders aankijken tegen wat zij belangrijk vinden op de club. Deze mensen krijgen maar heel moeilijk gehoor, en uiteindelijk komen ze minder, heroverwegen ze de waarde van hun lidmaatschap en vallen ze af. Deze grote groep een oprechte en eerlijke stem geven, maakt een club socialer. Meer concrete voorbeelden: geef veel meer ruimte aan senior- en juniorleden, die doordeweeks niet kunnen spelen vanwege school en werk. Geef meer ruimte voor vrij spel en minder voor wedstrijden waar vaak dezelfde mensen aan meedoen. Respecteer als mensen minder willen of kunnen spelen en verdisconteer dit in hun contributie. En, heel belangrijk, maak van de club iets

kan zeer verhelderend zijn. Om sowieso meer inzicht te krijgen in de specifieke behoeften van groepen leden is de tool Players First ontwikkeld. Hiermee kunnen golfclubs voor weinig geld enquêtes uitvoeren om relevante meningen te peilen (zie kader Players First op pagina 10).

SPEL

Golf is ontegenzeggelijk een moeilijke sport. En makkelijker kunnen we het niet maken, maar wel leuker. Zeker voor beginners. Het 9-Stappenplan van De Golf Academie is een goed voorbeeld om op een ontspannen manier beter te worden. Via haalbare en meetbare doelen naar de volgende stap. Er zijn maar weinig golfers met handicap 54 die blij worden van een par-5-hole van 450 meter. En als je dan ook nog op je vingers wordt gekeken door een golfer met handicap 10, raken sommigen het spelplezier al behoorlijk kwijt. Het blijft een stuk leuker als je de lat steeds iets hoger kunt leggen zodra je je doel gehaald hebt. Daarnaast kunnen de club en pro nieuwkomers praktische speltips geven. Bijvoorbeeld dat er andere spelvormen zijn dan strokeplay (zie het artikel op pagina 34). Of dat je qualifying kaarten begint te spelen op par-3-banen. Of dat de regels niet al te strikt gehanteerd hoeven te worden als je een oefenronde speelt met vrienden. Het zijn eenvoudige aanwijzingen om het spelplezier te verhogen.

SOCIAAL

Golf staat niet bekend als een sport met een hoge sociale binding zoals voetbal, schaatsen en in mindere mate tennis. Terwijl de sport wel veel ingrediënten heeft om die te bieden. Denk aan de doorgaans goede horeca, het handicapsysteem (je kunt met iedereen spelen), de omgeving en dat het leeftijdsloos is. Zeker als een belangrijke reden van opzeggers is dat ze geen aansluiting konden vinden, biedt deze potentie kansen.



dat groter is dan alleen maar golf. Toegankelijkheid, echt goede en welkome horeca, mengen binnen de club, en het actief betrekken van *minderkomers* in besturen en commissies."

Als u dé golfbaan van de toekomst zou mogen inrichten, hoe ziet die er dan uit?
"Ik ben niet de expert om dit integraal te beantwoorden, maar over een paar punten kan ik wel iets zeggen. 1. Een hybride vorm van club met leden en baan. Een club (dit kunnen overigens ook leden van de baan zijn) moet zorgen voor meer binding maar het consumentengedrag gaat veel meer naar pay-and-play. Die twee zijn prima te combineren, met een vorm van lidmaatschap (binding) en betaling per keer (maar als lid heb je privileges en betaal je minder). 2. Banen met drie keer zes of misschien zelfs vier keer zes lusjes. Voor veel spelers is vier uur spel plus alles wat daarbij hoort, een te grote aanslag op hun tijd. Een aantal 9-holes par-3-banen laat nu al zien dat dit idee kan werken. 3. Blijvende focus op golf. Ik ben geen groot voorstander van allerlei andere dingen op de baan organiseren. Zo'n 380.000 mensen houden voldoende van golf om jaarlijks een NGF-pas te willen hebben. Wat velen wel willen is een lage drempel van spelen en wat meer verleiding. Dus andere, snellere spelvormen en combinaties van les, leren, oefenen en spelen die werken. Een soort 2.0-versie van het 9-Stappenplan met nog meer aandacht voor het zelfstandig (of in een groep) actief zijn of worden op de baan."

Wat gebeurt er als de golfwereld zich niet (snel) aanpast aan de veranderde behoefte van de consument?
"Ik hou niet van te veel doemdenken, maar dan wordt het wel heel lastig. Sommige clubs of banen merken dat al. Clubs doen er goed aan vooral de antwoorden op vraag 1 en 2 zeer ter harte nemen. Als nieuwkomers, golfers die weinig spelen of mensen die zich niet gehoord voelen, niet meer komen en opzeggen, moeten we met een kleine groep 'loyalisten' de golfsport gaan dragen. Als die groep ongeveer 25 procent is (een redelijke inschatting), moet bij een club van duizend leden en een onderhoudsbegroting van één miljoen euro, vierduizend euro per lid worden opgebracht. Dat wordt te kostbaar en dan krijgen we nog meer afkalving van het aantal loyale leden. Die negatieve spiraal valt alleen te doorbreken als je tijdig je hele groep leden serieus neemt en waar voor hun geld biedt. Ofwel, het andere extra wat zij van golf verwachten in hun lidmaatschap van baan en club zien terugkomen."

PRAKTIJKVOORBEELD: VOETBALPUPILLEN

De KNVB heeft onderzoeksbureau Motivaction in de arm genomen toen bleek dat van de vele pupillen die begonnen met voetbal, er ook weer veel uitstroomden na relatief korte tijd. Na doorvragen kwam naar voren dat de kleine voetballertjes de sport geweldig vonden maar geen plezier haalden uit de spelvorm die de KNVB aanbod. Ze kwamen te weinig aan de bal, konden te weinig acties maken en ze scoorden te weinig. Aan de hand van die bevindingen laat de voetbalbond vanaf volgend seizoen pupillenwedstrijden spelen op kleinere veldjes en in kleinere teams, waardoor de kinderen vaker aan de bal komen en meer dribbelen, schieten, samenspelen en scoren.

Hoe speelt uw club in op de 'sociale' wensen van nieuwe leden? Het bestuur, de pro en de horeca zijn drie belangrijke partijen die, het liefst samen, een clublid kunnen helpen aan een prettige, sociale sportomgeving. Zo kan het bestuur meer laagdrempelige activiteiten organiseren die bij uitstek geschikt zijn voor beginners, groepslessen met gelijkgestemden inroosteren of de lestijden aanpassen naar de wensen van leden. Het restaurant kan mensen binden door gastvrijer te zijn, het assortiment aanpassen aan gezonde levensstijl en speciale avonden organiseren. De pro kan beginnende spelers aan elkaar koppelen, een WhatsApp-groep maken en wijzen op socialere spelvormen dan strokeplay. Het zijn zomaar wat suggesties die op uw club zouden kunnen werken. Maar wellicht leveren de gesprekken met uw nieuwe leden wel andere, betere ideeën op.

Mocht u inderdaad goede ideeën hebben om in de veranderde behoeften van nieuwe golfers te voorzien, laat u die ons dan weten. De NGF is altijd op zoek naar good practices zodat we die kunnen delen met uw collega's om zo de kennis onder de clubs en banen steeds verder te vergroten. Stuur uw mail naar golfmarkt@ngf.nl.



"Zorg dat je leden ambassadeurs worden"

De 39-jarige Martine Ronkes werkte twaalf jaar bij Prise d'Eau voordat ze in 2013 de overstap maakte naar Golfbaan De Haenen. Zij zet zich bij De Haenen vooral in voor verbinding van de club met de aangrenzende woonwijk.

MARTINE RONKES | LEEFTIJD **39** | FUNCTIE **Manager De Haenen** | HANDICAP **54** | WOONPLAATS **Tilburg** | MOTTO **Iedereen moet hier met een glimlach naar buiten gaan**

TEKST EN BEELD **BERT VAN DER TOORN**

HOE BENUT JE HET VOORDEEL VAN JULLIE LIGGING BIJ EEN WOONWIJK? "We zijn een openbaar landgoed dus we hebben hier veel aanloop. Door de golfbaan heen liggen veilige wandelpaden met kunstobjecten van eigenaar Hans de Wilde en je loopt zo de bossen in. Ook niet-golfers komen hier graag koffie drinken, lunchen of dineren want de horeca staat erg goed bekend. Het levert niet direct nieuwe leden op, maar het geeft wel het karakter weer van De Haenen. Iedereen is belangrijk en iedereen moet ook op die manier benaderd worden. Ik denk aan de lange termijn. Misschien zijn onze bezoekers nu nog helemaal niet met golf bezig, maar over drie of vier jaar wel. Als ze dan al een goed gevoel en een soort binding hebben met De Haenen, dan komen ze waarschijnlijk eerst hiernaartoe."

HOE SPELEN JULLIE IN OP DE VERANDERENDE GOLFMARKT? "Mensen zijn op zoek naar de beste deal en hebben minder tijd. Maar het grootste probleem is dat ze zich niet meer willen binden of committeren. Bij ons kun je nu maandelijks instappen voor een lidmaatschap van een jaar. Daarna kun je elke maand opzeggen. We hebben twilight-abonnementen die ook in het weekend geldig zijn en rittenkaarten. Er zijn dus diverse mogelijkheden en we nemen de tijd om nieuwe maar ook bestaande leden te helpen bij het kiezen van een abonnement of lidmaatschap. Zorg sowieso voor veel persoonlijke aandacht, luister, informeer en interesseer. Als de leden tevreden zijn, dragen zij dat uit. Het is het mooiste als je leden ambassadeurs voor je golfbaan en -vereniging worden. De rode draad zal altijd blijven: binden, boeien en persoonlijke aandacht. We hebben de marshals, vrijwilligers uit de vereniging, vervangen door vaste, betaalde caddiemasters. Dit zijn vriendelijke, goed communicerende en goed geïnformeerde gastheren en -vrouwen die leden en gastspelers helpen een mooie golfdag te hebben."

HOE HOUD JE DE BALANS TUSSEN COMMERCIEEL BELANG EN VERENIGINGSBELANG? "De Haenen bestaat negen jaar en heeft een gezonde vereniging van ongeveer 750 leden en wij combineren dat met commercie. We proberen om naar buiten te treden als één. Ga niet de strijd aan maar bundel de krachten! Tuurlijk zijn er punten waarop je het niet met elkaar eens bent. Maar als manager moet ik blij zijn dat vrijwilligers zo veel werk voor De Haenen doen. Wees duidelijk en zorg voor open en transparante communicatie. Zo voorkom je wrijving en ongenoegen. Als wij een groot evenement op de agenda hebben staan en de vereniging besluit op die dag ook iets plannen, kan het zijn dat we niet de dienstverlening kunnen bieden die ze gewend is. Daar moet ze zich dan bewust van zijn en het accepteren of voor een andere dag kiezen. Als je dat direct overlegt, kom je er altijd wel uit."



"Als manager moet ik blij zijn dat vrijwilligers zo veel werk voor De Haenen doen"

WAT WIL JE BEREIKEN ALS MANAGER? "Een mooie De Haenen neerzetten maar vooral een mooi geheel. Ik wil De Haenen laten floreren en iedereen moet hier elke keer met een glimlach naar buiten gaan. Zoiets doe je met elkaar, als team. Ik zeg bij de selectie van personeel altijd: 'Je moet De Haenen-DNA hebben.' Het gevoel voor gastvrijheid en service moet gewoon in je bloed zitten. Wij denken niet in hokjes. Net was het heel druk in de horeca en er was tegelijkertijd een vergadering afgelopen. Dan zorgt iemand van sales, ongevraagd, dat de vergaderzaal opgeruimd wordt. Zo denken we hier, als een sterk team, met hetzelfde doel. We proberen net iets meer te bieden dan de grote middenmoot."

HOE GAAT HET MET GOLF IN NEDERLAND OVER TWINTIG JAAR? "Als we niks doen, gaan veel banen failliet. De oude golfbanen zullen wel overleven, maar daarmee zal golf weer echt elitair worden, voor de *happy few*. We moeten meer rekening houden met de factor tijd en onze bedrijfsmodellen zo inrichten, dat we minder afhankelijk worden van het aantal leden. Je zult misschien meer pay-and-play-banen krijgen, banen met rittenkaarten en met drie lussen van zes holes."

GENIETEN IN DE ZON

10 terrastrends

Misset Horeca zet tien trends op een rij die volgens kenners de hits worden op de terrassen dit jaar. Dus ook op het terras van uw golfbaan!

1 Voorheen had de terrasganger een haat-liefde-verhouding met **cider**, maar daar komt in 2017 toch écht verandering in.

2 **Minder calorieën en geen alcohol**. Laag in calorieën wordt steeds belangrijker; minder suiker en een laag alcoholpercentage haken in op deze trend.

3 **Gua bao** is na dim-sum en sushi de volgende Aziatische snack die populair wordt. Letterlijk betekent het 'gesneden brood', uit Taiwan.

4 **Matcha**: hip én gezond. Japans theepoeder dat vol zit met antioxidanten en rijk is aan umami, de vijfde smaak naast zoet, zuur, zout en bitter.

5 **Cascara**. Wat bij koffie als afvalproduct wordt gezien, krijgt nu een heel eigen drankje.

6 De **Poké bowl** is een volwaardig gerecht in een kom met rijst, groente, avocado en wakamé.

7 **Fruit en bier**. Ideaal voor warme dagen: dorstlessend en gasten kunnen er zonder problemen meer dan één van drinken. Het motto? Sour is the new bitter.

8 **Lokale craft beer pils**: Nederlandse bierbrouwers wagen zich na de speciaalbieren nu ook aan ongefilterde pilseners.

9 **Hartige wafels en pannenkoeken** worden traditioneel zoet belegd, maar in de huidige 'war on sugar' worden ook hartige smaken gecombineerd. Een welkome afwisseling voor ouders die hun kinderen niet te veel suiker willen laten eten.

10 **Water met een smaakje**. Over dorstlessers gesproken!

Kijk voor meer voorbeelden op www.missethoreca.nl.



TEKST: **JAN KEES VAN DER VELDEN** | BEELD: **KOEN SUYK, RONALD SPEIJER**

Ontwikkelingen in greenkeeping

De mannen van het gras

GolfMarkt vroeg de laatste drie Greenkeepers van het Jaar naar de ontwikkelingen in hun vak, de Green Deal en of de golfclubs en -banen overtuigd beginnen te raken dat een nieuwe strategie onontkoombaar is.

Begint het idee van de Green Deal, van een andere aanpak, te 'landen' in golf?

Koert Donkers: "Meer en meer, maar dan heb ik het over de greenkeepers. Ik zie bij bestuur/directie en bij het management van banen nog te weinig beweging, te veel kortetermijndenken. Golf wordt per definitie op een natuurlijk oppervlak gespeeld. De natuur werkt nooit op korte termijn. Een duurzaam goed speloppervlak kan je alleen maar bereiken door langdurig, gestructureerd goed onderhoud toe te passen."

William Boogaarts: "Langzaam maar zeker. Toch bespeur ik te veel en te vaak de gedachte van 'wie dan leeft, wie dan zorgt'. Er zijn nog te veel banen die geen concrete plannen hebben en de tijd begint wel te dringen. Dat vind ik zorgwekkend, want hoe langer je wacht, hoe groter de stappen worden. De Deense hoofdgreenkeeper Thomas Pihl zegt daarover: neem je rustig de trap of moet je op een gegeven moment een lift laten bouwen?"

Vincent de Vries: "Een jaar geleden had ik gezegd 'nog niet' maar er wordt nu meer en meer onderling door collega's over gesproken. Dat komt ook door het goede werk van Niels Dokkuma, de agronoom van de NGF. Maar toch zijn er te veel managers en bestuurders die denken dat 'het wel in orde komt' en verwachten dat de greenkeeper het regelt. Maar het is een gezamenlijke verantwoordelijkheid. Het komt niet vanzelf in orde en het waait ook niet over."

> "Er zijn nog te veel banen die geen concrete plannen hebben en de tijd begint wel te dringen"

Het sturen van het proces dat moet leiden tot een structurele speelkwaliteit, hoe heb je dat aangepakt? Was het een logisch gevolg van de manier waarop je al werkte?
Donkers: "Je ziet op banen dat bij opstart, aanleg en eerste jaren verkeerde keuzes zijn gemaakt, vaak met begrijpelijke redenen. Deze moeten op een gegeven moment worden gecorrigeerd. Daarna is het essentieel dat je actief gaat monitoren en controleren zodat je op tijd kunt sturen op je beheer."
Boogaarts: "Ook hier zie ik dat er nog te veel wordt afgewacht, alsof er kant-en-klare oplossingen zijn. Het is je eigen traject, op je eigen baan. Dus ook je eigen oplossing. En die is weer gebaseerd op een gedegen plan met een grondige aanpak."
De Vries: "Als je een structurele speelkwaliteit hebt, dan is dat het gevolg van het goede werk van de laatste jaren. Als je geen brede basis hebt, kun je dingen niet met 'snelle middelen' en ook niet in korte tijd veranderen. Dan wordt het heel moeilijk een structurele speelkwaliteit te krijgen en te houden. Maar ook als het allemaal wel in orde is, dan zullen we met z'n allen meer dingen moeten tolereren."

Heeft planmatigheid het helemaal gewonnen van ad hoc symptoombestrijding?
Donkers: "Nee, nog niet. Het wordt tijd dat het management van club of baan eens goed met hoofdgreenkeepers gaat praten. De vraag is: zijn we klaar voor 2020? Wat zijn onze grassen? Daarbij moet je er overigens vanuit gaan dat straatgras ongewenst is. Denk aan maximaal vijftien procent van dit ongewenste gras. Heb je meer, dan heb je een serieus probleem! Als je altijd hoofdpijn hebt, kom je met paracetamol een heel eind maar uiteindelijk moet je toch de oorzaak gaan wegnemen. Er kunnen best antwoorden komen die het management niet wil horen. De greenkeeper moet ook de kans krijgen voor gestructureerd onderhoud en planmatigheid."

> "Het is in feite vrij simpel: een heel brede basis is nodig om tot een goede speelkwaliteit te komen"

Boogaarts: "De structurele kwaliteit op de banen die De Enk onderhoudt, is goed en er wordt planmatig gewerkt. Het is lastig om over andere courses te oordelen. Het voordeel van goed plannen in plaats van willekeurig naar oplossingen te zoeken, lijkt mij meer dan logisch."
De Vries: "Dat weet ik niet. Er zijn veel collega's die nog ad hoc werken. Het is ook allemaal niet zo gemakkelijk. Een golfbaan is en blijft een natuurproduct. Er zijn veel zaken die invloed hebben. Denk alleen maar aan het weer. Banen en clubs met een GEO-certificering denken dat het voldoen aan de eisen van de Green Deal met het certificaat gemakkelijk wordt. Het GEO-certificaat is iets dat je helpt om dingen, processen te registreren."

Hoe heb je de communicatie met de golfer geregeld?
Donkers: "Ik zit in de baancommissie. Wij hebben elke dag contact met de medewerkers van de shop. We proberen regelmatig een artikel in het clubblad en info op de site te plaatsen en elk jaar houd ik een presentatie op de marshaldag."
Boogaarts: "Die communicatie is essentieel en ik zorg ervoor dat die uitgebreid is. Het is van belang dat spelers zich realiseren dat een baan nooit honderd procent perfect is en dat dit ook niet erg is. De invloed van tv-uitzendingen is niet altijd positief. Volgens mij worden er nogal wat filters gebruikt om de baan groen over te laten komen."
De Vries: "Op de sites van onze banen vertellen we het een en ander. Maar ik denk dat het beter kan. Je kunt als greenkeeper voor een wedstrijd of een damesochtend uitleggen dat er een probleem is met – bijvoorbeeld – dollarspot of waarom je juist op dat moment met onderhoud bezig bent. Daar moeten greenkeepers zich meer op focussen. Het is beter om zaken vooraf uit te leggen dan dat je je later moet excuseren. Caddiemasters moeten we daarbij betrekken: zij kunnen bijvoorbeeld gastspelers informeren."

Hoe zie je dat in samenspel van de verantwoordelijkheden van baanmanager, -commissies, bestuur/directie en professional? Kan een hoofdgreenkeeper wel goed zijn vak uitoefenen?
Donkers: "Ik geloof heel erg in elkaar versterken. Goed beschouwd



Structurele speelkwaliteit *is het uitgangspunt van het handicapsysteem. Niet de speelkwaliteit van vandaag, morgen of een piekmoment tijdens een wedstrijd maar het evenwicht in de piramide 'Beheerkwaliteit als basis voor sportkwaliteit'. De juiste basiskwaliteit voor een constante speelkwaliteit door het hele jaar heen. Zonder te veel terugval na een kortstondig piekmoment of ingrijpende onderhoudsmaatregelen. Een mooie constante lijn dus.*



WILLIAM BOOGAARTS
Hoofdgreenkeeper Turfvaert en Stippelberg. Innovatiecoördinator en programmamanager Green Deal namens De Enk Groen & Golf B.V.



VINCENT DE VRIES
Hoofdgreenkeeper Golf Club De Hoge Kleij namens de J. De Ridder B.V. Hij werkte ook voor het KLM Open als hulpgreenkeeper.



KOERT DONKERS
Hoofdgreenkeeper Golfbaan Princenbosch. Tevens voorzitter van de Nederlandse Greenkeepers Associatie.

hebben we allemaal hetzelfde doel: structureel spelplezier op een duurzame wijze. Ik heb regelmatig contact met de professional over spelkwaliteit, maar ook over hoe we met simpele handelingen het trainingstechnisch leuker kunnen maken. Er is ook contact nu tussen NGA en PGA, dit jaar zal greenkeeping nog meer een onderwerp worden in de pro-opleidingen van alle niveaus. Met precies die gedachte in het achterhoofd: hoe kunnen we elkaar versterken? We kunnen hier ontzettend mooie dingen doen samen en daar zijn zeker de eerste stappen al voor gezet vanuit de NGA en PGA."
Boogaarts: "Als dat samenspel goed is, kun je de problemen oplossen. Maar in de praktijk is dit niet altijd het geval. Ik denk dat het belangrijk is dat de greenkeeper de ruimte krijgt om zijn werk goed te doen. Maar zolang er nog baancommissies zijn die de greenkeeper vertellen wat hij moet doen, heb je een probleem."
De Vries: "Ja en nee. De greenkeeper moet het 'waarom' altijd goed aan zijn baancommissie kunnen uitleggen. Maar ook aan de manager en de leden. Waar nodig moet hij of zij echt op zijn strepen gaan staan."

Hoe groot is het belang van onafhankelijke kennisdeling in jullie vak?
Donkers: "Ik denk dat het niveau van kennis ontzettend belangrijk is. Het is aan ons als greenkeepers om te bepalen wat structureel kan bijdragen aan onze grasgezondheid en welke producten de hoofdpijn alleen maar wegstoppen en niet oplossen. Onafhankelijkheid bereik je slechts als je het juiste kennisniveau bezit! Met de NGA werken we heel hard aan kennisverbetering en -deling, bijvoorbeeld met informatie op de website www.ngagolf.nl."
Boogaarts: "Het is belangrijk dat partijen als de NGF, de NVG en natuurlijk de NGA goed samenwerken en er zo voor zorgen dat er meer en meer kennis wordt gepresenteerd. Ik geloof heel sterk in bijeenkomsten waarop greenkeepers praten over hun problemen, elkaar helpen en best practices delen. Er is natuurlijk ook nog meer onderzoek nodig."
De Vries: "Heel belangrijk. Ik overleg twee keer per jaar met collega's van zes banen die min of meer in de buurt van De Hoge Kleij liggen. Daarnaast is er veel uitwisseling met greenkeepers van andere banen die door De Ridder worden onderhouden. Dat zouden meer collega's moeten doen. We hebben de wijsheid niet in pacht en we kunnen altijd weer van een ander leren."

> "Een goede greenkeeper heeft de speler altijd in het achterhoofd"

Waarom moeten meer hoofdgreenkeepers zich nadrukkelijker uitspreken en zich sterk(er) maken voor hun vakmanschap?
Donkers: "Greenkeepers moeten zich zeker uitspreken. Een goede greenkeeper heeft de speler altijd in het achterhoofd. Hij is altijd bezig met het speloppervlak zo goed maar ook zo gezond mogelijk te maken. Iedereen kan een green laten pieken met allemaal verschillende middeltjes en lager maaien maar om structureel goede kwaliteit te bieden, moeten er soms stevige keuzes worden gemaakt die het bestuur of de directie niet altijd wil horen."
Boogaarts: "Het is nog belangrijker dat greenkeepers in deze tijd hun stem laten horen. Zij hebben immers de kennis en dan moeten ze soms, waar nodig, op hun strepen staan. In mijn ogen zijn greenkeepers vaak te bescheiden. Het is in feite vrij simpel: een heel brede basis is nodig om tot een goede speelkwaliteit te komen."
De Vries: "Zeker. Greenkeeping is meer dan het gras maaien, niet-waar? Communiceer goed met alle betrokkenen. Maar zoals ik al eerder zei, je moet voor jezelf en je collega's opkomen."

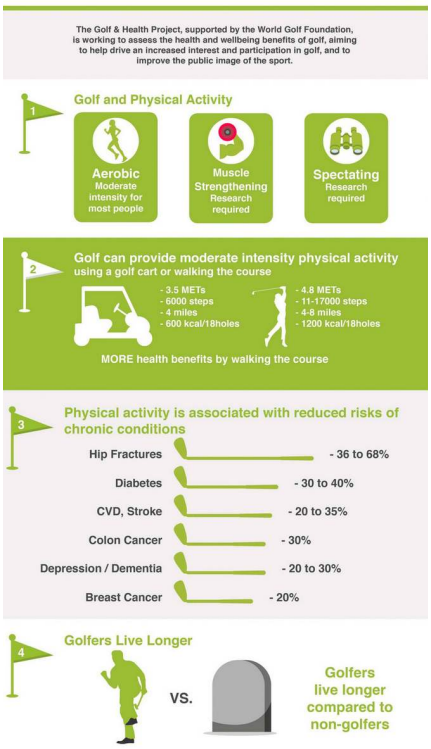
De gezondheids-voordelen van golf

IN HET NAJAAR VAN 2016 PUBLICEERDE DE UNIVERSITEIT VAN EDINBURGH EEN OVERZICHT VAN ZO'N VIJFDUIZEND STUDIES OVER GOLF. ALGEHELE CONCLUSIE: GOLF IS GOED VOOR JE.

Dr. Andrew Murray van het Physical Activitity for Health Research van de Schotse universiteit kwam na het doorspitten van allerlei studies tot de conclusie dat golf duidelijk fysieke en mentale voordelen heeft voor golfers van alle leeftijden, maar dat de winst vooral aanwezig naarmate je als golfer ouder wordt. "We weten dat de matige fysieke activiteit die golf met zich meebrengt", lichtte Murray zijn onderzoek toe, "ervoor zorgt dat de levensverwachting stijgt, dat de sport voordelen heeft voor de geestelijke gezondheid en dat golf kan helpen om veertig belangrijke ziekten zoals hartaanvallen, beroertes, diabetes, borst- en darmkanker te voorkomen en te genezen. Er is bewijs dat erop duidt dat golfers langer leven dan niet-golfers en dat er verbeteringen zijn als het gaat om cholesterolwaarden, wellness, een beter zelfbeeld en eigenwaarde. Als je ervan uit gaat dat golf van erg jong tot heel oud kan worden gespeeld, dan toont deze studie een brede variëteit aan gezondheidsvoordelen voor mensen van alle leeftijden."

MOTIVEREN

De website www.golfandhealth.org is een voortvloeisel van de studie en het werk van Murray's afdeling. Op de site en via het twitteraccount @GolfandHealth is materiaal te vinden dat clubs en banen kunnen gebruiken om golfers te wijzen op de voordelen van fysieke activiteit in het algemeen en golf in het bijzonder op heldere en inzichtelijk wijze. Deze infographics kunnen ook helpen om niet-golfers en sceptici te informeren over de voordelen van het spelen van golf.







Gezondheid


Golf is goed voor de mentale gezondheid
Je verbrandt lopend ongeveer 1200 kcal per ronde. In een buggy 600 kcal
Golf geeft je de mogelijkheid om in contact te komen met mensen van alle leeftijden
Golf wordt wel beschouwd als een holistische sport
Lichamelijke activiteit vermindert het risico op diabetes met 30-40%
Een ronde golf van 18 holes is ongeveer 10.000 stappen

Voorkom financiële verrassingen

De grote uitgaven: hoe gaat u ze betalen?

Als bestuurder, eigenaar of manager van een golfbaan wordt u af en toe geconfronteerd met grote uitgaven. Het kan het niet anders dan dat u zich dan afvraagt: Hoe gaan we dat betalen?



Wat zijn grote uitgaven?
Allereerst zijn er natuurlijk de *initiële investeringen* in de golfaccommodatie: de grond, de aanleg van de golfbaan, het clubhuis/restaurant, de oefenfaciliteiten en alle bijkomende zaken zoals inrichting. Na het in gebruik nemen van de accommodatie kunnen er *uitbreidingsinvesteringen* plaatsvinden zoals extra holes, een par-3-baan, extra oefenfaciliteiten, mooier clubhuis, etc. Als een golfaccommodatie een bedrijf zou zijn, zouden uitbreidingen plaatsvinden omdat die de productiecapaciteit (mogelijkheid om geld te verdienen) verhogen. In de sportomgeving, waarin leden veelal bepalen wat er gebeurt, zijn dit vaak zogenoemde nice-to-have-investeringen, gewoon zaken om het voor de bestaande golfers leuker te maken. Tot slot zijn er ook *vervangingsinvesteringen* nodig, investeringen om bestaande verouderde of niet meer functionerende zaken te vervangen.

De golfbaan 'in stand' houden
Een gedeelte van deze vervangingsinvesteringen heeft betrekking op de aanleg van de golfbaan. Hoewel het (vooral fiscale) idee nog wel kan bestaan dat er op grond niet wordt afgeschreven, en er dus geen waardedaling plaatsvindt, is het toch nodig om anders naar het productiemiddel golfbaan te kijken. Om uw verdiencapaciteit in stand te houden, moet u rekening houden met achteruitgang van elementen van uw golfbaan. Het meest voor de hand ligt hierbij te denken aan beregenings- en drainagesystemen, maar ook afslagplaatsen en greens hebben meer nodig dan regulier onderhoud om de kwaliteit (of verdiencapaciteit) in stand te houden. Naast de technische veroudering van de golfbaan kan er ook sprake zijn van economische veroudering; het kan immers zijn dat er (grote) veranderingen nodig om te voldoen aan de veranderende vraag van golfers. Bijvoorbeeld het aanpassen van de routing om kleinere lussen (golfrondes van zes holes) te maken of het

IDEALITER...

- zijn in de jaarlijkse exploitatiekosten alle kosten meegenomen, ook die van groot onderhoud en benodigde investeringen.
- zijn er geen grote fluctuaties in jaarlijkse fees van leden en greenfees omdat er op lange termijn inzicht is in de kosten.
- komen golfbaanmanagers/bestuurders niet voor onverwacht grote uitgaven te staan omdat die regelmatig worden besproken. En omdat de grootste uitgaven in de administratie zijn opgenomen.
- zijn grote uitgaven niet afhankelijk van ad hoc goedkeuring in een Algemene Ledenvergadering maar onderdeel van een weloverwogen investerings- en onderhoudsplan.
- worden grote uitgaven gefinancierd door te sparen (via overschotten, afschrijvingen en het vormen van voorzieningen) of door het aangaan van leningen die middels overschotten of afschrijvingen kunnen worden terugbetaald.

meer toegankelijk maken voor golfers met een handicap 54-36. Of een zeer relevant maatschappelijk thema, het meer duurzaam (moeten) maken van de golfbaan en het onderhoud. Bij machines wordt wel van economische veroudering gesproken als er nieuwe beschikbaar zijn die het productieproces efficiënter (goedkoper) maken. Investering in deze machines betekent dan wellicht een extra afschrijving (kostenpost) op de oude machines, maar ook een voordeel op de langere termijn. Dit is te vergelijken met investeringen in duurzaamheid; ook hier zal het vaak zo zijn dat de kosten voor de baten uitgaan. Duurzaamheid in onderhoud vraagt immers om een goede aanpak van de basis, zoals de bodem en het gras.

Hoe betaalt u grote uitgaven?

In het ideale geval zijn investeringen in onze golfaccommodatie gefinancierd volgens de zogenaamde gouden balans- en gouden financieringsregel: de financieringsvorm is zoveel mogelijk afgestemd op de looptijd van de activa. En we kunnen leningen aflossen met geld dat 'gespaard' is door het afschrijven op investeringen. Waarschijnlijk wordt er niet afgeschreven op de golfbaan (grond en aanleg), met uitzondering van het beregenings- en drainagesysteem. Om toch rekening te houden met de kosten van het in stand houden van de golfbaan kunt u een onderhoudsbegroting opstellen voor dertig jaar. Jaarlijks kan op basis van deze begroting een bedrag (ten laste van het resultaat) worden toegevoegd aan de onderhoudsvoorziening. Elk jaar kan worden bepaald welke kosten behoren tot het 'normale' onderhoud en welke kosten ten laste van de onderhoudsvoorziening komen. Tevens kan elk jaar worden bekeken of de onderbouwing van de voorziening nog aanpassing behoeft, waarbij zowel naar de technische als de economische veroudering wordt gekeken. In de jaarlijkse begroting (exploitatie) worden zo de meeste grote toekomstige uitgaven al meegenomen. Als er daarnaast nog een beoordeling plaatsvindt van betaalbaarheid/financierbaarheid van nodige of gewenste uitbreidingsinvesteringen is het ideale plaatje rond.



- Diverse factoren kunnen een rol spelen bij de beslissing greens te vervangen: accumulatie van de lagen aan de oppervlakte van de originele constructie, de wens om over te stappen naar nieuwe grassen of uit architectonisch oogpunt.
- Bunkerdrainagebuizen worden doorgaans vervangen als het het zand vervangen wordt. Als de machines er toch zijn voor het zand kunnen die ook de pijpen in één moeite door vervangen.
- Als er nieuwe, betere grassen op de markt komen, kan het verstandig zijn de oude te vervangen.
- Bij paden wordt er van uit gegaan dat er voortdurend onderhoud nodig is vanaf 1 à 2 jaar na de aanleg.

Bron: http://asgca.org/images/stories/publications/qa-life-cycle.pdf

STERN

ÉÉN MET DE NATUUR



Als duurzaamheidspartner van de Nederlandse Golf Federatie en Vogelbescherming Nederland geeft Stern om de natuur. Daarom promoten wij milieuvriendelijk rijden met de 100% elektrische Nissan LEAF, al vanaf € 369 per maand ex. BTW. Daarmee bent u bewust met de natuur bezig én profiteert u van een lage bijtelling van slechts 4% .

Benieuwd of uw golftas erin past? Kijk dan op stern.nl/golf

Enthousiaste duurzaamheidspartner van de NGF en Vogelbescherming Nederland.

Kijk voor meer informatie en onze voorwaarden op de actiepagina stern.nl/golf.

STERN | *mobility matters*

Nieuwe leidraad: ‘Wegwijs in contracten’

Het is natuurlijk fijn om te kunnen zeggen dat u voor juridische zaken uw mensen heeft of inhuurt. Echter in deze tijd wordt er meer gevraagd van moderne bestuurders en managers. Het is aan u om de kritische vragen te stellen over uw (nieuwe) overeenkomsten en om uw ‘deskundigen’ scherp te houden, en het is aan u om erop toe te zien dat uw wensen en intenties goed op papier, in uw contracten, worden verwoord.

In de golfsport, waar verschillende partijen op een golfaccommodatie samenwerken en diensten verlenen, worden diverse overeenkomsten met elkaar aangegaan. Golfprofessionals maken gebruik van de oefenfaciliteiten en verlenen diensten aan golfers en aan de golfvereniging, horecaondernemers huren ruimte bij de golfbaanexploitant, de golfvereniging en exploitant leggen onderlinge afspraken vast, onderhoud wordt uitbesteed, en ga zo maar door. In de huidige golfmarkt waarin oude verdienmodellen soms niet meer lijken te werken en samenwerking hard nodig is, zijn oude overeenkomsten wellicht niet meer werkbaar. Of misschien maakt verandering in wetgeving, zoals de nieuwe wet deregulering beoordeling arbeidsrelaties (DBA), het nodig om uw overeenkomsten te herzien. Als bestuurder, ondernemer of manager komt u er niet onderuit: u zult af en toe een overeenkomst (moeten) afsluiten.

Wie stelt zo’n overeenkomst op?
Omdat het opstellen van een overeenkomst geen dagelijkse bezigheid is voor de meeste ondernemers (en meeste mensen), laten velen het opstellen over aan deskundigen, de juristen. Een overeenkomst is echter meer dan een juridisch document. In een overeenkomst kunt u overwegingen voor samenwerking benoemen, gewenste resultaten definiëren, elkaars rechten en plichten vastleggen en elkaars risico’s benoemen en verminderen. De eerste aanzet voor een overeenkomst zult u, samen met uw contractpartij(en), dus zelf moeten zetten; het zijn immers uw wensen en risico’s. De rol van juridisch deskundigen is om ervoor te zorgen dat de inhoud zo wordt vastgelegd dat het niet strijdig is met de wet en dat partijen niet voor onaangename verrassingen kunnen komen te staan.

Een leidraad ter ondersteuning
Met de nieuwe leidraad *Wegwijs in contracten* die in de tweede helft van 2017 uitkomt, bieden we onder andere inzicht in wat er kan worden vastgelegd. Dit doen we door de verschillende overeenkomsten binnen de golfwereld te beschrijven, alsmede de onderwerpen en stappen om tot een goede overeenkomst te komen. Verder geven we informatie over wetten waaraan u zich moet houden, en de risico’s die u kunt lopen door wettelijke rechten en plichten. En natuurlijk geven we enkele voorbeelden van overeenkomsten binnen de golfwereld. De nieuwe leidraad is een vervolg op de *Quick Scan Contracten* een vragenlijst voor het bestuur en management om alle relevante contracten, relaties en partijen, inzichtelijk te maken.

Vragen?
De nieuwe leidraad *Wegwijs in contracten* wordt door NGF Zakelijk en Arno Ploeg (van Advocatenkantoor Ploeg) opgesteld. Als u hierover vragen heeft of over uw huidige contracten, dan kunt u contact opnemen met zakelijk@NGF.nl.



In de Quick Scan Contracten kunt u alle relaties inventariseren die er zijn tussen u en de partijen waarmee u samenwerkt.

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**

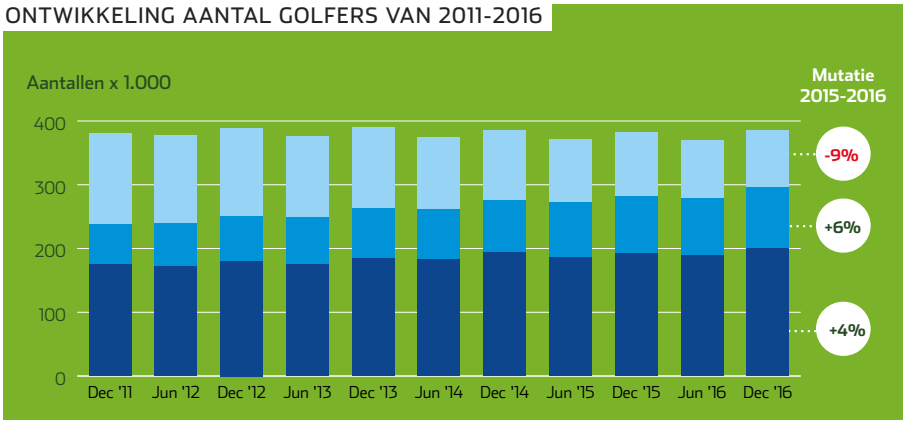
RICOH
imagine. change.



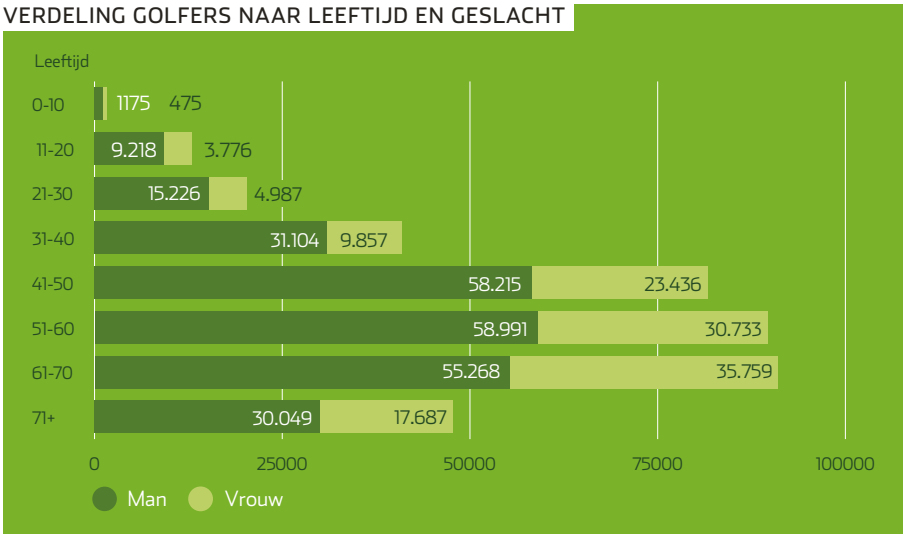
NGF GOLFMARKT DASHBOARD

Op 31 december 2016 waren er 381.584 geregistreerde golfers, een kleine 1% meer dan een jaar geleden. Dit cijfer is correct maar de NGF ziet dat clubs steeds vaker pas na 31 december ledenmutaties verwerken. Hierdoor laat het aantal geregistreerde golfers per 1 maart 2017 (368.255) een daling zien ten opzichte van het einde van het jaar, maar het komt wel in de buurt van het aantal per 30 juni 2016 (369.387). Hieruit kunnen we voorlopig concluderen dat het aantal golfer nagenoeg gelijk lijkt te zijn gebleven. Het sluiten van de St. Golfsport (beleidsbesluit) laat nog steeds de gewenste, dalende trend zien en veel van de aangesloten golfers vinden hun weg naar golfclubs met of zonder homecourse.

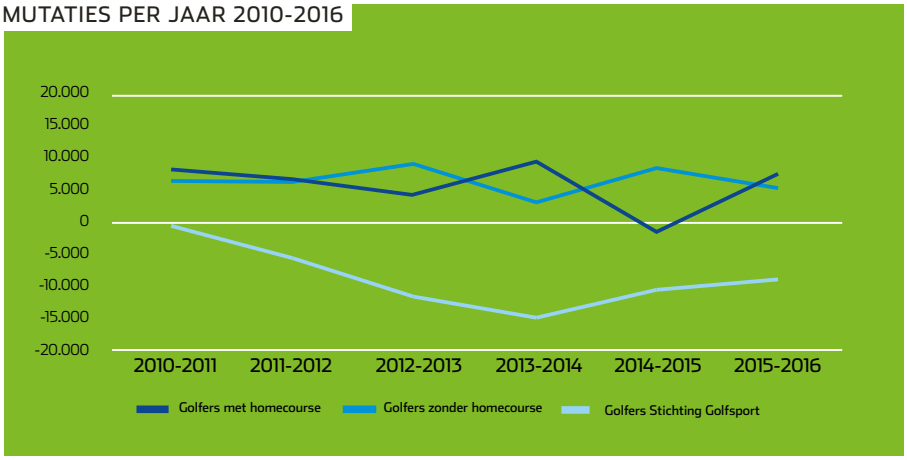
ONTWIKKELING AANTAL GOLFERS VAN 2011-2016



VERDELING GOLFERS NAAR LEEFTIJD EN GESLACHT



MUTATIES PER JAAR 2010-2016



381.584

geregistreerde golfers in Nederland op 31-12-2016

Mutaties 2015-2016

(Peildata 31-12-2015 en 31-12-2016)

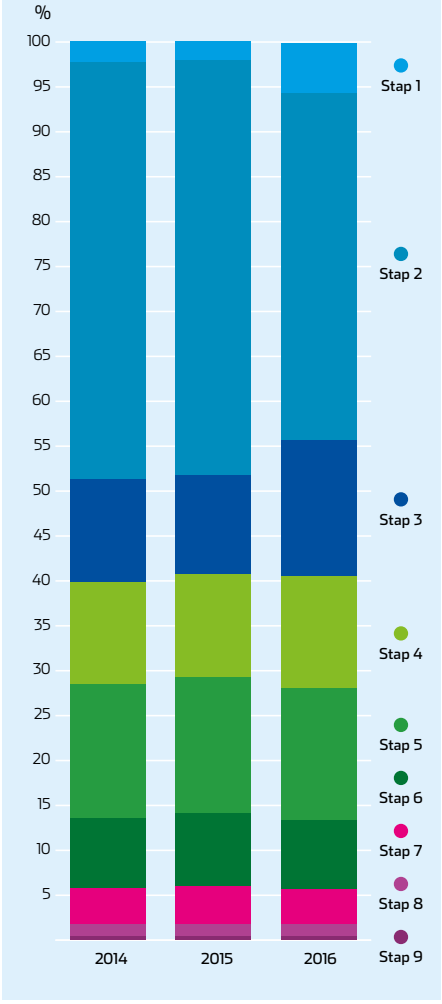
Golfers met homecourse	+4% ↑
Golfers zonder homecourse	+6% ↑
Golfers Stichting Golfsport	-9% ↓
TOTAAL	+1% ↑

Legenda

De vermelde categorieën zijn:

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

ONTWIKKELING 9-STAPPENPLAN 2014-2016





TEKST **MARI TRINI HERMOSO** | FOTO **KOEN SUYK**

Stern is geen vreemde vogel op de golfbaan

Er leven allerlei vogelsoorten op golfbanen. Gelukkig, want ze zijn belangrijk voor het karakter van de baan en geven een unieke beleving. En hoe meer vogels, hoe beter de natuur ervoor staat. Als onderdeel van haar duurzaamheidsprogramma werkt de NGF al een aantal jaren samen met Vogelbescherming Nederland om de vogelpopulatie te verbeteren. Sinds 2016 is steeds vaker de Stern gesignaleerd... in een rood-witte variant. Het is het beeldmerk van het autoconcern Stern, partner van zowel Vogelbescherming Nederland als de NGF.

Als een drie-eenheid staan Vogelbescherming Nederland, de NGF en Stern voor het beschermen, in stand houden en laten groeien van de vogelpopulatie. Naast het programma 'Committed to Birds' dat gericht is op golfbaanbeheerders, is het nu tijd om golfers meer bewust te maken van het belang van vogels op en rond de baan. Immers, golfers zijn al gek op birdies!

STERN BIRDIERANKING

Om golfers te inspireren en te motiveren, is er sinds kort de Stern Birdieranking. Deze houdt bij hoeveel birdies een golfer maakt in qualifying ronden. Voor elke birdie krijg je één punt. Ook eagles en albatrossen worden beloond, met respectievelijk drie en vijf punten. Elke maand wordt de top tien bekendgemaakt; de tien golfers met de meeste punten winnen leuke (vogelvriendelijke) prijzen. Hoe het precies werkt? Golfers melden zich aan via hun NGF-nummer op de app GOLF.NL (te downloaden in de App Store of via Google Play) en zien daar alle resultaten van hun qualifying rondes. Op basis van deze gegevens worden de rankings gemaakt ten opzichte van hun vrienden, de leden van hun club, de inwoners van hun woonplaats en provincie en van alle golfers in Nederland. Ook zie je hoe goed je het doet ten opzichte van andere golfers van jouw leeftijd en geslacht en in jouw handicapcategorie (verdeeld naar het 9-Stappenplan van De Golf Academie). Maandelijks krijgt de golfer in de tijdlijn te zien hoe hij of zij de ranking heeft afgesloten.

NATIONALE VOGELWEEK

Niet alleen golfers, ook clubs ontmoeten Stern vaker op de baan, bijvoorbeeld bij de uitreikingen van het GEO-certificaat. Bovendien worden tijdens de Nationale Vogelweek 2017, die plaatsvindt van



6 tot en met 14 mei, alle netto birdies die op een baan gemaakt worden, meegenomen in de Stern Birdieranking. Aan het einde van de week ontvangt de golfclub met de meeste birdies een cheque van 1000 euro die in de shop van Vogelbescherming Nederland kan worden besteed aan producten die bijdragen aan een gezonde vogelpopulatie.

BIRD WATCHTING DAY

In de Nationale Vogelweek organiseert Vogelbescherming Nederland allerlei excursies en activiteiten, in samenwerking met lokale vogelwerkgroepen, vrijwilligers en collega-natuurbeschermers. Iedereen krijgt de kans de meest bijzondere vogels in het wild te ontdekken. Zo ook op golfbanen tijdens de landelijke Bird Watching Day op 6 mei. Clubs en banen kunnen hieraan deelnemen en golfers en niet-golfers uitnodigen om onder meer vogels te komen tellen op de baan. Meer informatie vindt u op **www.birdwatchingday.nl**.

STERN

Sinds 2002 ondersteunt Stern Vogelbescherming Nederland via specifieke projecten die bijdragen aan verbetering van de leefomgeving van sterns in Nederland. Sinds vorig jaar is het bedrijf ook partner van de golfsport. Stern is een van de grootste automotiveconcerns in Nederland en marktleider op het gebied van automobiliteit. Het beursgenoteerde bedrijf vertegenwoordigt toonaangevende automerken en is in toenemende mate actief op het gebied van financiële en andere mobiliteitsdiensten. Stern stelt zich tot doel de meest gewaardeerde en aanbevolen mobiliteitspartner van Nederland te worden.



"Wat wij vandaag doen, bepaalt de toekomst"

Paul Baumann is voorzitter van de 25-jarige Golfclub 't Zelle waar al vroeg slim werd ingespeeld op de veranderingen in de golfwereld. Zo kent het in 2014 geïntroduceerde 9-holeslidmaatschap voor de 18-holes wedstrijdbaan inmiddels driehonderd trouwe leden.

PAUL BAUMANN | LEEFTIJD 64 | FUNCTIE Voorzitter Golfclub 't Zelle| HANDICAP 13,7 | WOONPLAATS Doetinchem | MOTTO Groen, goed en gastvrij!

TEKST EN BEELD **BERT VAN DER TOORN**

MOETEN GOLFCLUBS VERANDEREN? "Absoluut! Bedrijven aarzelen met bedrijfslidmaatschappen en sponsoring, spelers kiezen vaker voor handicapregistraties en blijven liever 'vrij' en er wordt steeds vaker voor een 9-holesronde gekozen. Eén ding is zeker: de golfmarkt is aan het veranderen en golfclubs staan onder druk. Mensen calculeren meer, qua geld en tijd. De gemiddelde leeftijd van clubleden wordt steeds hoger. Wat wij vandaag doen, bepaalt de toekomst! Als de behoefte van de markt verandert, moet je daar op inspelen."

HOE DOEN JULLIE DAT? "In 2005 zijn we van negen naar achttien holes gegaan. We hebben er gelijk negen, kwalitatief hoge, par-3-holes bij laten aanleggen. In 2014 hebben we besloten om een 9-holeslidmaatschap voor onze 18-holeswedstrijdbaan te maken. Inmiddels zijn er ruim driehonderd trouwe leden die dit abonnement hebben verkozen boven een 18-holesabonnement."

DAN RAAK JE TOCH INKOMSTEN KWIJT? "Je had die driehonderd leden ook kwijt kunnen raken. Ze maken de keuze om redenen van leeftijd, gezondheid en tijd en om geld in combinatie met leeftijd. Het werkt ook de andere kant op. Voor golfers die een lidmaatschap hebben voor onze par-3-baan - wij noemen het liever shortgolf, dat is begrijpelijker voor niet-golfers - is de overstap naar de wedstrijdbaan door het 9-holesabonnement kleiner geworden. Wij zijn de afgelopen twee jaar, mede door deze aanpassingen, netto met zestig leden gegroeid, onder wie veel werkende mensen."



"Wij zijn de afgelopen twee jaar, mede dankzij aanpassingen, netto met zestig leden gegroeid"

HEEFT EEN GOLFVERENIGING NOG WEL MEERWAARDE VOOR EEN BAAN? "Mensen zoeken van nature toch aansluiting, ze willen afspreken met 'soortgenoten' en bij een vereniging kan dat uitstekend. Als we naar onszelf kijken: we hebben ongeveer 5.000 greenfeespelers per jaar maar er worden 35.000 tot 40.000 ronden gespeeld. Zonder club zouden we de greenfee-inkomsten flink moeten verveelvoudigen. Wij zitten nu op ongeveer 900 leden plus 110 handicapregistratieleden."

HOE STIMULEREN JULLIE JONGEREN NAAR 'T ZELLE TE KOMEN? "Sinds 2016 mag iedere jeugdspeler (tot en met 21 jaar) met een EGA-handicap voor tien euro bij ons spelen. Hiermee haal je een drempel weg voor jonge mensen die af en toe op je baan willen golfen. Verder hebben wij sinds 2017 het studentenlidmaatschap vervangen door een jongvolwassenenlidmaatschap. Van 18 tot 26 jaar betaal je 220 euro per jaar voor onbeperkt speelrecht, ook als niet-student. Stel verenigingen maar eens de vraag hoeveel leden ze nu hebben tussen de 21 en 35 jaar. Dat zijn wel je golfers voor de toekomst!"

KENNEN JULLIE DE BEHOEFTEN VAN JULLIE LEDEN? "We vragen de leden, onder wie 150 vrijwilligers, stelselmatig mee te denken en we willen starten met enquêtes. Als leden opzeggen, vragen we naar de reden(en). Voor nieuwe leden houden we speciale bijeenkomsten en we proberen deze te combineren met inloopdagen voor hoge handicappers. Als op die dagen ook bestuursleden aanwezig zijn, kunnen er over en weer vragen worden gesteld. Zo krijg je inzicht in wat er speelt. Verder hebben we in ons programma 'Boeien en Binden' vijftig items benoemd die we stapsgewijs oppakken. Soms scoor je met zo'n item, soms ook niet."

HOE ZIET GOLF ER OVER TWINTIG JAAR UIT? "Als we niks doen, is het niet in stand te houden. Het wordt door het verbod op bestrijdingsmiddelen moeilijker de baan goed te onderhouden. Kunstgras zou een optie kunnen worden! Clubs moeten groeien om golf betaalbaar te houden. Je moet mensen stimuleren vaker te komen. Er ligt hier nu sneeuw, maar de horeca is open, voor wandelaars. Toegankelijkheid is echt belangrijk, iedereen moet zich welkom voelen. Als je dit ook goed kunt uitdragen aan je leden, dan zal zo'n zeventig procent van je nieuwe leden gegenereerd worden door je bestaande leden."

AMBITIES?
"Over tien jaar nog steeds een mooie, gezonde golfclub hebben en de beste in de Achterhoek zijn."





PRO/SL™ THE PLAYERS' SPIKELESS



Acushnet Nederland Bv • Heibloemweg 3, 5704 BS Helmond

www.footjoy.co.uk



TRENDS IN TECHNOLOGIE

Appification

Eén op de drie Nederlanders (4,1 miljoen mensen van zestien jaar of ouder) gebruikt elektronische hulpmiddelen zoals apps, activity trackers en smartwatches bij sport en bewegen. De technologie vervult een rol in het stimuleren van sporten en bewegen, in het voorkomen van blessures en het vergroten van het sportplezier.

Er zijn natuurlijk ook golfapps met informatie over de baan, ontspanningsoefeningen en tips voor de clubkeuze. Uiteraard kunnen golfers ook gebruikmaken van de app Golf.nl waarmee zij hun prestaties kunnen delen, de handicap kunnen registreren en baaninformatie krijgen.

Paul Hover van het Mulier Instituut deed onderzoek naar de ontwikkelingen in de Nederlandse samenleving. Drie trends zullen volgens experts de toekomst van sportapps en andere elektronische hulpmiddelen voor sport beïnvloeden. Welke dit zijn, kunt u in het volledige artikel lezen op www.sportnext.nl met zoekwoord apps.



TEKST: **JACO SCHIPPERS** | BEELD: **KOEN SUYK**

MET TEAMS DE BAAN IN MAAKT GOLF NÓG LEUKER

Golf geen teamsport?

Golfen in een team. Voor veel (potentiële) nieuwkomers kan dat het plezier in de sport enorm vergroten. Maar wat zijn de mogelijkheden? De club kan verschillende sociale spelvormen voor het voetlicht brengen om beginners te stimuleren en enthousiasmeren.

Veel mensen die de golfsport nauwelijks kennen, denken dat het een individuele sport is. Op tv gaat het immers altijd om de prestatie van de individuele speler en als nieuwkomer ben je zelf verantwoordelijk voor het halen van je handicap-54-registratie en het verlagen van je handicap. Cijfers van de Nederlandse golfmarkt (bron: NGF 2016) duiden er echter op dat van alle golfers nog geen vijf procent (15.000) individueel wekelijks competitie speelt. Er blijkt, ook in golf, behoefte aan sociaal sporten. Hier ligt voor clubs, banen en professionals dus een enorme kans om beginnende, hoge-handicapgolfers te laten kennismaken met andere spelvormen die golf zo leuk maken. Als we niet in staat zijn te laten zien welke 'sociale' spelvormen er allemaal zijn, houden we het imago van golf als individuele sport in stand en is het logisch dat nieuwkomers die graag met anderen willen samen spelen, afhaken.

EINDELOOS VEEL VARIATIES

Maar welke sociale spelvormen zijn er? En wat maakt die zo leuk? Op de basisvormen strokeplay en matchplay is het aantal variaties eindeloos. We focussen ons hier op vijf eenvoudigere spelvormen waaraan iedereen, ongeacht niveau, kan deelnemen én die een grote succesfactor hebben. Daarnaast houden we rekening met het belangrijkste doel: het stimuleren van met plezier spelen in teams, tegen of met elkaar.

HOE NU VERDER?

Het bedenken van uitdagende en socialere spelvormen is één ding, maar wanneer introduceert u dit en hoe brengt u ze onder de aandacht van (nieuwe) leden? En hoe zorgt u dat dit structureel een plek krijgt in de hele vereniging? De NGF heeft met Alexander Renders en Floris van Imhoff twee specialisten in huis die uw club graag een-op-een komen ondersteunen bij dit onderwerp. Denk hierbij aan hulp bij het opzetten, verder ontwikkelen en promoten van een aantrekkelijke wedstrijdkalender op de club.

Meer informatie en vragen? Stuur een mail naar alexander.renders@ngf.nl of floris.vanimhoff@ngf.nl.

NIEUWSGIERIG?

Naast de hier genoemde spelvormen staan er nog veel meer op www.golfmeester.nl of www.gerritspeek.nl. Of bestel het boek '100 en 1 golfspelletjes' op www.golfboeken.nl.

SPELVORMEN IN GOLF



AMERIKAANTJE

Er zijn per hole zes punten te verdelen. De beste op een hole krijgt vier punten, de tweede twee punten. Bij een gelijke score worden de punten verdeeld. Iedere hole maak je dus opnieuw kans op punten. Amerikaantje is uitermate geschikt voor een vriendschappelijk partijtje golf met beginners die het Stableford-puntensysteem nog niet kennen. Met handicapverrekening kun je het ook met verschillende niveaus spelen.



STOKKENROOF

Twee partijen met één, twee of drie spelers slaan om de beurt. De partij die een hole wint, mag van de tegenpartij een stok afnemen of een eerder verloren stok terugpakken. Als een partij nog maar één stok heeft, mag die niet meer worden afgenomen.



VLAGGENWEDSTRIJD

De Vlaggenwedstrijd kan je zowel individueel als in teams spelen maar is vooral leuk om met een grote groep te doen. Hierbij is de handicap van de spelers belangrijk. Een speler met bijvoorbeeld handicap 24 krijgt op een par-72-baan 96 slagen (72 + 24). Nadat de speler 96 keer heeft geslagen, steekt hij zijn vlaggetje in de grond waar de bal op dat moment is. Degene met de vlag die het verst is geplaatst, heeft gewonnen. Het kan zijn dat spelers op hole 16 al klaar zijn of door moeten naar de 19de of zelfs 20ste hole.



TEXAS SCRAMBLE

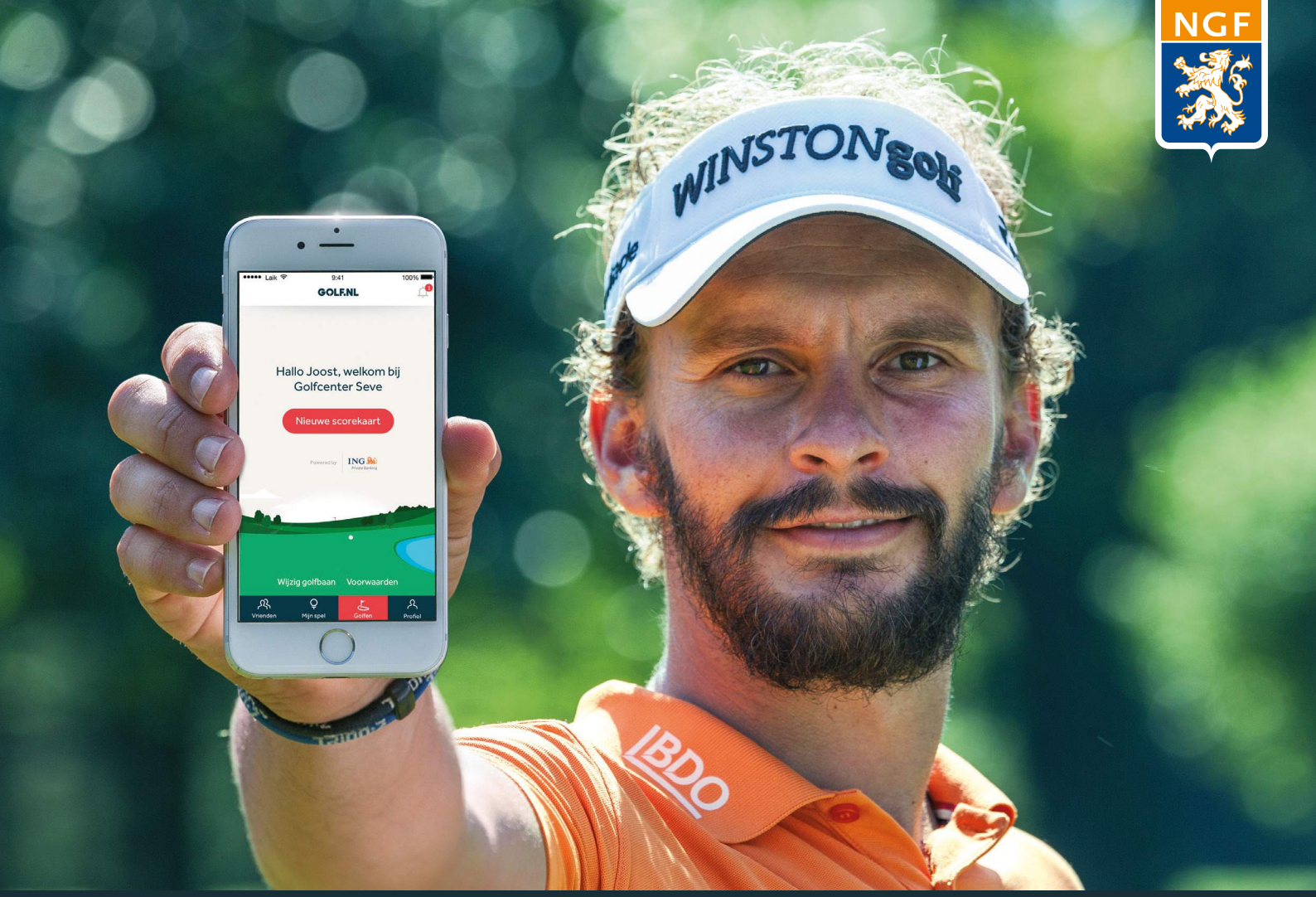
In teams van drie of vier spelers ga je de baan in. Alle spelers slaan iedere hole af, vervolgens kiest het team de beste bal om mee verder te spelen. Vanaf daar slaan alle spelers met hun eigen bal verder en dan wordt weer de beste bal gekozen. Zo verder tot er is uitgeholed. Je zou als regel kunnen toevoegen dat per hole van elke speler een keer een bal gekozen moet worden. Zo moet je als team dus na iedere slag tactisch bepalen welke bal je speelt. Per hole krijg je één teamscore.

Omdat je telkens met de beste bal verder speelt, is dit een relatief snelle spelvorm en iedereen in het team is belangrijk. Een leuke, in Nederland nog vrij onbekende variatie op Texas Scramble is Chambles. Hierbij slaat ook iedereen af en kiest het team de beste bal om mee verder te spelen. Vanaf dat punt speelt iedereen individueel Stableford en worden de twee beste score genoteerd. Omdat iedereen start vanaf een goede afslag, gaat het vrij snel en kan de speler met de hoogste handicap weleens je beste speler worden.



TOUWTJESWEDSTRIJD

De spelers in het team krijgen ieder een stuk touw mee met de helft van zijn of haar handicap in meters. Dus bijvoorbeeld bij handicap 24 twaalf meter. Dit mag hij of zij, in overleg met teamgenoten, overal gebruiken ter verbetering van zijn ligging, ook dichter bij de hole. De lengte van het touw om bijvoorbeeld uit een bunker te komen of een putt te holen, moet hij van de twaalf meter afknippen. Iedere meter van het touw kan maar één keer worden ingezet, dus goede tactiek is nodig!



Haal het maximale uit iedere slag met dé app voor golfend Nederland

Directe koppeling met golfvereniging

Vrienden uitnodigen en elkaar motiveren

Beloond worden voor geleverde prestaties

Ga naar golf.nl/app

iPhone Android

GOLF.NL

Powered by ING Private Banking



Duidelijke focus bij TEAM RAAK!

In drie stappen naar de golfbaan

In april 2016 werd RAAK! gelanceerd. Een aantal succesvolle evenementen en vruchtbare gesprekken met banen en clubs hebben geleid tot een nog duidelijkere focus voor 2017: maak een kind enthousiast voor golf in drie stappen. Golfclub Delfland is daar al mee bezig en Roel (11 jaar, links op de foto) vertelt hoe hij door de sport is gegrepen.

TEKST: **EEFJE KIEVITS** BEELD: **MILAN RINCK**

YEAH!

Golfclub Delfland is één van de clubs die zichtbaar profiteerden van de acties en inspanningen van RAAK! tijdens de Olympic Experience. Tijdens deze Experience konden bezoekers op het strand van Scheveningen samen naar de Olympische Spelen in Rio kijken en ondertussen allerlei sporten zelf uitproberen, waaronder golf. "We hebben via RAAK! drie nieuwe jeugdspelers gekregen", vertelt René van Wingerden, golfprofessional bij Delfland. Hoe kwamen die kinderen bij Delfland terecht?

Meer dan 12.500 overwegend Haagse kinderen bezochten de Olympic Experience en mochten daar gratis golfen. Er waren ruim zeshonderd kinderen die zich met oprechte interesse voor de sport hebben ingeschreven voor de RAAK!-nieuwsbrief. Niet veel later werden deze kinderen geattendeerd op een evenement bij Golfclub Delfland. Toen TEAM RAAK! hier kinderen zag rondlopen bij wie het zand bij wijze van spreken nog in de schoenen zat, waren de drie stappen duidelijk: interesse wekken door golf uit te proberen, attenderen op een leuke golfactiviteit en zelf spelen.



LAAGDREMPELIG

Delfland onderscheidt zich met een uniek concept dat goed aansluit bij de doelstelling van RAAK!, kinderen enthousiast maken voor golf. "Bij Delfland werken we met het pay-and-playprincipe", aldus Van Wingerden. "Dat houdt in dat spelers geen lid worden, maar wel lessen kunnen volgen en wedstrijden kunnen spelen. Dat werkt goed: we hebben al zo'n zes jaar een constant aantal jeugdspelers, ongeveer honderd." Vooral het laagdrempelige van het concept blijkt aantrekkelijk voor kinderen. "We hebben regelmatig open dagen voor de jeugd. Normaal gesproken stromen kinderen vanaf hun zevende in maar dankzij de Mini Kids Clubs die we in de zomervakanties organiseren, trekken we ook al kinderen vanaf vijf jaar aan. Tijdens die dagen wordt de techniek uitgelegd in de vorm van spelletjes. Het gaat dan vooral om de fun." Bij Delfland staat sporten in teamverband hoog in het vaandel. "We laten de kids in groepjes van zes tot acht trainen. En bij wedstrijden spelen zij in eerste instantie ook in teams. Verliest een kind een partij? Dan maakt hij of zij alsnog kans op een beker als de rest van zijn team beter presteert. Ideaal voor deze jonge doelgroep."

NIET WEG TE SLAAN

De eerste stap, het wekken van interesse voor golf, blijkt dus een heel belangrijke. Veel kinderen kennen de sport nauwelijks en weten niet hoe leuk golf kan zijn. Een eerste goede kennismaking kan grote gevolgen hebben. Daar weet Roel (11 jaar) alles van. Toen hij acht jaar was, nam de moeder van een vriendje hem mee naar de golfbaan. Toen hij en zijn vriendje mee mochten doen met een groepsles, was het liefde op het eerste gezicht. Sindsdien is hij niet meer van zijn Golfclub De Efteling weg te slaan. Edwin Klaasen, de vader van Roel, is zelf ook gaan golfen omdat zijn zoon het zo leuk vindt. "Samen golfen is het leukste wat er is, en het allermooiste van alles: hij heeft het zelf ontdekt. Vaak is het met de paplepel ingegoten, maar bij ons is het andersom gegaan. Zo zie je maar dat het ongelofelijk belangrijk is dat kinderen samen met vriendjes iets nieuws ontdekken. Dan is het cool. Als ík hem had meegenomen, had hij het vast super stom gevonden omdat alles wat papa en mama doen verre van stoer is, natuurlijk." Roel kijkt het meest uit naar de groepslessen, met minimaal zes kinderen. "Op zondagmiddag krijgen we les en dat is zo leuk, dat we vaak erna nog verder gaan oefenen met bijvoorbeeld chippen in een emmer. Ik ga niet naar huis, voordat het gelukt is."

VRIENDJES

Zijn klasgenootjes weten dat Roel golft en soms neemt hij een vriendje mee. "Ze zijn dan verrast dat ze uitgeput zijn na negen holes." De Efteling organiseert leuke activiteiten en Roel kan vaak genoeg iemand meenemen. Vorig jaar organiseerde de club nog een Golf Experience; SPOT, de mascotte van RAAK!, deelde twee weken van tevoren ter promotie flyers uit op het Raadhuisplein in Waalwijk en hij was ook aanwezig op het succesvolle evenement zelf. Wat de ambities van Roel zijn? "Zo snel mogelijk naar handicap 36 dan kan ik eindelijk mee doen aan de competitie."

› Meer informatie is te vinden op golfraak.nl of neem contact op met TEAM RAAK!: info@golfraak.nl en 030 - 242 63 70

HET RAAK!-AVONTUUR VAN EEN KIND

1 INTERESSE WEKKEN
De interesse voor de sport wordt gewekt op een groot basisschool- of sportevenement.

2 VRIENDJE VAN RAAK! WORDEN
Hij of zij wordt 'vriendje van RAAK!', ontvangt een eigen RAAK!-clubpas en wordt binnen de community - via de nieuwsbrieven en social media - gewezen op een clinic of open dag in de omgeving.

3 OP AVONTUUR
Met de RAAK!-clubpas kunnen de kids op avontuur door Nederland. Clubs en banen bedenken een aanbod voor hen om 'het bedje te spreiden'.

Zelf aan de slag met RAAK!: 10 tips & tricks

1 LAAT DE GOLFBAAN EVEN LOS

Sluit bijvoorbeeld aan bij de lokale stadsspelen, een evenement op een plein in de buurt of in het stadspark of maak een afspraak met de hockeyvereniging of andere sportclub. Confronteer de kinderen daar, op een onverwachte plek. Je zult zien dat zij verrast zijn hoe leuk golf eigenlijk is. Zorg ervoor dat er na deze kennismaking een goede follow-up is.

2 RAAK! PLUG & PLAY PAKKET

Golfbanen en -clubs kunnen op basis van beschikbaarheid gebruikmaken van een aantal onderdelen uit het RAAK!-funpark. De jongens en meiden die de dag begeleiden, bouwen het park op en ruimen het weer netjes op. Dit kan op de baan zelf, maar ook ergens anders (zie tip 1).

3 BESTEL HET RAAK!-MERCHANDISE PAKKET

(naast het Plug & Play pakket) en geef ieder kind iets mee naar huis. Als zij een leuke dag hebben gehad, laten zij alles trots zien aan hun ouders of hun vriendjes.

4 NIET VOORAF INSCHRIJVEN

Kinderen hoeven zich niet vooraf in te schrijven (dat is mogelijk een drempel voor ouders). Kinderen waaien aan en maken op een nieuwe manier kennis met de sport die zij wellicht weleens gezien hadden, maar nu zelf kunnen proberen.

5 ZOEK EXTERNE CONTACTEN

Ga in gesprek met basisscholen, buurtsportcoaches en combinatiefunctionarissen. Zij kunnen zorgen voor contacten met de juiste doelgroepen en wijzen op geschikte evenementen in de buurt.

6 JEUGDLEDEN ZIJN AMBASSADEURS

Laat uw bestaande jeugdleden klasgenootjes uitnodigen (bijvoorbeeld met de ansichtkaarten die worden meegestuurd in het RAAK!-merchandise pakket). Zij zijn de belangrijkste ambassadeurs van de sport en uw club!

7 GROEPSLESSEN EN CLINICS

Organiseer na een RAAK!-evenement een aantal weken later (of gewoon met een regelmaat van eens per maand) een aantal groepslessen of een clinic op de golfbaan zelf. Ga naar de kinderen toe om dit te promoten of biedt het aan tijdens het eerste contact elders.

8 WINNAARSBELEVING

Zorg dat een kind altijd iets kan winnen zodat hij dat met een brede glimlach aan zijn ouders, grootouders en vriendjes kan laten zien! Leg hiervoor de lat niet te hoog; de winnaarsbeleving van het kind is er al snel.

9 LEG EEN DATABASE AAN

Verzamel gegevens op de meegeleverde kaartjes in het merchandise pakket of zorg voor inschrijflijsten. De e-mail-adressen en namen van de kinderen verrijken de database van RAAK! en kinderen kunnen zo steeds geattendeerd worden op nieuwe acties en evenementen.

10 GEEF JEUGDLEDEN EEN ROL

Laat kinderen van uw club aansluiten bij de activiteiten en geef hun een rol. Zij kunnen een rondleiding geven, andere kinderen helpen, ranja inschenken en leuke goodies uitdelen. U kunt ook een koppel aanwijzen die live via Instagram en Snapchat - want daar zitten de kids zelf – verslag doen van de dag.



Foto: Ronald Speijer



"Mijn gevoel over golf is compleet veranderd"

De 44-jarige Patricia Huijberts moest na dertig jaar in de paardensport op zoek naar een andere sport. Golf was het laatste waar ze aan dacht, maar nu is ze verslaafd. Wat gaf de doorslag en hoe waren haar eerste ervaringen met de golfsport?

PATRICIA HUIJBERTS | LEEFTIJD **44** | BEROEP **Manager dienstencentrum bouwbedrijf** | HANDICAP **33** | WOONPLAATS **Waalre** | MOTTO**: Alles of niks!**

TEKST EN BEELD **BERT VAN DER TOORN**

HOE BEGON JE MET GOLF? "We waren op vakantie en daar zagen we een prachtige golfbaan. Toen we thuiskwamen lag er een lokaal krantje in de bus met daarin een aanbieding van BurgGolf Gendersteyn: vijf uur golfles voor 55 euro. Mijn man en ik wilden dat wel eens proberen. Al na het eerste lesuur waren we volledig verkocht. Zonder die aanbieding hadden we nooit de stap naar een golfbaan gemaakt."

WAT HAD JE DAN VERWACHT VAN GOLF? "Dat het echt een elitesport was die voor ons financieel niet haalbaar zou zijn. Ik dacht aan mensen met te grote auto's en huizen en met veel tijd over. Toen we hier aankwamen, zagen we gezinnen met kleine kinderen en 'vogels' van diverse pluimage die allemaal lekker met golf bezig waren."

WAT IS ZO LEUK AAN GOLF? "Ik had nog nooit gegolfd en heb ruim dertig jaar in de paardensport rondgelopen met daarnaast nog een fulltime baan. Door een blessure moest ik stoppen. Ik was daarna echt op zoek naar ontspanning en iets om je hoofd leeg te kunnen maken. Met golf ben je lekker buiten in een mooi gebied. Je hoeft alleen maar aan dat balletje en dat gaatje in de grond te denken, heerlijk!"

VOND JE GOLF MOEILIJK EN ZO JA, DEMOTIVEERT DAT? "Ik vind het nog steeds moeilijk, maar ik kan daar goed mee omgaan. Als er iets is misgegaan moet je dat direct vergeten en verder gaan. Ik kan een foute bal gelijk loslaten, mijn man heeft daar wat meer moeite mee. Je moet ook honderd procent bezig zijn met dat wat je doet. Je moet je hoofd echt leegmaken."



"De sport, het buitenzijn en de ontspanning zijn de verbindende factor"

HOE WAS DE ONTVANGST BIJ GENDERSTEYN DE EERSTE KEER? "Heel enthousiast en gastvrij. Het begon al bij de receptie waar we ons moesten melden en ook de golfpro was lekker enthousiast en gezellig. In het clubhuis was het druk. Het was geen stille zaal waar iedereen je aankijkt als je als vreemde binnenkomt. Gelijk die eerste dag was mijn gevoel over golf compleet veranderd."

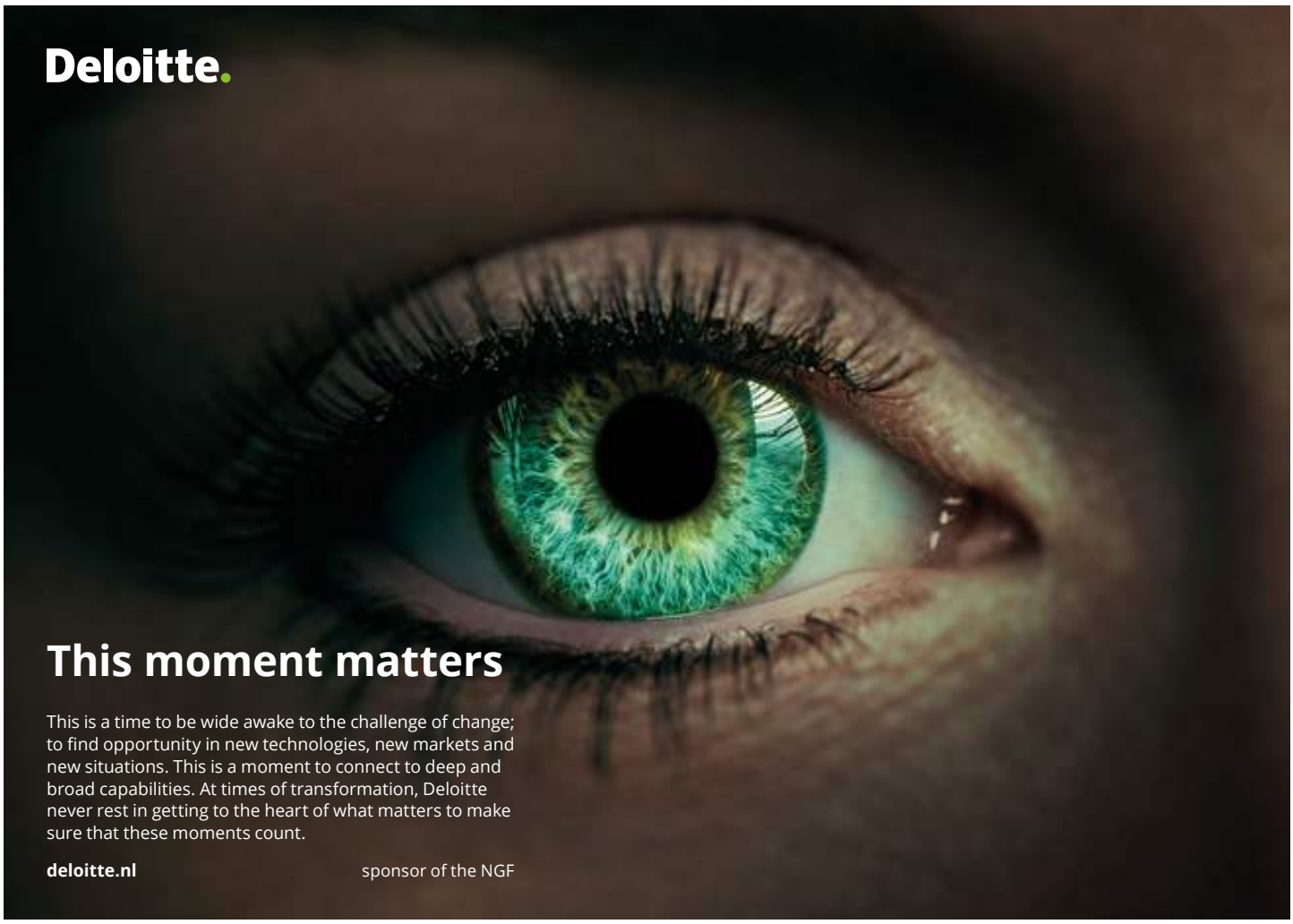
IS HET MOEILIJK JE AAN TE SLUITEN BIJ LEDEN? "Nee, je moet gewoon gelijk meedoen met wedstrijden. Er worden veel gezelligheidswedstrijden georganiseerd. Ik vond het de eerste keer wel heel spannend, met een lage handicapper de baan in. Ik was bang dat ze dat vervelend zouden vinden, maar de eerste keer dat ik meeliep met zo'n jongen won hij de wedstrijd. 'Normaal ben ik te gehaast, nu moest ik mijn rust pakken en sloeg ik veel beter', zei hij na afloop."

ALS JE GOLF VERGELIJKT MET DE PAARDENSPORT, WAT VALT JE DAN OP? "Zelf contacten zoeken is heel makkelijk op de golfclub want iedereen is gelijk. In de paardensport staan veel betweters langs de kant die hun 'kennis' niet onder stoelen of banken steken. Je moet daar je status verdienen. Tijdens ons eerste kerstdiner bij Gendersteyn kwam er achter ons een ouder stel zitten. De man begon gelijk met ons te praten en al snel hadden we de tafeltjes aangeschoven. Pas later hoorde we dat hij de oprichter van de golfbaan was. Dat geeft wel aan hoe open het hier is en dat het niet uitmaakt wie of wat je bent of hoe lang je golft. De sport, het buiten zijn en de ontspanning zijn de verbindende factor."

SPELEN JULLIE OOK OP ANDERE BANEN? "We zijn net via een actie overgestapt naar het nationale lidmaatschap van BurgGolf. Als een bestaand lid een nieuw lid aanbracht, kregen ze allebei een jaar lang een nationaal lidmaatschap voor de helft van het geld. Dat was snel geregeld natuurlijk! We hebben nog niet op andere banen gespeeld, maar dat gaat binnenkort wel gebeuren. Ook gaan we dit jaar naar mijn broer in Oostenrijk. De golfspullen gaan zeker mee."

GOED WORDEN IN GOLF OF LEKKER IN EEN SOCIALE OMGEVING? "Allebei! Het sociale aspect is super belangrijk, maar net als bij de paardensport is het bij mij alles of niks. Ik wil altijd het maximaal haalbare. Ik werd gek toen ik 19 ronden lang niet mijn handicap 44 wist te verlagen. We zijn toen naar een clubfitter gegaan en hebben allebei een gefitte set aangeschaft. Mijn handicap zakte gelijk! En ik blijf lessen, zo streberig ben ik wel."

Deloitte.



This moment matters

This is a time to be wide awake to the challenge of change; to find opportunity in new technologies, new markets and new situations. This is a moment to connect to deep and broad capabilities. At times of transformation, Deloitte never rest in getting to the heart of what matters to make sure that these moments count.

deloitte.nl sponsor of the NGF



Ik heb wel iets beters te doen dan rekeningen betalen.

Een AcceptEmail betaal je binnen 30 seconden.

Je administratie doen. Typisch zo'n klusje waar je geen zin in hebt. Terecht, het is ook veel te veel gedoe. Met AcceptEmail hoef je geen codes en bedragen over te typen, die zijn al ingevuld.

Sterker nog, je hoeft niet eens je papieren er meer bij te pakken. Een AcceptEmail betaal je namelijk gewoon direct vanuit je email. Ben je er meteen vanaf. Meer weten? Kijk op **acceptemail.com**

AcceptEmail
Maakt betalen van rekeningen simpel.



TEKST: **JAN KEES VAN DER VELDEN** | BEELD: **KOEN SUYK**

DE KRACHT VAN PLAYERS FIRST

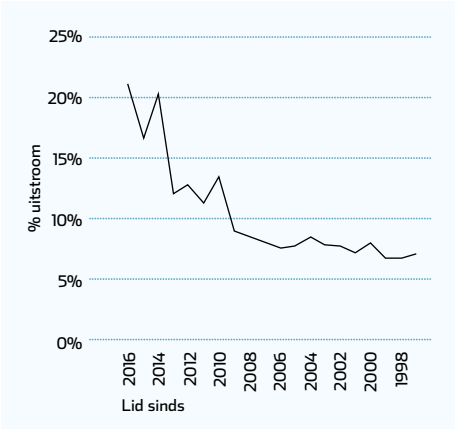
Precies weten wat er speelt

Golfclubs kunnen een goede bijdrage leveren aan een beter sociaal leven. Het zijn kleine gemeenschappen die sport en spel als een gezamenlijk kenmerk van de leden hebben. En als je als vereniging ook nog eens weet wat je (potentiële) leden willen, dan ben je op de goede weg.

Het is op zich verbazingwekkend dat van de ruim tweehonderd bij de NGF aangesloten clubs er niet meer dan zestig zijn die gebruikmaken van Players First. Met het van oorsprong Deens onderzoekssysteem kan eenvoudig en effectief worden gemeten hoe leden, nieuwe leden, vertrokken leden en gastspelers denken over tal van aspecten van de club en de baan. Zoals in de vorige editie van GolfMarkt werd gemeld, stellen NGF, NVG en PGA de enquêtes voor nieuwe golfers en vertrekkende leden drie jaar lang gratis ter beschikking. Onderzoeken voor leden (500 euro per jaar) en greenfeespelers (300 euro per jaar) kunnen worden bijbesteld door clubs die meedoen aan Players First.

SOCIALE ELEMENT

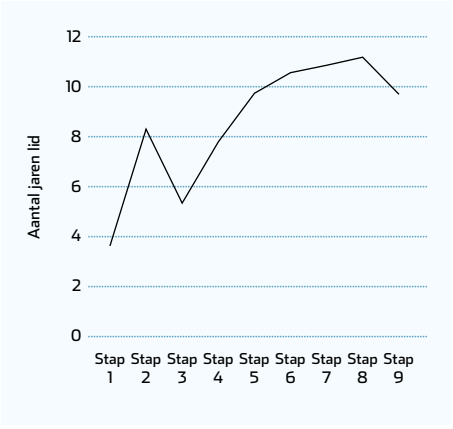
"Clubs en banen krijgen zo een zee aan informatie", aldus NVG-directeur Lodewijk Klootwijk in dat nummer. "Ze hebben met Players First een uitstekend inzicht in wat goed gaat en wat lager scoort. Precies wat je nodig hebt om je product te verbeteren. Heel belangrijk is dat de Nederlandse golfwereld nu een tool heeft waarmee we nieuwe golfers beter leren kennen en waarmee kan worden voorkomen dat ze snel afhaken en golf vaarwel zeggen." Dat laatste is een belangrijk aspect van het beleid dat de NGF, PGA en NVG voeren want de uitstroom vindt vooral in de eerste jaren plaats (zie volgende bladzijde, grafiek 1). Tijdens het begin dit jaar gehouden Nationaal Golf Congres toonden de meningen via Players First van nieuwe spelers aan dat elementen als 'ontvangst' en 'verenigingsleven' laag scoorden (grafiek 2). Het sociale element van de sport en het prestatieve deel vormen volgens de drie organisaties de basis voor een beleid dat golfers langer aan hun club bindt. "We hebben alle drie een eigen beleidsplan", aldus PGA-directeur Frank Kirsten. "Het is niet zo raar dat je in die drie plannen een rode draad kunt ontdekken. Die is gebaseerd op het gegeven dat mensen plezier aan golf, aan hun sport beleven."



Grafiek 1 - Uitstroom vindt vooral plaats in de eerste jaren (Uitstroom in 2016)



Grafiek 2 - Nieuwe spelers missen aansluiting



Grafiek 3 - Hoe lager de handicap hoe langer de golfer lid blijft

GEZAMENLIJKE AGENDA

Het is duidelijk dat de NGF en NVG met het 9-Stappenplan en de federatie met De Golf Academie aan dat spel-technische aspect op de goede weg zijn. Dat blijkt ook wel uit de cijfers van de NGF die aantonen dat naarmate een golfer in een hogere 'stap' zit, hij of zij langer lid is (grafiek 3). Het probleem met golf is dat het nu eenmaal een sport is die je niet een-twee-drie onder de knie hebt. En golf wordt leuker naarmate je het beter kan. Dan neemt ook het plezier dat je beleeft aan de sport toe, ontmoet je meer gelijkgestemden en zul je ook vaker les nemen, al dan niet in groepen.

"Daarom is het belangrijk dat de drie organisaties op dit gebied een gezamenlijke agenda hebben", aldus NGF-directeur Jeroen Stevens. "Golf heeft veel in zich om een aantrekkelijkere sport te zijn. Gezondheid, bewegen, natuurbeleving, duurzaamheid, sociale contacten zijn belangrijke zaken in het leven van de consument. We moeten er echter ook rekening mee houden dat gemeenschappen veranderen. Dat geldt ook voor golfclubs. Daarom is het goed als je weet wat er onder nieuwe en bestaande leden leeft, wat hen bindt. Maar ook het waarom van de vertrekkende golfer is van belang. Het zou mooi zijn als we met zijn allen de mensen die na één, twee jaar afhaken voor golf kunnen behouden." Met dat laatste probleem tobt ook de Deense Golf Federatie, een van de partijen die aan de basis stonden van Players First. Bij een recent bezoek aan Nederland vertelde Jonas Meyer, de man die verantwoordelijk is voor golfontwikkeling, hoe belangrijk het is dat de club verantwoordelijk is voor de nieuwe golfer tot het moment dat hij of zij zich thuis voelt. In Meyers ogen begint dat proces als iemand uit de omgeving van de club als greenfeespeler de baan in gaat. Dan geldt hij als een potentieel nieuw lid.

CONTINUE FEEDBACK

Nick Klaassen van Golfbaan Prise d'Eau is uiterst tevreden over Players First. De club deed mee met de pilot en inmiddels zijn er heel wat resultaten geanalyseerd. "Players First heeft ons geholpen om een aantal punten te verbeteren, om de binding met de leden te verstevigen", zegt hij. "Het grote voordeel is dat je de mening van veel meer mensen hoort; niet alleen van het relatief kleine deel dat veel speelt en meestal ook bij ledenvergaderingen aanwezig is. Dan zie je dat de wensen van hen en van beginnende spelers verschillen. Nieuwe golfers willen graag vaste lesgroepjes, variërend van vier tot twaalf spelers. En je merkt dat ze in zijn voor activiteiten die anders of zelfs of niet-golfgerelateerd zijn. Genoemd werden onder andere instuiflessen, leuke avonden en muziekuitvoeringen. Met Players First heb je een continue feedback, zie je waarop je als club of baan moet focussen en wat er goed en niet goed is. Het is bijvoorbeeld goed om te zien dat ook in de wintermaanden het clubhuis nagenoeg elke middag vol zit. Dat is een belangrijke factor als je het over het begrip gezelligheid hebt. Een belangrijk element voor leden en ook voor gastspelers."

BETER BEELD

Net als Prise d'Eau behoorde Golfbaan Sluispolder bij Alkmaar tot de *early adaptors* van Players First. "Opvallend", zegt manager Renate Groeleveld, "is dat mensen beter gebruikmaken van Players First dan van enquêtes die we in het verleden hielden. Een lid van de club zei mij dat hij de indruk had dat we "toch niets met de uitkomsten deden". Nu werden er via Players First zaken genoemd die nooit eerder voor het voetlicht kwamen. Er zaten suggesties bij waar je meteen iets mee kon, zoals prullenbakken op de parkeerplaats. Dit systeem geeft je een goed beeld voor de korte termijn, maar uiteindelijk ook – als je het meerdere jaren hebt gebruikt – op de langere

DE CLUB ZONDER BAAN

"Binding? Ik zie ons echt als een voorportaal", zegt Igor Hoyng, directeur van ANWB Golf, die met bijna veertigduizend leden verreweg de groots golfclub van Nederland is. "Elk jaar krijgen we zo'n zesduizend nieuwe leden en vertrekken er drieduizend. De helft is onvoldoende gegrepen door de sport en de andere helft is naar een club met een eigen baan gegaan." Ledenbinding heeft bij ANWB Golf een heel andere inhoud dan bij traditionele clubs. "Want natuurlijk zijn we een club die activiteiten voor zijn leden organiseert. Denk aan cursussen voor golfers die net handicap 54 hebben gehaald. Leuk, maar dan begint het pas. Wij willen mensen helpen om vervolgens echt te leren golfen. En de animo voor die lessen is er."

NET PROMOTOR SCORE

Een van de elementen van Players First die van grote waarde kan zijn: de Net Promotor Score. De NPS werd in het begin van deze eeuw ontwikkeld door een Amerikaanse marketingdeskundige en het is een simpele doch effectieve manier om de tevredenheid van de klant te meten. In feite komt het in golf neer op de volgende vraag: in welke mate zou u deze golfclub of -baan aanbevelen bij vrienden, familie of collega's? De respondent maakt een keuze op een 11-puntenschaal: 0-6 worden criticasters genoemd, mensen die 7 of 8 kiezen, zijn passief tevreden. Een 9 of 10 geeft aan dat het promotors zijn. De eerste NPS-ervaringen met Players First werden gepresenteerd tijdens het Nationaal Golf Congres: in vergelijking met de Scandinavische landen – die al langer met Players First werken – scoorde Nederland lager. Geen wonder dat de NGF, NVG en PGA Holland voor 2017 als doelstelling hebben om de NPS tien procent te laten stijgen. Belangrijke meetellende elementen voor de Net Promotor Score in golf zijn de baan, het management, informatievoorziening, prijzen, producten en het clubleven.

> "Sinds we meerdere soorten lidmaatschappen hebben, is er weer sprake van een positieve ontwikkeling"

termijn. We hebben nu een beter beeld of leden denken dat ze over een paar jaar nog lid zijn. Een vijfde van de nieuwe leden twijfelt. We hebben een medewerker die zich de hele week bezighoudt met wat er onder de leden leeft. Ze heeft veel contact met hen, ook telefonisch. Persoonlijke aandacht is heel belangrijk. Ik denk dat we op Sluispolder een leuk verenigingsleven hebben. Wat duidelijk is dat veel leden in en met vaste groepjes spelen."

DIFFERENTIATIE

Klantgericht denken. Dat staat centraal op Golfclub Midden-Brabant die ook kennisgemaakt heeft met Players First. Oprichter/eigenaar Joep Verheij is iemand die de goede tijd nog heeft meegemaakt. Die van een volle club en een wachtlijst. "Anno 2017 moet je veel klantgerichter zijn", zegt hij. "Sinds we meerdere soorten lidmaatschappen hebben ingevoerd, is er weer sprake van een positieve ontwikkeling. Daarnaast willen we natuurlijk dat mensen zich thuis voelen. Dat is het belangrijkste als je het over binding hebt." Een product dat voor nieuwe aanwas heeft gezorgd, is een soort lidmaatschap-plus. Voor 125 euro extra kun je tien keer per jaar spelen op elk van de vijf banen waar Midden-Brabant mee samenwerkt. Er zijn familielidmaatschappen en lidmaatschappen voor verschillende leeftijdscategorieën met hun eigen fees. "En natuurlijk het traditionele full membership à raison van 988 euro. Als je veel speelt, haal je dat bedrag er wel uit", zegt Verheij. "Vorig jaar was er een echtpaar dat 228 rondjes speelde. Reken maar uit." De diverse soorten lidmaatschappen zijn het gevolg van weten wat er onder je leden leeft. "Players First heeft ons echt geholpen om meer informatie te vergaren."



Golfclub Midden-Brabant

TRANSITIE IN DE SPORT

‘Sportify’

‘Sportify’ is de werktitel voor een platform waarmee NOC*NSF, de verzamelde bonden en verenigingen de sporter in Nederland makkelijk en soepel toegang wil geven tot de sporten die hij of zij wil beoefenen. Zonder ingewikkelde verplichtingen en onnodige drempels.

Het platform volgt de principes van marktplaatsen als Airbnb, Netflix en Spotify, waarbij (onbenut) aanbod en faciliteiten gericht kunnen worden gekoppeld aan de specifieke vraag. In de fitnesswereld bestaan al succesvolle platforms zoals Classpass en Onefit. ‘Sportify’ is in moderne termen een Sport as a Service-concept en het is een van de wapenfeiten die NOC*NSF wil realiseren in het kader van het traject Transitie in de sport. Deze transitie is hard nodig in een snel veranderende samenleving, die meer dan ooit wordt bepaald door snelle technologische ontwikkelingen.

Ook voor (golf)verenigingen biedt ‘Sportify’ een kans. Bijvoorbeeld om onbenut potentieel inzichtelijk te krijgen en aanbod daarop in te richten. Tegelijk zorgt het ervoor dat verenigingen vraaggerichter gaan opereren. Overigens staat ‘Sportify’ bewust tussen aanhalingstekens, omdat het natuurlijk niet officieel zo genoemd kan worden.

Het hele artikel lezen en de ontwikkelingen van Transitie in de sport volgen? Kijk op de site www.sportenstrategie.nl en vul het zoekwoord Sportify in.



Profiteer ook!

CAMPAGNE 'IK NEEM JE MEE!': GOLFER NODIGT NIEUWKOMER UIT OM TE GOLFEN

De Open Golfdagen trekken jaarlijks ruim elfduizend nieuwsgierige mensen. Mensen die willen ervaren hoe leuk het is om, in een prachtige omgeving, tegen een balletje te slaan dat altijd weer anders ligt. Op zaterdag 8 en zondag 9 april gooien ruim honderdvijftig golfclubs en -banen hun deuren open voor iedereen die de golfsport een keer wil uitproberen.

Zomaar alleen een sportclub binnenstappen? Dat doet niet iedereen even gemakkelijk. En dat geldt zeker ook voor een eerste bezoek aan een golfbaan. Het thema van de Open Golfdagen sluit daarom bewust aan bij de succesvolle NOC*NSF-campagne 'Ik neem je mee'. Via een ansichtkaart, bijgevoegd bij het magazine GOLF.NL (verschijning 23 maart, oplage 235.000), nodigen golfers vrienden, familie of zelfs een hele schoolklas uit mee te gaan naar de golfbaan. Op de site www.opengolfdag.nl selecteren ze vervolgens een deelnemende baan, vullen ze hun gegevens in en iedereen ontvangt een uitnodiging. De golfclub of -baan ontvangt deze mail ook en neemt vanaf hier het stokje over.

EXTRA ACTIE VOOR LEDEN VAN DE STICHTING GOLFSPORT

Speciaal naar de leden van de Stichting Golfsport wordt een aparte actiekaart verzonden waarmee deze, vaak inactieve, golfers uitgenodigd worden om iemand mee te nemen naar een Open Golfdag. Als zij zich aanmelden, ontvangen ze een greenfee voor 9 holes voor 10 euro per persoon.

FILMPJE EN ANDERE PROMOTIEMATERIAAL

Naast de 'Ik neem je mee'-campagne is er ander promotiemateriaal beschikbaar zoals banieren, spandoeken en vlaggen. En er is een uniek filmpje gemaakt dat golfclubs en -banen op hun website, social media en in de nieuwsbrief kunnen plaatsen om mensen naar hun Open Golfdag te trekken.





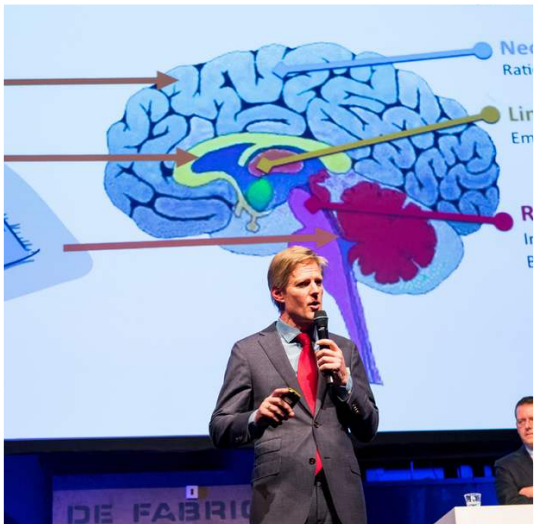
Meer informatie vinden en aanmelden voor een Open Golfdag kan op www.opengolfdag.nl.

Op zoek naar Golfgeluk!

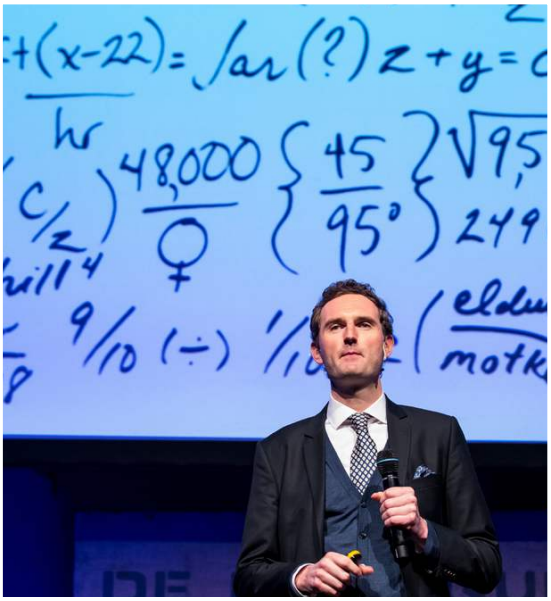
Gebroederlijk stonden de PGA, NVG en NGF op het podium tijdens het Nationaal Golf Congres dat op 1 februari plaatsvond in Utrecht. Gebroederlijk en met één gezamenlijk doel: meer golfgeluk brengen in Nederland. En wel met een stijging van tien procent in 2020. Wat golfgeluk precies is? Heel eenvoudig: je lekker voelen met je speelniveau en sociaal verbonden zijn met andere golfers, in een prachtige, natuurlijke omgeving. Het congres inspireerde alle aanwezige bestuurders, managers, pro's en andere stakeholders om mee te helpen aan dit mooie doel.



Directeur van de NGF Jeroen Stevens ziet dat er groei mogelijk is in Zweden, dus waarom niet in Nederland? Goed voorbeeld doet goed volgen.



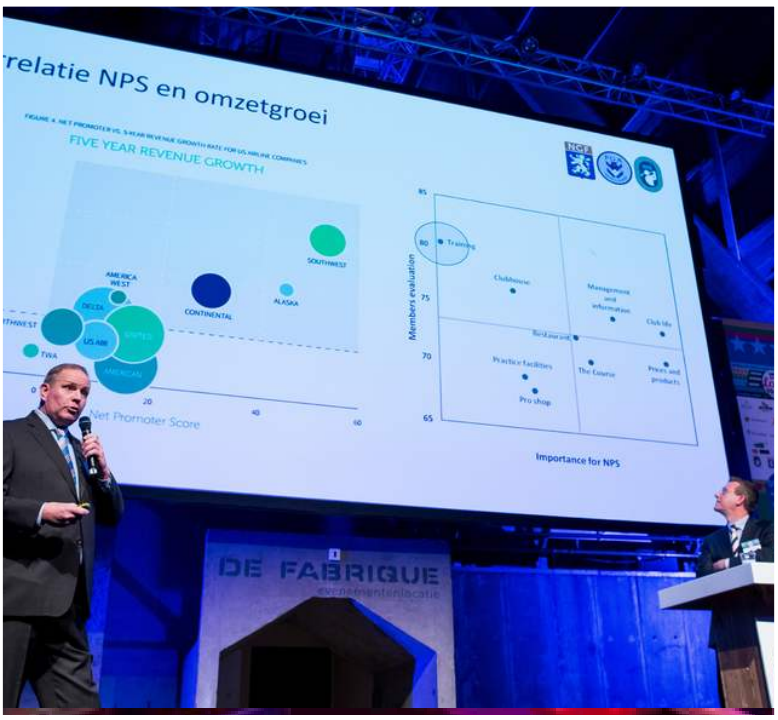
Lodewijk Klootwijk van de NVG weet dat het golfgeluk in de hersenen van veel mensen al latent aanwezig is. De kunst is om het te activeren, via sport & sociaal.



Soms lijkt iets heel ingewikkeld...



... maar is de oplossing betrekkelijk eenvoudig als je je hart maar laat spreken. Dat is ook het devies van golfrelatiemanager Esther Haarman van Sluispolder, die de Best Practice Award 2016 won.

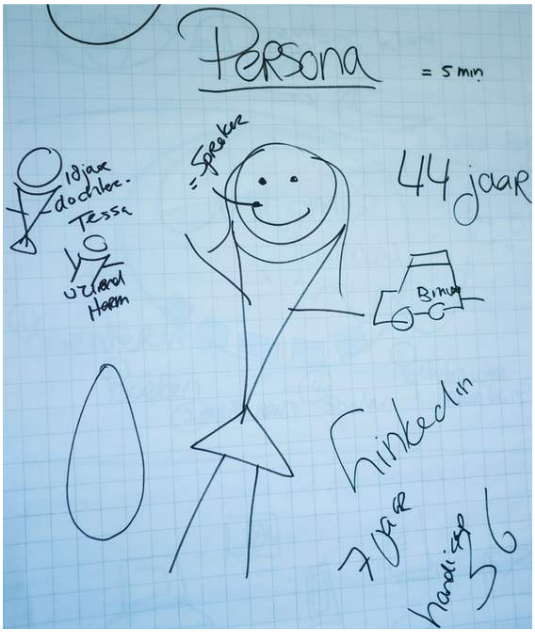


De lessen van pro's krijgen doorgaans een hoog cijfer van de golfconsument (zie het figuur rechts op de foto) maar het zorgt niet voor bijzonder veel loyaliteit aan de club of baan. Directeur Frank Kirsten van de PGA pleit daarom voor nog meer samenwerking tussen pro's, clubs en banen.



Arnoud de Jager en Niels Dokkuma leggen ondertussen uit dat de greenkeepers onderdeel van het team moeten zijn als je de golfer het beste wil geven!

250 bezoekers bij vernieuwd congres



Je klanten golfgeluk brengen. Goed idee, maar dan moet je wel weten wie je klant is en waar die blij van wordt. In marketing maak je daarvoor persona's, archetypische gebruikers van je product of dienst. Herkent u deze dame met dochter Tess en man Harm?



Eerst zelf proeven aan het golfgeluk, daarna is het gewoon een kwestie van doorgeven.



"Plezier hebben in wat je doet, is het belangrijkste"

Ralph Miller is golfprofessional op De Lage Vuursche. Hij geniet van lesgeven en wedstrijden spelen en werd uitgeroepen tot pro van het jaar 2016 in Nederland en in Europa. Wat zijn zijn geheimen?

RALPH MILLER | LEEFTIJD **40** | FUNCTIE **Golfpro** | HANDICAP **PRO** | WOONPLAATS **Alkmaar, Bergen (NH)** | MOTTO **Heb plezier in wat je doet**

TEKST EN BEELD **BERT VAN DER TOORN**

IS HET BELANGRIJK DAT EEN TEACHING PRO ZELF GOED SPEELT? "Niet echt noodzakelijk. Er zijn genoeg wereldberoemde coaches die zelf geen topspeler zijn of zijn geweest, maar het helpt natuurlijk wel als je alles voor kunt doen en alle slagen beheerst."

WAAR HAAL JIJ JE KLANTEN VANDAAN? "Voor Inder van Weerelt en mij is dat een beetje anders dan voor de meeste pro's. Wij mogen alleen aan leden lesgeven en, in overleg, aan topamateurs en professionals, dus we mogen geen mensen van buiten de club halen. Ik moet mijn inkomsten zien te halen uit de zevenhonderd leden, maar als je dat niet lukt, doe je iets niet goed."

HOE DOE JE DAT DAN? "Investeren in contact met leden. Ik laat regelmatig mijn gezicht in de baan zien en geef tips. Zo leer je de leden kennen en andersom en je maakt hen enthousiast. Vreemd genoeg zijn er nog genoeg pro's die wachten tot er mensen naar ze toe komen. Vraag collega's om advies en probeer niet zelf het wiel uit te vinden. Zorg dat je je naam naar buiten brengt via social media."



"Andere helpen hun successen te behalen, dat is mooi"

WAT IS VOOR EEN GOLFSCHOOL BELANGRIJK BIJ HET AANTREKKEN VAN EEN NIEUWE PRO? "Vaak heeft de aanwezige pro een dikke vinger in de pap en die zal snel geneigd zijn te kiezen voor een pro die hij of zij 'onder de duim' kan houden. Laat dat ego los en denk als een team. Kijk naar je eigen sterke en zwakke punten en kies een pro die jou kan aanvullen. Zo krijg je een ijzersterk team en houd je je klanten wel binnen jouw golfschool."

HOE HOUD JE BEGINNENDE GOLFERS VAST? "Blijf ze enthousiasmeren en blijf eerlijk. Geef aan dat het een moeilijke sport is en doe niet alsof je binnen vier weken kunt golfen. In Engeland leer je golf in de baan. Je wordt dan veel sneller enthousiast omdat je gelijk de beleving krijgt van het echte werk. Maar ook de etiquette, regels en oplijnen leer je op die manier veel sneller. Het doel wordt duidelijker. Veel beter dan maanden op een drivingrange staan."

WAT VIND JE VAN DEGOLFACADEMIE.NL? "Ik vind het een prima middel voor coaches en spelers om te communiceren en voor amateurs om inzicht te krijgen in hun statistieken. Maar dan moeten ze wel hun gegevens goed invoeren. De tool zelf is super en als deze binnenkort gekoppeld is aan de app Golf.nl wordt het nog beter!"

GROEPSLES OF INDIVIDUEEL LES? "Voor beginners werkt individueel les het snelst, maar een groepsles is vaak wel gezelliger. Hangt ook af van de ambities. Het grootste nadeel van een groepsles is dat een uur eigenlijk te kort is. Maak groepslessen van bijvoorbeeld negen tot twaalf met aansluitend een lunch en ga dan eventueel nog de baan in. Kost de mensen meer tijd, maar het is echt effectiever en ze krijgen eerder binding met de club."

MOET ELKE GOLFSCHOOL EEN TRACKMAN HEBBEN? "Vind ik wel. Met een TrackMan geef je veel effectiever les. Klanten zien eerder resultaat en dat helpt je golfschool groeien."

KAN IEDEREEN GEGEVENS VAN EEN TRACKMAN LEZEN? "Op Trackmanuniversity.com kun je gratis leren hoe je de gegevens interpreteert en wat de effecten van je swing op de balvlucht zijn. Je kunt zelfs certificaten halen die je in je PGA Holland-profiel mag zetten. Al deze gegevens zijn straks openbaar voor clubs, dus als ze iemand zoeken met kennis van de TrackMan..."

WAT ZIJN JE AMBITIES VOOR 2017? "Blijven doen wat ik doe. Spelen op de Tour is voor mij een hobby. Als het goed gaat, is het lekker maar ik train te weinig om veel verder te komen. Als bestuurslid van PGA Holland, wil ik de PGA-wedstrijden groter maken en ik wil de jonge jongens die ik begeleid, meer helpen. Andere helpen hun successen te behalen, dat is mooi."

NOG TIPS VOOR ANDERE PRO'S? "Bezoek de PGA Merchandise Show in Orlando. Dan weet je pas echt wat er gebeurt op het gebied van teaching en coaching. Kijk wel wat vooral voor jouw leerlingen belangrijk is. Blijf jezelf ontwikkelen, doe mee aan workshops en bijscholingen."

ING Private Banking Golf Week 2017 op Prise d'Eau

De ING Private Banking Golf Week wordt dit jaar van 7 tot en met 9 juli gehouden bij Prise d'Eau (Tilburg) gehouden. "De club met 1700 leden, is heel trots dat de ING Private Banking Golf Week op hun baan gaat plaatsvinden", aldus Martijn van der Meulen van organisator TIG Sports. "De Legends Trophy, waarbij nationale en internationale voetbal- en sporthelden het tegen elkaar gaan opnemen, is daar één onderdeel van, maar we zullen op korte termijn nog veel meer over het programma bekendmaken. We gaan er vanuit dat we over drie dagen gerekend ongeveer tienduizend toeschouwers zullen trekken want dit is echt een heel bijzonder en veelzijdig evenement." De combinatie van topgolf, entertainment, fun en zelf doen maakt de ING Private Banking Golf Week tot een uniek event voor actieve golfers, families en kinderen; een feest voor alle golfers en golfliefhebbers in Nederland.



PGA Week 11 over motorisch leren

PGA Holland verzorgt ieder jaar Week 11, de bijscholingsweek voor haar ruim zeshonderd professionals. De editie van 2017 stond in het teken van motorisch leren. Een thema waarbij zelden wordt stilgestaan maar waar pro's toch elke dag mee bezig zijn. Het bestuur van PGA Holland licht het thema toe: "Hoe leert je leerling zich een beweging aan en welke invloed heeft jouw informatie-overdacht daarop? Moeten we de leerling informatie geven of verzamelt hij die zelf wel? Het thema werd belicht door verschillende sprekers die hier allemaal een eigen visie op hebben. Zo ook de Britse Kendal McWade (foto). Tijdens de workshops gingen de pro's zelf aan de slag." Lodewijk Klootwijk (NVG) en Alexander Renders (NGF) presenteerde ook het project Player First en het nieuwe handboek voor De Golf Academie.
Met een goede dosis inspiratie en handvatten kunnen de professionals ook in 2017 weer vol passie aan de slag. "Uiteindelijk leren we samen en is het mooi om te zien dat veel pro's na afloop een boek koopt van een van de sprekers of een afspraak maakt voor een cursus," aldus het bestuur van PGA Holland.



Nieuwe regels, nieuwe kansen!

De R&A en USGA hebben begin maart een voorstel voor gemoderniseerde golfregels gepubliceerd. Golforganisaties en golfers kunnen een half jaar lang reageren op de voorstellen via randa.org en usga.org/rules. Op social media kan iedereen aan de discussie meedoen of die volgen via #GolfRules2019. Uiteindelijk is het doel dat de regels consistenter, eenvoudiger en eerlijker worden. De modernisering zal golf ook laagdrempeliger maken en de snelheid van het spel bevorderen. En golf aantrekkelijker maken voor nieuwkomers. Binnen deze gedachte is het voor u als golfambassadeur zeker interessant om uw stem te laten horen.



Waar mag ik droppen? In de toekomst wordt het eenvoudiger.

Workshop Besturen in golf

Na de succesvolle eerste reeks in oktober van vorig jaar lag het voor de hand dat er een tweede serie workshops Besturen in Golf zou worden georganiseerd. Omdat deze serie in maart snel was volgeboekt is besloten om in mei twee extra workshops te organiseren.
In de workshop wordt het zakelijke speelveld geschetst waarmee managers en bestuurders in de golfsport te maken hebben. Dit is voor nieuwe bestuurders relevant maar de ervaring leert inmiddels dat ook ervaren bestuurders/managers nuttige inzichten opdoen. Mandy Boer en Joris Slooten van NGF Zakelijk geven de workshops.



Geïnteresseerd? Mail naar zakelijk@ngf.nl

NGA zaait kennis voor greenkeepers

Tijdens de NGA regiodagen is de NGF op bezoek geweest om meer kennis te verspreiden bij de greenkeepers over het behoud van qualifying condities, plaatselijke regels en markeringen in de baan. De greenkeepers zijn samen met de NGF de baan in gegaan om in de praktijk te kijken naar hoe je qualifying condities kan behouden ondanks dat er een tee (tijdelijk) verzet moet worden en hoe je dit kan compenseren met andere tees. Ook werd gekeken naar plaatselijke regels die spelers kunnen helpen wanneer de greenkeepers net de baan geprikt hebben, naar de markeringen van GUR, waterhindernissen en out of bounds. Handicap- en regelcommissies van de clubs hebben deze informatie en de NGA en NGF wilden die graag delen met de greenkeepers. In totaal hebben 61 greenkeepers deze cursus gevolgd waarna zij hun licentie om bestrijdingsmiddelen te mogen gebruiken, konden verlengen.



Boeken

Eén fan per dag

Ook golfclubs moeten op zoek naar tevreden klanten. Maar met 'gewoon' tevreden klanten schiet je weinig op. Wat je wilt, zijn fans. Want fans bevelen je club aan bij anderen, zijn trouw en minder prijsgevoelig, denken graag met je mee en hebben het beste met je voor. Eén fan per dag van Jos Burgers leert je hoe je die fans maakt.
Prijs: 20 euro



Hallo wereld, hallo computer

Geen overbodige luxe in deze tijd: een overzicht van de grondbeginselen en basisprincipes van digitale technologie. Zeker ook aan te raden voor bestuurders van golfclubs en baanmanagers. Leer meer over kunstmatige intelligentie, Internet of Things, dataopslag en beveiliging.
Prijs: 20 euro



Rotterdam Running Crew verbindt de stad met sport

Ren Rotterdam, ren!

SOMS MOET JE EVEN OUT OF THE BOX OM OP EEN NIEUW SPOOR TE KOMEN DAT JE VERDER BRENGT. DE ROTTERDAM RUNNING CREW DEED DAT BIJZONDER SUCCESVOL EN IS EEN VOORBEELD VOOR VEEL ANDERE SPORTAANBIEDERS.



TEKST: **MARI TRINI HERMOSO** BEELD: **ROTTERDAM RUNNING CREW**

In oktober 2013 vatten vier ondernemende Rotterdammers een plan op. Ze delen een passie voor de stad en voor hardlopen. Het idee is om eens per maand te rennen, met een groepje mensen op bijzondere Rotterdamse locaties. Na een oproep op Facebook komen de eerste keer niet de beoogde dertig maar ruim 230 mensen opdagen. Hun eerste run vindt plaats op het rauwe Katendrecht en wordt een groot succes. De maanden daarna groeit de groep met honderden lopers en heeft de Rotterdam Running Crew duizenden volgers op social media.

Meedoen is laagdrempelig door de drie afstanden: drie, zes en negen kilometer. Bijna vier jaar en meer dan dertig runs verder kijken de mannen terug op een succesvolle ontwikkeling. Een van de meest recente runs, De Luxor Marathon Run op 22 februari, stond in het teken van de theaterproductie De Marathon. Zelfs hoofdrolspeler John Buisman meldde zich bij de start. Deelnemers renden net als in de film in het originele paars-gele shirt van Hoessein Occasions.

VOOR DEZE SPECIAL WAREN DE DUIZEND STARTBEWIJZEN BINNEN DRIE UUR UITVERKOCHT. HOE HEBBEN JULLIE DAT VOOR ELKAAR GEKREGEN? "Wij zijn ook iedere keer weer overweldigd door het succes. Maar het past wel bij de sportbeleving anno nu. Wij creëren belevenissen," zegt Edwin Veekens, in het dagelijkse leven directeur van mediabedrijf Veenman+ en gepassioneerd hardloper. "Net even anders een route rennen, dat is toch onze kracht", vult Eric Brommert aan. Samen met René Bleuanus en Sander van Baalen namen Veekens en Brommert in 2013 het initiatief te gaan hardlopen in de stad. Brommert: "We spraken ons netwerk aan om te kijken of er mensen mee wilden lopen over Katendrecht. Als er veertig mensen waren gekomen, was het voor ons ook goed geweest. Maar het liep gelijk uit de hand, er kwamen 230 renners. Een geweldig debuut natuurlijk!" In de golfwereld is Eric Brommert geen onbekende. Hij is de caddie van Joost Luiten geweest en Player Developer bij de NGF voor (Jong) Oranje. Nu zet hij zich in voor de Rotterdam Marathon en zijn hardloopspeciaalzaak Run2Day.

WAT GEBEURDE ER NA DIE SUCCESVOLLE EERSTE KEER? Brommert: "Als een olievlek is het concept groter geworden. De kracht van social media is immens, zo hebben wij gemerkt. Ook de energie van de stad helpt enorm. Het is mooi om te zien wie er op onze runs afkomen. Alle niveaus door elkaar, zowel de beste hard-loper van de stad, Patrick Kwist, als absolute beginners. De drempel is laag en deelname is gratis. Er komen mensen bij, er haken mensen af. Deelnemers nemen steeds weer vrienden mee. Plezier staat voorop!"

"WIJ RUNNEN DE STAD. NO MATTER WHAT."

De Rotterdam Running Crew is een open club waar iedere hardloper, beginnend en gevorderd, zich gratis bij kan aansluiten. De organisatie wil mensen in beweging brengen en houden. En dat lukt door samen één keer per maand dwars door bijzondere plekken van Rotterdam te rennen. Opgeroepen via social media.

IS JULLIE AANPAK EN VISIE OOK IETS VOOR CLUBS EN BONDEN? "Een atletiekvereniging is een voorbeeld van old school hardlopen", zo vertelt Brommert. "Wij zien dat het daar nu wel langzaam begint te veranderen. Maar het kent nog steeds zijn vaste stramien en weinig flexibiliteit. Wij lopen nooit op dezelfde locatie. De stad is zó groot. En anders verzinnen we een andere twist. Wij kijken naar de omgeving en denken buiten de getreden paden. Een old school trainer doet dat niet, die kiest voor een praktische route. Dat zie je ook binnen andere sporten en bonden." Veekens vervolgt: "We leven meer in een belevenisseneconomie. Je deelt belevenissen met elkaar, in een gesprek en via de sociale kanalen. Dat inspireert anderen. We kiezen misschien voor rare combinaties maar dat brengt mensen wel in beweging! Denk aan onze runs over de golfbanen, de Hooge Rotterdamsche en Seve. Seve stond er letterlijk open voor, onze run moest door het clubhuis. Daar stonden drankjes klaar. Dat is lef tonen."

"Je deelt belevenissen met elkaar, in een gesprek en via de sociale kanalen. Dat inspireert anderen."

HOE IS JULLIE SAMENWERKING MET DE ATLETIEKUNIE? Veekens: "Helaas, wij hebben geen samenwerking met de bond. Wij hebben niemand van de Atletiekunie gezien terwijl wij ons verhaal wel verteld hebben aan de Wielerunie (Wielersport). Ook met NOC* NSF hebben we aan tafel gezeten. Vanuit dit soort initiatieven kunnen namelijk mooie samenwerkingen ontstaan. We kunnen bijvoorbeeld mensen die het leuk vinden, doorsturen naar de clubs. We kunnen talenten ontdekken en die in contact brengen met de bond." Brommert knikt: "Mensen die niet gebonden zijn aan een bond of club, daar zit winst in. Breder denken. Via onze runs ben ik zelf ook meer gaan hardlopen, iets waartoe een atletiekclub mij nooit had kunnen overhalen."

WAT IS JULLIE ADVIES AAN SPORTVERENIGINGEN? "Wees meer ondernemer", stelt Brommert nadrukkelijk. "Wij zijn continu bezig met nieuwe dingen. Bij golf is er vaak niemand op de club, behalve de pro waar je zelf naartoe moet stappen, die mij motiveert om een betere speler te worden of die mij inspireert. Kijk naar wat de behoefte van de sporter is. De nieuwe generatie wil gevarieerd spelen. Verschillende dingen doen. Momenteel wordt de beleving op golfclubs bepaald door de senioren die graag alles bij het oude willen houden. Na een jaar is iemand dan wel uitgespeeld. Als wij steeds hetzelfde rondje zouden lopen, zouden er ook steeds minder







mensen komen. Durf te variëren en daarbij hoeven oude tradities echt niet meteen overboord. Die zijn prachtig en kunnen bestaan naast een hedendaags aanbod. Trainers en golfprofessionals kunnen het ondernemerschap al leren tijdens de opleiding. Voor ons is het een no brainer om steeds te vernieuwen. Dat je heb je nodig om een brede doelgroep te bedienen." Veekens vult aan: "Die massa is interessant voor merken en partners. Wij hebben ondertussen net zoveel data als de Wielerunie en het zal in de toekomst nog meer om data draaien. We weten veel van onze doelgroep en zijn hierdoor interessant voor verschillende partijen. Via social media volgen wij de renners en evalueren wij iedere run. Over het algemeen zijn de reacties altijd positief. Sommigen vinden het event te groot, anderen kiezen voor bepaalde locaties. Als we willen, kunnen we pieken zoals met de laatste run. Maar wat we ook doen, we houden onze doelgroep in het vizier." Pieken kunnen ze zeker bij de Rotterdam Running Crew. Zo organiseerden zij al eerder speciale runs door Diergaarde Blijdorp, de Kuip of het Kasteel van Sparta. Iedere keer weer komen honderden tot soms wel duizend mensen op de been. Iedere run is een feestje.

> "Denk aan golfen op het strand. In het begin keken ze me raar aan, daarna hadden ze de grootste lol! Net even anders."

HOE ZOUDEN GOLFCLUBS CONCREET KUNNEN INSPELEN OP DE BEHOEFTE AAN BELEVENISSEN? "Er is gebrek aan creativiteit bij bonden en clubs", zo ervaart Brommert. Als het niet lukt om zelf out of the box te denken, neem dan een creative manager aan en sta open voor nieuwe dingen. Er zijn tal van bijzondere golfevents te organiseren. Het is ook nog eens superleuk om te doen! Denk aan golfen op het strand. Dat deed ik ook met de jongens van Jong Oranje, heerlijk in het zand met elkaar spelen. In het begin keken ze me raar aan, daarna hadden ze de grootste lol! Net even anders.







Daarnaast weet ik zeker dat Joost Luiten openstaat voor nieuwe initiatieven. Hij is een goede ambassadeur voor de golfsport en kan een nieuwe generatie inluiden."

HOE ZIEN JULLIE DE ONTWIKKELINGEN IN DE SPORT?
Veekens: "Mensen gaan anders sporten. Kijk naar de City Swim in Amsterdam of de mud runs. Maar sport blijft sociaal en verenigingen kunnen verbinden. Daar liggen kansen maar dan moeten bonden durven samen te werken met andere partijen, te veranderen en nieuwe initiatieven op te pakken. De rol van bonden zal veranderen, meer richting faciliteren en verbindingen maken. Over verbinding gesproken, de gemeente Rotterdam heeft ons gevraagd voor een gezondheidsproject omdat zij zien dat wij een groep mensen aan de gang krijgen die anders niet lopen. We zijn plannen aan het uitwerken voor trainingen en het ontwikkelen van een app met parcours. Dit soort verzoeken zouden eigenlijk aan bonden gesteld moeten worden. In het slechtste geval staan die straks buitenspel." Eric Brommert weet uit ervaring dat de golfbaan een perfecte locatie is om verbinding te leggen met andere sporten. "Vroeger werden er veldloopwedstrijden op golfbanen gelopen. Je kunt niets kapot lopen en het zijn fantastische locaties voor renners. Als je om de baan een schelpenpad aanlegt, kunnen mensen daar wandelen, fietsen en rennen. De baan is ook perfect voor diverse inlooptrainingen om vervolgens samen te spelen."

JULLIE DOEN DIT ALLEMAAL IN JULLIE VRIJE TIJD. GELUKKIG HEBBEN JULLIE HULP VAN RUIM ZEVENTIG VRIJWILLIGERS (LEADERS OF THE PACK) MAAR TOCH, HOE HOUDEN JULLIE HET VOL? Brommert: "Door de energie die je ervan krijgt en door de passie te houden. Iedereen in ons team doet waar hij goed in is. Sander, René, Edwin en ik zijn zo goed op elkaar ingespeeld. Als Rotterdam Running Crew zijn we nog niet uitgerend."



TEKST: MARI TRINI HERMOSO BEELD: KOEN SLYK

NVG en NGF hebben partnership met Veilig Verkeer Nederland

Wie is de golfende Bob?

Het hoort er vaak toch wel een beetje bij: alcohol op de club. Na een sportieve prestatie gaan veel golfers het clubhuis in om onder het genot van een glas wijn of bier de ronde te bespreken. Hole 19 is dan ook een bekend fenomeen. Maar alcohol drinken en vervolgens naar huis rijden, dat gaat natuurlijk niet samen.

De Bob-afspraak is in het uitgaansleven inmiddels vanzelfsprekend, maar in sportclubhuizen en bij sportevenementen lijkt de Bob minder ingeburgerd. In de golfsport is het probleem helemaal aan de orde van de dag omdat je in veel gevallen genoodzaakt bent met de auto naar de baan te komen. Daarnaast beoefenen relatief veel ouderen de sport en zij zijn vaak minder bekend met de Bob-afspraak. Daarom heeft Veilig Verkeer Nederland (VVN) contact gezocht met de NVG en NGF om nadrukkelijk aandacht te vragen voor de verkeersveiligheid.

ONDERZOEK ONDER GOLFERS

VVN heeft, in samenwerking met de afdeling Traffic Psychologie van de Hogeschool Leeuwarden, onderzoek gedaan naar de alcoholconsumptie en verkeersdeelname na het spelen van golf. De enquête vond plaats bij zes banen, te weten Delfland, Kleiburg, De Groene Ster, Anderstein, Sluispolder en Vught en daarbij zijn 158 golfers ondervraagd. Uit het onderzoek kwam naar voren dat de meerderheid van de ondervraagden ervaart dat er geen of te weinig aandacht is als het gaat om alcoholbeleid in relatie tot verkeer. De meerderheid van de bezoekers vindt dit wel noodzakelijk en geeft aan dit te willen. Het grootste deel van de golfers (98%) komt met de auto naar de baan. 95% van hen zit doorgaans alleen in de auto. Golfers hebben aangegeven dat ze geen idee hebben wat het alternatief daarvoor moet zijn. De meerderheid van de golfers is bekend met de term Bob en de Bob-campagne, maar geeft aan nooit de Bob te zijn. 73% zegt met alcohol op deel te nemen aan het verkeer na afloop van het spelen.

BEWUSTZIJN

Dat er iets moet gebeuren, is dus wel duidelijk. De VVN wil de Bob-campagne daarom graag onder golfers te introduceren, op een eigen

WIST JE DAT?

- 60% van de ondervraagde golfers ervaart geen alcoholbeleid op de club of baan.
- 70% van de ondervraagde golfers vraagt om alcoholbeleid.
- 73% van de ondervraagde golfers stapt in de auto na alcoholhoudende consumptie.
- De hoogopgeleide 65-plussers drinken het meest (bron: CBS).
- 20% van de verkeersslachtoffers is het directe gevolg van alcohol in het verkeer.
- De Nederlandse politie neemt bij alcoholcontroles jaarlijks één miljoen blaastesten af.
- Bijna alle Nederlanders vinden dat alcohol en verkeer niet samengaan.
- Alcohol bereikt al na ongeveer tien minuten je hersenen.

aansprekende manier. Daarbij is draagvlak uitermate belangrijk en het begint allemaal met aandacht voor en erkenning van het probleem. De komende maanden zal zowel de NVG als NGF input geven aan clubs en banen om bij golfers bewustzijn te creëren over de verkeersveiligheid in relatie met alcoholconsumptie tijdens of na het spelen van golf. Dit vraagt commitment van de leden om stap voor stap een nieuwe sociale norm te creëren en deze als iets positiefs beschouwen omdat de veiligheid voorop staat. Golfers moeten gaan begrijpen dat alcohol drinken tijdens en na het sporten om vervolgens aan het verkeer deel te nemen een risico met zich meebrengt, en dat zij bewust hun gedrag hierop aanpassen.

BOB EN DE SPORTBONDEN

Andere sportbonden gingen ons al voor. Het ministerie van Infrastructuur en Milieu, de provincies, NOC*NSF en de bonden KNVB (voetbal), KNHB (hockey), KNKV (korfbal) en KNLTB (tennis) hebben in de eerste helft van 2012 een aantal regionale pilots gehouden om de Bob-gedachte ook in de sportwereld een vaste plaats te geven. Dat lukte, het rijden onder invloed vanuit de sportkantine nam hierdoor af, maar het kon nog een stuk beter. Reden voor alle partijen om de campagne in 2013 voort te zetten en verder uit te breiden. Nu dus ook in de golfwereld.

ZELF AAN DE SLAG

De NVG en NGF gaan clubs en banen concreet helpen om de Bob een gangbare en geaccepteerde term in de golfwereld te maken. Daarbij zijn onder meer de volgende punten van belang.

- Maak het onderwerp bespreekbaar. Zet het op de agenda.
- Bespreek het onderwerp met uw horecamanager. Hoe staat hij/zij er tegenover?
- Maak een beleidsplan over veilig alcoholgebruik (met de input van de NGF en NVG)
- Creëer draagvlak zodra de hoofdlijnen van de campagne bekend zijn.
- Veiligheid voorop, dat is de insteek.
- Realiseert u zich dat gedrag moeilijk te veranderen is; het gaat tijd kosten.
- Stimuleer samen rijden, suggereer het maken van een poule.
- Beloon goed gedrag, bijvoorbeeld via de Bob van de maand.

WIE IS BOB EIGENLIJK?

De landelijke verkeerscampagne Bob bestaat dit jaar vijftien jaar. De Bob-campagne is een initiatief van het ministerie van Infrastructuur en Milieu en zijn campagnepartners. Dit zijn provincies, gemeenten, Veilig Verkeer Nederland, Stichting Verantwoord Alcoholgebruik, TeamAlert, politie en justitie. Het rijden onder invloed vormt een hardnekkig probleem voor de verkeersveiligheid; alcohol is één van de belangrijkste factoren bij verkeersongevallen. Hoewel de cijfers de laatste decennia zijn afgenomen, wijzen recente cijfers van Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid (SWOV) uit dat drankrijders nog steeds zorgen voor circa 75 tot 140 verkeersdoden in Nederland. De Bob-campagne werpt zijn vruchten af: in bijna zestien jaar is er sprake van meer dan een halvering van overtreders. Waar in 2002 nog 4 procent van de gecontroleerde automobilisten te veel alcohol had gedronken, daalde dit aantal in 2015 naar 1,7 procent. De halvering wordt echter niet alleen veroorzaakt door Bob; handhaving en educatie zijn belangrijke overheidspeilers om het percentage te laten dalen. Toch rijden er jaarlijks nog tussen de 90.000 en 125.000 zware alcoholovertreders over de Nederlandse wegen. Rijden onder invloed is vanwege de ernst van het feit geen overtreding maar een misdrijf. De jaarlijkse kosten van de verkeersonveiligheid liggen op 12,5 miljard euro, waarvan naar schatting 0,8 tot 1,8 miljard euro wordt veroorzaakt door zware alcoholovertreders. Sinds december heeft de overheid de nieuwe campagne ‘Ben je Bob, zeg het hardop!’.





"We moeten nu echt andersom gaan denken!"

Arjen Bosschaart is 29 jaar greenkeeper op de 103 jaar oude 9-holeslinksbaan van de Domburgsche Golfclub. Op de schrale duingrond bereidt hij zich nu al tijden voor op het verbod van het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen in 2020.

ARJEN BOSSCHAART | LEEFTIJD 52 | FUNCTIE Greenkeeper Domburgsche Golfclub | HANDICAP 18 | WOONPLAATS Aagtekerke | MOTTO Greenkeeping geeft je alles! Je werkt met dieren, planten en mensen. Begrijpen doe je ze nooit, maar dat is juist de uitdaging.

TEKST EN BEELD **BERT VAN DER TOORN**

IS EEN DUINBAAN MOEILIJK GOED TE HOUDEN? "De schrale zandgrond is best een makkelijke ondergrond voor een golfbaan. De kunst is je niet te laten verleiden tot veel bemesten en bewateren. Je moet wel een paar keer per jaar beluchten, dan houd je de fairway goed. In de zomer wordt deze wel bruin-geel maar dan moet je niet in paniek raken. Door het gras iets te verwaarlozen gaan de wortels lekker diep zitten en daar krijg je een mooie stevige grasmat van. Hetzelfde geldt een beetje voor de greens."

HOE BEREID JE JE VOOR OP HET GEBRUIKSVERBOD VAN GEWASBESCHERMINGSMIDDELEN IN 2020? "Wij zijn er al een paar jaar mee bezig. Je moet het onderhoud van je greens op een andere manier gaan benaderen en daar zou iedere greenkeeper al mee bezig moeten zijn. Ik ben traditioneel opgevoed: 250 kilo zuivere stikstof per hectare, veel beluchten en verticuteren. Zag je iets van schimmelvorming, dan bestreed je dat. Nu moet je andersom gaan denken. Je moet de green zo bewerken dat deze niet ziek wordt. We willen roodzwenk en struis omdat die grassoorten niet ziektegevoelig zijn. Deze blijven het best als je de grond rustig houdt. Niet verticuteren, minder beluchten en weinig zuivere stikstof. Je krijgt dan harde, goede greens. Dat was voor mij best lastig aan te leren, maar het werkt goed."



"In de zomer wordt de fairway wel bruin-geel maar dan moet je niet in paniek raken"

HOE LEER JE DAT ALLEMAAL? "Onder meer via onderzoeken van het Sports Turf and Research Institute, waar agronomen de disturbance-theorie uitleggen. Dat gaat vooral over het minder 'lastigvallen' van de green. En ik ben met de DGB-groep, St. Duurzaam Golfbaan Beheer, naar Denemarken geweest. Daar werken ze al jaren met restricties. Heel leerzaam. Je moet het gewoon durven!"

BETEKENT DUURZAAM OOK DUUR? "Meestal wel, maar in dit geval wordt het baanonderhoud waarschijnlijk goedkoper en het bespaart tijd. Bespuitingen zijn duur, je gebruikt minder mest en je hoeft minder vaak te beluchten. De verwachtingen van de club zijn een groter obstakel. Je gaat een proces in dat nu eenmaal tijd kost. Straatgras gaat wegvallen dus je krijgt gele en dooie plekken, je zal meer moeten doorzaaien en bezanden. Je krijgt greens met andere grassoorten, maar de meeste mensen zal het uiteindelijk niet opvallen. Als het maar rolt en groen is, is het goed."

HOE GEO IS DE DOMBURGSCHE? "Baancommissaris Inge Boomsma is de *leading lady* voor GEO-certificering. We zijn al vanaf het eerste uur met GEO bezig en gaan naar onze derde heraudit. We vervangen oude lampen door LED-lampen, hebben een duurzame koelkast, letten op het soort papier en op de houtsoort van de afstands- en markeringspaaltjes in de baan als die vervangen moeten worden. Verder werken wij met gerichte beregening, niet met ronddraaiende."

WAAROM ZETTEN JULLIE SCHAPEN IN? "Schapen hebben veel voordelen, zeker op een baan met zo'n grillige rough. De 240 schapen komen in twee periodes en grazen op plaatsen die met een machine moeilijk te bereiken zijn. Door deze zogeheten drukbegrazing verhogen we de biodiversiteit. En de rough wordt minder kaal.

HEB JE VEEL ZIEN VERANDEREN? "Vroeger stonden we met z'n tweeën van zes tot tien de greens met de hand te sproeien. Er was geen internet dus je kon nergens kennis vandaan halen. Namens de NGF kreeg je advies van meneer Kappen en dat volgde je dan maar. Verder zijn in 1998 en 2001 de greens gerenoveerd en verplaatst voor meer lengte. De originele greens hadden geen goede opbouw voor de huidge middelen en spelersdruk. En de maaimachine op de green is nu elektrisch."

ZOU JE OOK OP EEN ANDERE BAAN WILLEN WERKEN? "Ja, graag! Ik ben hier nu 29 jaar met veel plezier maar mijn kinderen worden groter en ik ben wel toe aan een nieuwe uitdaging. De natuurlijke baan die ze op Terschelling gaan bouwen, lijkt me een prachtig project. Er moet in ieder geval echte ambitie zijn om de golfbaan zo goed mogelijk te maken. De Haagsche, The Duke?"



KOESTER DE FLORA EN FAUNA

Natuurwijs

Kinderen iets leren over de natuur. Waar kan dat beter dan op een mooie golfbaan waar de flora en fauna vaak in optima forma aanwezig zijn? Dat is ook de gedachte van de NGF en NatuurWijs.

NatuurWijs bestaat al sinds 2006 en in het afgelopen jaar bood zij aan ruim achtduizend kinderen in het hele land een onvergetelijke ervaring in de natuur. Het werkt als volgt: basisschoolkinderen gaan, onder leiding van een NatuurWijzer, drie schooldagen in verschillende seizoen de natuur in. Ze komen zo in verbinding met de dieren en planten door zelfontdekkend leren met hart, hoofd en handen.

Nu is het idee ontstaan om speciale NatuurWijzers op te leiden voor op de golfbaan. Zij kunnen hun passie voor de natuur én voor golf overdragen aan kinderen. Zo'n NatuurWijzer word je niet zomaar. Daarvoor volg je een training van twee keer drie dagen en een praktijkstage van drie schooldagen met een schoolklas op de eigen golfclub. De kosten zijn 499 euro.

Lijkt het u leuk om NatuurWijzer te worden? Dan kunt u meer informatie opvragen of u aanmelden via een e-mail met een korte motivatie bij ramon.vanwingerden@ngf.nl

Kijk ook op www.natuurwijs.nl

ING Private Banking helpt golfsport vernieuwen en verjongen

PARTNERSHIPS MET GOLFCLUBS IN DE REGIO

FOTO: **GOLFSUPPORT.NL**

Sinds vorig jaar is ING Private Banking hoofdsponsor van het Nederlandse golf. Met partnerships met de Koninklijke Nederlandse Golf Federatie (NGF), Golf Team Holland en het KLM Open wil de bank een bijdrage leveren aan het vernieuwen en verjongen van de golfsport in Nederland.

Het eerste jaar als hoofdsponsor van het Nederlandse golf was voor ING Private Banking gelijk een prachtjaar vol hoogtepunten. Als partner was ING Private Banking betrokken bij de introductie van de app Golf.nl en Beat the Pro, een spectaculair spelelement tijdens het KLM Open en een enorm succes bij spelers en publiek. Bovendien won een oppermachtige Joost Luiten, ambassadeur van de golfsport en partner van ING Private Banking, het KLM Open op The Dutch in Spijk. "2016 was een fantastisch golfjaar", zegt Steven Sedee, Manager Sportsponsoring ING. "Dan val je als hoofdsponsor echt met je neus in de boter. Onze ambitie is te bouwen aan een partnership voor de lange termijn waarbij we de golfsport willen moderniseren en de sport toegankelijker en populairder willen maken, ook bij het jonge publiek. We willen dat kinderen vanaf zes jaar enthousiast worden voor deze mooie sport en vernieuwingen introduceren die leiden tot meer speelplezier en tijdwinst voor de spelers."

GOLF.NL

De introductie van de vernieuwde app Golf.nl voor golfers die bij de NGF zijn geregistreerd, is volgens Sedee een illustratief voorbeeld hoe ING Private Banking het partnership met de NGF invult. "Als bank lopen we voorop als het gaat om vernieuwen en digitaliseren, bijvoorbeeld met mobiel bankieren. Door onze IT-ers bij de NGF aan tafel te zetten, hebben we onze kennis en expertise ingezet bij de ontwikkeling van de app Golf.nl. Inmiddels wordt de app door meer dan 28.000 golfers gebruikt." Met de Golf.nl app registreren spelers eenvoudig hun handicap, spelen ze een digitale scorekaart, kunnen ze hun positie zien in de handicapranking, awards winnen en de ontwikkelingen van vrienden volgen. "Spelers boeken met de gratis app tijdwinst en vergroten hun spelplezier. Precies waar de veeleisende golfer behoefte aan heeft in zijn of haar hectische bestaan", denkt Sedee, die dit jaar nog diverse optimalisaties

ING Private Banking Golfweek 2017

Het succes van de eerste ING Private Banking Golfweek heeft de bank geïnspireerd tot een nieuw verrassend programma voor de tweede editie van de Golfweek. Steven Sedee denkt dat de 2017-editie weer een succes wordt: "Deelnemers en publiek zijn van 7 tot en met 9 juli van harte welkom bij de prachtige golfclub Prise d'Eau in Tilburg. De ING Private Banking Golfweek is voor jong en oud. Kijken, beleven en zelf doen staan centraal. Een uniek evenement waar topsport en breedtesport samenkomen. Op een prachtige 27-holes-baan, voorzien van alle faciliteiten.
De Golfweek hadden we misschien beter Golffeest kunnen noemen." ING Private Banking verwacht tijdens de Golfweek 10.000 bezoekers te verwelkomen. Over het programma wordt in de aanloop naar het evenement regelmatig nieuws naar buiten gebracht, onder meer via www.golf.nl.





"Vernieuwing en verjonging gaan hand in hand en zijn beide noodzakelijk voor de aantrekkelijkheid en toekomst van de sport"

Steven Sedee
Manager Sportsponsoring ING

Beat the Pro, feest voor golfer en toeschouwers

Hole 14 van het KLM Open wordt tijdens de komende editie van Nederlands grootste golftoernooi nog spectaculairder. Op deze par-3-hole kunnen amateurs het, net als vorig jaar, opnemen tegen een professional. Steven Sedee: "Doodstil kijken naar het golf hoeft tegenwoordig echt niet meer. Beat the Pro wordt op donderdag en zaterdag een fantastisch feest. In een groter stadion met juichende fans en een dj mogen amateurspelers een poging wagen een pro van het KLM Open te verslaan. Daarmee brengen we het prachtige spel dichter bij het golfpubliek en leggen we een connectie tussen top- en amateursport. Het publiek en de spelers hebben vorig jaar van dit unieke evenement genoten. We waren de eerste op de Europese Tour hiermee en ook de organisatie van het KLM Open was razend enthousiast." Beat the Pro is een initiatief van de partners van het KLM Open & TIG Sports.



verwacht. "Zo'n app is nooit af, het heeft potentie om verder te groeien en interactiever te worden. Feedback van spelers en clubs stellen we enorm op prijs. Die gebruiken we om de app steeds verder te verbeteren."

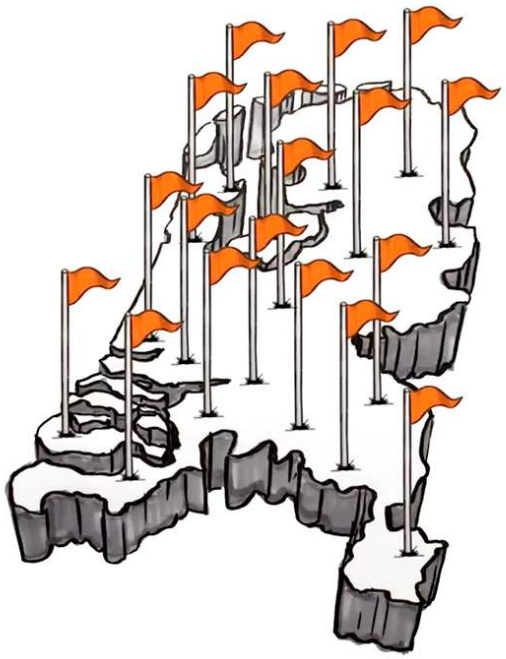
VERJONGEN

"Vanaf het eerste moment loopt de samenwerking met partners en de NGF uiterst soepel. We hebben dezelfde passie voor golf en de ambitie om de sport naar een hoger plan te brengen. Dat deden en doen we op landelijk niveau. Dit jaar gaan we ook samenwerkingen realiseren met clubs in het land. Met onze activiteiten bieden we golfliefhebbers extra beleving", zegt Sedee. Verjongen hoort daar ook bij. De vierde Nederlandse sportbond heeft 370.000 aangesloten golfers, maar het contigent spelers onder 21 is relatief klein. De NGF lanceerde in 2016 het door ING Private Banking gesteunde programma RAAK! om golf nog toegankelijker en leuker te maken voor kinderen van zes tot twaalf jaar. Sedee: "Vernieuwing en verjonging gaan hand in hand en zijn beide noodzakelijk voor de aantrekkelijkheid en toekomst van de sport. Vooral regionaal. Dit jaar gaan we daar, samen met clubs waarmee we intensief gaan samenwerken, aandacht aan schenken."

PARTNERSHIPS MET CLUBS

De samenwerking op regionaal niveau is volgens Sedee zo belangrijk omdat je daarmee de sport van binnenuit kunt helpen te vernieuwen. "Bij de clubs, op de golfbaan, wordt de liefde voor het spel geboren. Daar willen we dus aanwezig zijn. Met ongeveer zestien clubs in het land sluiten we dit jaar partnerships af. We ondersteunen jeugdprogramma's om golf aantrekkelijker en toegankelijker te maken voor kinderen en jongeren die golf nog moeten ontdekken en we organiseren toernooien voor leden. We helpen de clubs ook vooruit met onder andere advies over social media, marketing of financiële stabiliteit. Het moet altijd relevant zijn voor de clubs en, net zoals onze IT'ers toegevoegde waarde leveren bij de ontwikkeling van de app, kunnen ook onze private bankers zelf of via hun netwerk expertise inbrengen waar de clubs hun voordeel mee kunnen doen. Daarnaast kunnen klanten golfclubs ontdekken en gebruikmaken van greenfees en zo op banen spelen waar ze nooit spelen. Dat biedt een unieke beleving voor ING Private Banking-klanten, die we graag betrekken bij onze sponsoractiviteiten."

Voor vragen of suggesties kun je contact opnemen met ING Private banking via golfprivatebanking@ing.nl



"Bij de clubs, op de golfbaan, wordt de liefde voor het spel geboren. Daar willen we dus aanwezig zijn."

Activiteiten april t/m september 2017

	DATUM	ONDERWERP	LOCATIE	MEER INFORMATIE
NGF	3 april	Cursus Wegwijs in Course Rating	n.t.b.	robert.hage@ngf.nl
NVG	4 april	Hospitality voor receptie en caddiemasters	De Goyer, Eemnes	info@nvg-golf.nl
NGF	4 april	Workshop Samenwerking 50plussport	Rotterdam	janke.vanderwerf@ngf.nl
NVG	5 april	Workshop Boeien, Binden en Behouden	De Goyer, Eemnes	info@nvg-golf.nl
NVG	6 april	Workshop Gastvrijheid	n.t.b.	info@nvg-golf.nl
NGF	7 april	Cursus Handicapping	n.t.b.	christine.saxton@ngf.nl
NGF	8 april	Cursus Baaninrichting en Wedstrijdorganisatie	n.t.b.	christine.saxton@ngf.nl
	8 en 9 april	Nationale Open Golfdagen	Alle deelnemende banen	jaco.schippers@ngf.nl
NVG	18 april	Commissie ontwikkeling	De Goyer, Eemnes	info@nvg-golf.nl
NGF	6 mei	ALV	Spant!, Bussum	daniella.demont@ngf.nl
NGF	8 mei	Specialisatiedag Jeugd & Familie	GC Amelisweerd, Utrecht	floris.vanimhoff@ngf.nl
NGF	9 mei	Workshop Samenwerking 50plussport	GC De Groene Ster, Leeuwarden	janke.vanderwerf@ngf.nl
NGF	11 mei	Specialisatiedag Senioren	GC De Scherpenbergh, Lieren	janke.vanderwerf@ngf.nl
NGF	12 mei	Cursus Handicapping	n.t.b.	christine.saxton@ngf.nl
NGF	13 mei	Cursus Baaninrichting en Wedstrijdorganisatie	n.t.b.	christine.saxton@ngf.nl
NGF	15 mei	Cursus Sportief Beleid (2e cursusdag ma 9 oktober)	n.t.b.	alexander.renders@ngf.nl
PGA	15 mei	Cursus Performance Types	The Dutch, Spijk	info@pgaholland.nl
NGF	19-20 mei	Cursus Regelcommissaris 1	Hotel 't Speulderbos, Garderen	christine.saxton@ngf.nl
PGA	29 mei	Cursus Intervisie ondernemen	The Dutch, Spijk	info@pgaholland.nl
NGF	1 juni	Workshop Samenwerking 50plussport	Alkmaar	janke.vanderwerf@ngf.nl
NGF	10 juni	Opfrisdag Regelcommissaris 1	n.t.b.	christine.saxton@ngf.nl
NGF	12 juni	Specialisatiedag Training & Activiteitenkalender	n.t.b.	alexander.renders@ngf.nl

	DATUM	ONDERWERP	LOCATIE	MEER INFORMATIE
PGA	12 juni	Cursus Lesgeven aan leerlingen met een fysieke beperking	The Dutch, Spijk	info@pgaholland.nl
NVG	12 juni	Regio-overleg Brabant	Golfbaan Landgoed Bergvliet, Den Hout	info@nvg-golf.nl
NVG	13 juni	Regio-overleg Limburg	De Golfhorst, America	info@nvg-golf.nl
PGA	13 juni	Cursus Lesgeven aan leerlingen met een verstandelijke beperking	n.t.b.	info@pgaholland.nl
NVG	14 juni	Regio-overleg ZH&Z	G&CC Liemeer, Nieuwveen	info@nvg-golf.nl
NGF	18 juni	Cursus Talentcoach (2e en 3e cursusdag: 2 sept en 28 okt)	n.t.b.	janke.vanderwerf@ngf.nl
NVG	20 juni	Regio-overleg GFD	St. Nyk, St. Nicolaasga	info@nvg-golf.nl
NVG	21 juni	Regio-overleg Oost	Kasteel Engelenburg, Brummen	info@nvg-golf.nl
NVG	22 juni	Regio-overleg NH&U	Golfbaan de Hoge Dijk, Amsterdam	info@nvg-golf.nl
PGA	23-24 juni	Schoolgolf	Omgeving Utrecht	info@pgaholland.nl
NVG	29 juni	Workshop Online Marketing	De Goyer, Eemnes	info@nvg-golf.nl
NGF	2 juli	Cursus Talentcoach (2e en 3e cursusdag: 9 sept en 4 nov)	n.t.b.	janke.vanderwerf@ngf.nl
PGA	3 juli	Intervisie techniek	The Dutch, Spijk	info@pgaholland.nl
PGA	31 juli	PC-beker	Golfclub Anderstein, Maarsbergen	monique.madsen@ngf.nl
	11-17 sept	KLM Open	The Dutch, Spijk	daniella.demont@ngf.nl
PGA	12-14 sept	Instinctive Golf Coaching European Summit	The Dutch, Spijk	info@pgaholland.nl
NGF	15 sept	Inspiratiedag Sportief Beleid	n.t.b.	alexander.renders@ngf.nl
NGF	23 sept	Cursus Jeugdcoach (2e cursusdag 7 okt)	n.t.b.	floris.vanimhoff@ngf.nl
PGA	25-29 sept	Start opleiding PGA Holland Golfinstructeur	The Dutch, Spijk	info@pgaholland.nl
NGF	29-30 sept	Cursus Regelcommissaris 1	Hotel 't Speulderbos, Garderen	christine.saxton@ngf.nl

Alle activiteiten onder voorbehoud van wijzigingen.

Digitaal luisteren

De laatste jaren volgen technologische ontwikkelingen elkaar in hoog tempo op. De golfwereld wordt hierin niet gespaard. De ervaring leert dat als veranderende businessmodellen zich aandienen, bestuurders en managers deze, als natuurlijke reactie, vaak afdoen als onmogelijk.

Deze houding was bijvoorbeeld zichtbaar in de taxiwereld en de hotelindustrie. Beide werelden stonden vrijwel stil en werden getroffen recht in hun hart c.q. in hun verdienmodellen, door respectievelijk Uber en Airbnb. Met als gevolg dat de enige weg naar denkbaar herstel de weg naar de rechtbank was. Zonder succes.

Voor het volgen van de nieuwe ontwikkelingen is een radicaal nieuwe *mindset* nodig. Alle handelingen in de fysieke wereld zijn digitaal meetbaar en registreerbaar. Alle 'dingen' herkennen elkaar en zijn met elkaar verbonden. Ook partijen zijn met elkaar verbonden en hebben digitale contracten. En zo kunnen alle gegevens live en real-time uitgewisseld worden.

Groot voordeel hiervan voor ondernemers is, dat het hun de mogelijkheid biedt service te leveren aan de hand van een transparante en voorspelbare vraag van de markt. Deze diensten worden de kern van je verdienmodel. Voor golfclubs betekent dit ze die voorspelbare vraag scherp voor ogen moeten krijgen via alle mogelijke digitale verbindingen met klanten en leveranciers. Hierbij zijn drie belangrijke technologieën relevant.

1. De inzet van sensoren. Applicaties als Arccos en Game Golf meten met sensoren en GPS alle bewegingen van een golfer. Deze informatie kan op verschillende manieren worden geïnterpreteerd om bijvoorbeeld de baanbezetting te optimaliseren en de klant aanvullende diensten aan te bieden.

2. Net zo belangrijk is de online dialoog met de klant. Zorg ervoor dat u altijd en overal met uw klant het online gesprek kunt aangaan om het serviceniveau te bereiken dat hij van u verwacht. Service is het belangrijkste verdienmodel in de real-time 'balanseconomie'.

3. Denk aan alle beschikbare publieke en private data die u (al dan niet gecombineerd) kunt gebruiken om voorspellingen te doen over klantgedrag. Deze zullen in de toekomst de voeding zijn voor al uw activiteiten.

Probeer dus niet zelf te bedenken wat uw klant wil, maar luister via alle mogelijke (digitale) kanalen naar wat hij vraagt en zorg dat u excelleert in de manier waarop u voorziet in zijn behoeften.

Krsitian Esser omschrijft zichzelf als een gids naar de technologische toekomst. Hij helpt bedrijven met het ontwikkelen van strategische visies op het gebied van innovatie en nieuwe businessmodellen. Esser is medeoprichter van Linkedgolf. U kunt meer lezen over dit onderwerp op zijn blog: misterharder.com/blog/vergeet-de-raket.



COLOFON

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

Redactie
Mari Trini Hermoso,
Karianne van der Zant

Aan dit nummer werkten mee:

NGF: Mandy Boer, Eefje Kievits, Jaco Schippers, Joris Slooten, Jeroen Stevens, Jan Kees van der Velden en Maarten Voermans

PGA Holland: Frank Kirsten

NVG: Lodewijk Klootwijk

NGA: Monique Madsen

Milan Rinck, Ronald Speijer, Koen Suyk, Bert van der Toorn, Golfsupport.nl

Vormgeving
Paul Roos (Roos!)

Drukwerk
Quantes, 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.

Volg de NGF ook online:

www.ngf.nl

www.ngfinformatieplein.nl

golfmarkt@ngf.nl

LinkedIn: NGF-Golfmarkt

Twitter: @NGF_

NederlandseGolfFederatie

KONINKLIJKE NEDERLANDSE GOLF FEDERATIE

NEDERLANDSE GREENKEEPERS ASSOCIATIE



Hoofdsponsor van het Nederlandse golf

ING
Private Banking