



GolfMarkt

BLIK VOORUIT

GROEN

**Greenkeepers
anticiperen op
de toekomst**

BELEID

**Veranderende
identiteit
van de sport**

BELEID

**De rol van
de moderne
golfprofessional**



OP EEN GOLFTRIP WIL JE GEEN GEDOE. JE WILT GOLFEN.



FORD TOURNEO € 75 PER DAG: Inclusief

- Allrisk verzekering met WA-dekking
- 24-uurs alarmservice bij schade en/ of pech in binnen- en buitenland
- Kilometer vrij, exclusief brandstof
- BTW
- Eigen risico niet verhaalbare schade € 500 per gebeurtenis

OPTIES:

- Ongevallenverzekering inzittenden
- Verlaging eigen risico niet verhaalbare schade
- Extra bestuurder
- Young driver (voor bestuurders tot 23 jaar)

www.stern.nl

Een gezamenlijk golftripje organiseer je voor de gezelligheid, voor de sportieve wedijver, voor de mooiste golfbanen. Waarom dan moeilijk doen over vervoer? Bij SternRent huur je een 9-persoons Ford Tourneo voor maar € 75 per dag. Rijd onbeperkt aantal kilometers, ook in het buitenland. Ideaal voor golfreisjes, maar ook bijvoorbeeld als pendelbus bij golfevenementen.

De Ford Tourneo is groot, snel, stil, comfortabel en geschikt voor maar liefst negen personen. Inclusief alle golftassen! Reserveren bij SternRent is zo gedaan, met één telefoontje. Ophalen en terugbrengen doe je altijd in de buurt dankzij onze landelijke dekking met 20 vestigingen.

WAAROM WACHTEN?

Bel SternRent: 088-2926000



Marktleider in Nederland op het gebied van automobilititeit.
Enthousiast maatschappelijk partner van de NGF.

STERN | mobility matters

Meebewegen

Altijd de beste willen zijn, het lijkt een kreet uit onze moderne gejaagde samenleving, maar niets is minder waar. Competitie is zo oud als de mensheid. Zoals al te zien was bij de Oude Grieken, of het nu ging om sport, oorlog of theater, je kop boven het maaiveld uitsteken was prijzenswaardig.

Echter, door de eeuwen heen is de plaats van sport in onze dynamische maatschappij aan het veranderen. Plezier, beleving en gezondheid worden belangrijker dan competitie, en sportorganisaties zijn gedwongen op trends in te spelen. Dat vergt ondernemerszin, snelheid en flexibiliteit. Maar hoe lastig is dat in het Nederlandse sportnetwerk waarin veel belangen zijn? Hoe moeilijk ook, bij gelijkblijvend sportbeleid komen sportclubs in 2030 helemaal voor flinke uitdagingen te staan. Zoals top- en breedtesport die verder uit elkaar groeien, toenemende concurrentie, technologische ontwikkelingen die onder meer een ander soort sportbeleving uitlokken en veranderde sociale behoeften waardoor druk komt te staan op het aantal clubleden en vrijwilligers.

Sport blijkt ook steeds meer een identity maker te zijn: zowel op individueel als groeps- en nationaal niveau. Mensen zeggen dat ze een golfer zijn of een voetballer. Het bepaalt voor een deel het uiterlijk, met wie ze omgaan, de keuze voor de partner, noem maar op. Het drukt ook uit wie ze niet zijn of niet willen zijn. Dat is de individuele identiteit. Sport heeft ook sterk te maken met een gevoel van nationale identiteit. Een land wil zich graag groot en krachtig voelen door de sport. Kunnen wij ooit ons groot en krachtig voelen door golf?

De beleving van sport verandert dus. Dat komt omdat het onderdeel is van het geheel, dat ook verandert. In deze GolfMarkt zoomen we uit, bekijken we al die maatschappelijke ontwikkelingen en trends en hoe die benut kunnen worden in de golfsport. Zodat we soepel kunnen meebewegen de toekomst in.

De redactie



08 De veranderende identiteit van sport

Macroniveau. Om met je aanbod aan te blijven sluiten bij de behoeften van golfers, moet je goed weten wat die golfers willen. Welke trends volgen zij en door welke maatschappelijke ontwikkelingen worden zij beïnvloed? We zoomen uit en kijken naar het grotere geheel.



19 Van lead naar lid

Ledenwerving. Hoe profiteer je optimaal van kennismakingsacties als de AH Sportactie en de Open Golfdagen?



24 Juniors on Tour

Jeugd. Golfen saai? Niet voor de kinderen bij Golfcenter Seve die maar al te graag hun vriendjes meenemen naar de golfbaan.



43 De Drentsche

Clubportret. Bij de Drentsche was er weinig synergie tussen club en golfschool. Maar het roer is radicaal omgegooid.



48 Greenkeeping

Trends. Greenkeepers zijn bij uitstek degenen in de golfmarkt die vooruit moeten kijken. Drie van hen over de 'groene' trend.



52 Wetgeving

Btw. Per 1 januari 2019 verandert de Btw-Sportvrijstelling. Wat zijn de gevolgen voor golfclubs?



55 Interview

Vitamine G. Sierp de Vries is omgevingspsycholoog en onderzoekt wat groen met ons doet.

Achtergrond

14 Inspirators

Er zijn bedrijven die de zaken anders aanpakken dan anders en daardoor vernieuwend zijn. En inspirerend.

33 De rol van de pro

De taak van een moderne professional is allang niet meer alleen lesgeven. Hij of zij kan kan verbinden, het spelplezier vergroten en leden behouden.

37 Gastvrijheid maakt het verschil

Coen Schelfhorst werkte lange tijd bij Efteling Golfpark en heeft nu een zijn eigen GuestHouse Hotel geopend. Hoe kijkt hij naar de golfmarkt?

63 Mentoren bij golfclub Zwolle

Bij Zwolle worden beginnende golfers opgevangen door mentoren die hen wegwijs maken.

In de praktijk

16 Baanmanager

Sabine Riezebos van Bernardus Golf in Cromvoirt

30 Voorzitter

Carlo de Kraker van De Woeste Kop in Axel

40 Golfer

Maud Schaap van de Haarlemmermeersche Golfclub in Cruquius

50 Teaching professional

Tom van Haaren van Golfclub Liemeer in Nieuwveen

60 Greenkeeper

Allan Salmond van de Noord-Nederlandse Golf & Country Club in Glimmen

Rubrieken

06 Kort nieuws

uit de golfbranche

18 Voor u gespot

Nederland in cijfers

26 Voor u gespot

Millennials

27 Statistieken

van de app GOLF.NL en Players 1st

36 Voor u gespot

Meer bewegen op school

42 Voor u gespot

Fitness & fysieke beperking

58 Kort nieuws

uit de golfbranche

62 Voor u gespot

Mickelson vs. Woods

67 Kalender & Transfers

Uitgelicht

68 Column

Suppies & Uppies

69 Colofon

GolfMarkt Digitaal

GolfMarkt is als bladerbaar tijdschrift te lezen via ISSUU.

[issuu.com/nederlandsegolffederatie](https://www.issuu.com/nederlandsegolffederatie)



Op NGF Informatieplein is een pdf van GolfMarkt te vinden die kan worden gedownload. Hierin staan actieve internetlinks. [ngfinformatieplein.nl](https://www.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.



*“De toekomst,
die moet je niet voorspellen,
maar mogelijk maken.”*

Antoine de Saint-Exupéry,
Franse schrijver (1900-1944)



Drie nieuwe banen In het afgelopen jaar heeft Nederland er drie 18-holesbanen bij gekregen. The Links Valley (op de foto) is daar een van. Het is een bijzondere baan want de eerste in Europa die in twee richtingen te spelen is. Verder is Bernardus in Cromvoirt in september officieel geopend en heeft Golfbaan De Kroonprins Vianen de uitbreiding naar 18 holes onlangs gevierd.

TIP

Speel je op jouw club al Ready Golf? Daarmee bevorder je een prettig speltempo waardoor meer golfers het plezier in golf behouden. Uitgangspunt van Ready Golf is dat je speelt zodra het kan - ook al is het nog niet jouw beurt - mits het veilig is.

Zie ook: ngf.nl/caddie/golfregels/ready-golf.



ONDERZOEK

Nederlandse kinderen zijn wereldkampioen stilzitten

Hoewel Nederland één van de beweegkoplopers is in Europa (bron: Mulier Instituut) blijkt uit onderzoek van het CBS dat Nederlandse kinderen wereldkampioen stilzitten zijn. 44% van de vier- tot twaalfjarigen voldoet niet aan de beweegrichtlijnen. Zelfs buitenspelen is voor kinderen lang niet meer de favoriete bezigheid; ze spelen maar drie tot zeven uur per week buiten. Kinderen kruipen liever achter een spelcomputer of telefoon, ouders zijn minder proactief en kinderen zijn minder geprikkeld om te gaan bewegen (bron: CBS en Active Healthy Kids Global Alliance in 2016). Reden te meer om ze de golfbaan in te sturen!



Meer voetbal-beleving dankzij KNVB

De KNVB beschikt over enorm veel data van zijn voetballers en verenigingen. Het afgelopen seizoen werden er bijvoorbeeld bijna 700.000 (!) geregistreerde amateurwedstrijden gespeeld. Om het voetbal nog leuker te maken en de beleving te verhogen personaliseerde de voetbalbond de verzamelde data. Zo kregen de voetballers precies te zien welke bijdrage zij hadden geleverd aan de prestaties van hun team. Het resultaat: een digitale mailing naar 480.000 veld- én zaalvoetballers vanaf 13 jaar, waar spelers en verenigingen positief op reageerden. De mailing werd gemiddeld zo'n 55 procent geopend, ruim boven de gemiddelde openingsratio van andere mailings in de vrijetijdsbranche. De mail is gemiddeld zo'n 2 à 3 keer geopend. (Bron: Sportnext.nl)

“Talent in golf is er maar het zelfvertrouwen om er echt in te geloven, ontbreekt vaak. Als je niet heel overtuigd bent van je kwaliteiten, ga je het niet redden in de top.”

Joost Luiten in GOLF.NL augustus 2018

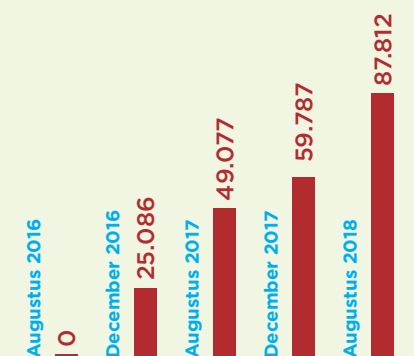
12.000

Dit is het aantal kinderen dat in 2018 in aanraking is gekomen met golf via RAAK! Het team van RAAK! was aanwezig bij de Volvo Ocean Race, Champions Trophy (hockey), Jeugdvakantieland in Ahoy, het KLM Open, ING Private Banking Golfweek, de Johan Cruyff Foundation dag en de Dirk Kuyt Kampioenendag.

STATISTIEK

Gestage groei

Sinds de app GOLF.NL in 2016 het levenslicht zag, stijgt het aantal geregistreerde golfers via de app of mijn.golf.nl gestaag. De laatste update is dat er al meer dan 90.000 gebruikers zijn!



Er zijn weinig sportverenigingen die aan serieuze trendwatching doen. Dat is ook niet per se nodig. Maar het is, bij het maken van strategische keuzes, wel goed om op de hoogte te zijn van enkele belangrijke trends en ontwikkelingen in de maatschappij.

In GolfMarkt hebben we eerder gesproken over visie, toekomst en transitie in de (golf)sport; de verandering in vraag en aanbod van sportend Nederland. Om die transitie beter te volgen en te begrijpen is structureel inzicht nodig op externe factoren zoals economie, cultuur, technologie, natuur en milieu. De krachtenvelden rond sportaanbod komen van buitenaf, de maatschappij. Het zijn invloeden waar sportaanbieders vroeg of laat mee te maken krijgen. Maar waar commerciële organisaties, trendwatchers en de overheid maatschappelijke ontwikkelingen nauwkeurig volgen, toont de sportwereld minder interesse; het sportaanbod lijkt vaak hetzelfde te blijven. Sport is, zoals marketeers zeggen, product-gedreven en niet marktgedreven. Het is zoals het is, zoals het was en zo zal het ook blijven. Of toch niet? Als we beter kijken blijkt sport toch ook organisch. Hoewel op enige afstand en voorzichtig volgt ze wel degelijk ontwikkelingen in de maatschappij. Soms met tegenzin, soms met enthousiasme waardoor nieuwe varianten ontstaan. Om te weten waar we heen zullen gaan, is het belangrijk eerst achterom te kijken om alles in een juist perspectief te kunnen zetten. Wat zijn de historische wortels van de huidige sportbeleving?

Georganiseerde sport De beste willen zijn, het lijkt typisch iets van onze tijd maar niets is minder waar. Competitie is zo oud als de mens en onlosmakelijk verbonden met onze natuur. De Oude Grieken hadden er bijvoorbeeld een behoorlijk handje van, of het nu ging om oorlogen of theatervoorstellingen. Je kop boven het maaiveld uitsteken was een groot en prijzenswaardig goed. Deze Oude Grieken lijken verantwoordelijk voor het ontstaan van de competitieve sport zoals wij die (grotendeels) vandaag

de dag kennen. Na deze Griekse periode ontwikkelde de sport zich verschillend per land. Engeland liep voorop toen in de zeventiende en achttiende eeuw boksen, paardenrennen, hardlopen, cricket en roeien op nationaal niveau werden gestandaardiseerd en georganiseerd (Van Bottenburg, 1994). Vanaf 1900 werd sport een belangrijke culturele expressie van een nieuwe leefstijl en mindset. Net als in andere West-Europese landen en in de Verenigde Staten werden in Nederland in de twintigste eeuw fitheid en sportiviteit op uiteenlopende manieren verbonden met nieuwe idealen over individuele en generationele identiteit.

Imago In de loop van die twintigste eeuw nam de hoeveelheid tijd en geld die Nederlanders aan ontspanning konden besteden sterk toe. Actieve sportbeoefening maar ook passieve betrokkenheid representeerden vitaliteit, weerbaarheid, vooruitgang en aansluiting bij een moderne, internationale cultuur. Dat heeft direct te maken met andere maatschappelijke veranderingen van toen; zo was er steeds minder fysieke inspanning nodig voor arbeid en het huishouden. Hoewel de Nederlandse autoriteiten toen niet meteen een positief oordeel hadden over sport – kerkelijke autoriteiten vonden het te lichamelijk, liberalen te volks en in de socialistische zuil werd de competitie niet gewaardeerd – draagt sport tegenwoordig bij aan een gezonde, economische ontwikkeling. Het aandeel van sport in de totale Nederlandse economie bedroeg in 2010 één procent. Tussen 2006 en 2010 nam het sportgerelateerde bruto binnenlands product (bbp) toe van 5,4 miljard euro tot bijna 6 miljard euro. Maar in die periode was het aandeel van de sporteconomie in de totale economie afgerond nooit hoger dan één procent. De groei van de sporteconomie hield dus ruwweg gelijke tred met de ontwikkeling van de totale economie (SCP, Annet Tiessen-Raaphorst, 2015). De indirecte waarde van sport is echter veel groter, onder meer door de inzet van ruim een miljoen vrijwilligers.

Identiteit In het onderzoeksproject 'Sport, identiteit en moderniteit (1813-2013)' ontdekte prof.dr. Marjet Derks de cultuurhistorische betekenis van sport in moderne processen van identiteitsvorming. Het achterliggende idee is dat sport gaandeweg in de twintigste eeuw in Nederland een nieuwe en als 'eigen' ervaren identity marker is geworden, zowel op individueel als groeps- en nationaal niveau. Derks zei in een interview: "Mensen zeggen dat ze een zwemmer zijn of een hockeyer. Het bepaalt voor een deel het uiterlijk, met wie we omgaan, de keuze voor de partner, noem maar op. Het drukt ook uit wie we niet zijn of niet willen zijn. Dat is de individuele identiteit. Tegelijk is sport een sociale identiteit. Dat is bij hockey totaal anders dan bij ijshockey, terwijl het toch maar

Urban golf, de stad als speelruimte. (Foto Koen Suyk)

De veranderende identiteit van sport

De veranderende identiteit van sport

“Een land wil zich graag groot en krachtig voelen door de sport”

drie letters scheelt. Sport heeft ook sterk te maken met een gevoel van nationale identiteit. Een land wil zich graag groot en krachtig voelen door de sport.” (Sport Knowhow XL, december 2014)

Sportieve maatschappij De mens is veranderd sinds het Oude Griekenland en het sportveld is nu zo dynamisch, dat je als sporter of sport-aanbieder de competitie aangaat met andere factoren zoals imago, tijd, geld of locatie. Om onze sportieve maatschappij beter in te kaart te brengen, hebben het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) en het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) de Sport Toekomst Verkenning (STV) opgezet, een platform dat zich bezighoudt met de ontwikkeling van sport in onze maatschappij. Centraal staan vragen als: welke maatschappelijke veranderingen beïn-

Dat sport zich steeds meer zal verplaatsen naar het buitengebied is een kans voor golf. (Foto Tim Buitenhuis)



vloeden de sport in Nederland? Hoe zit sport eruit in 2040? Welke kansen, maar ook keuzes biedt dit de sportsector en het -beleid?

Toekomstbeeld Bij gelijkblijvend sportbeleid kan Nederland in 2030 voor flinke uitdagingen komen te staan. De kans is groot dat top- en breedtesport verder uit elkaar groeien. Nederland wordt mogelijk voorbijgestreefd op ranglijsten en medaille-ladders. Tegelijkertijd brengen technologische ontwikkelingen een ander soort sportbeleving dichterbij, zoals Virtual en Augmented Reality. Voldoende lichaamsbeweging lijkt in 2030 nog niet vanzelfsprekend. Klassieke sportverenigingen zullen onder druk komen te staan door minder leden en vrijwilligers. Moderne sportverenigingen bieden wel juist kansen voor het bevorderen van sociale participatie en gezondheid. Dat zijn enkele uitkomsten van de verkenning ‘Een sportiever Nederland’. Welke van deze uitdagingen het belangrijkste is, hangt af van het perspectief op sport en het verenigingsleven. Sport spreekt veel mensen aan, om verschillende redenen. Sommigen gaat het vooral om gezelligheid, anderen willen graag bewegen. Weer anderen vinden presteren belangrijk, en tot slot is er een groep die vooral wil meeleven met topsporters.

Vrijheid, blijheid Verenigingen en bonden draaien veelal op vrijwilligers. In de lokale samenlevingen vormden en vormen de sportverenigingen een bindmiddel, net als de muziek- en buurtverenigingen. Deze verenigingsvorm heeft het ruim een eeuw zeer goed gedaan. Nog altijd zijn bijna vijf miljoen Nederlanders lid van een sportclub. Maar hoe toekomstbestendig is dit systeem van verenigingen en sportbonden? Wat opvalt bij een aantal nieuwe trends in sport, is dat die zich vooral afspelen in de openbare ruimte, waarbij niet of nauwelijks accommodaties nodig zijn. Een voorbeeld hiervan is suppen, staand peddelen op een surfplank. Je kunt het overal doen, mits er water in de buurt is. Het is makkelijk aan te leren en je kunt het zowel in clubverband als individueel beoefenen. Ook is er groei in urban sports, de stad als speelruimte. Activiteiten zoals yoga, breakdance, pleintjesbasketbal en -voetbal en skateboarden veroveren de binnensteden. Er zijn nauwelijks materialen voor nodig, iedereen kan eraan meedoen op elk moment van de dag. Vrijheid, blijheid is het motief. Een andere vraag bij de opkomst van nieuwe vormen van sport: passen deze wel binnen de bestaande structuren en is er eigenlijk wel behoefte aan een vorm van structuur? Hoewel niet altijd alles georganiseerd hoeft te worden en soms ook activiteiten spontaan kunnen ontstaan, is enige vorm van organisatie wel wenselijk, zeker ook met oog op de continuïteit. Nieuwe vormen van sportparticipatie kunnen binnen bestaande sportorganisaties worden georganiseerd. In zijn proefschrift van 2015 concludeerde Jan-Willem van der Roest,



van het Mulier Instituut, dat toen al sprake was van beleidsdruk van landelijke sportbonden op de verenigingen om te moderniseren en de concurrentie aan te gaan met andere vormen van sportaanbod, zoals fitnessclubs en informele sportclubjes. Een andere optie zijn multisportverenigingen. Ze vergroten de keuze- en ontwikkelingsmogelijkheden van de leden. Het vraagt vaak wel om aanpassing van de accommodatie. Het oprichten van een stichting om de verschillende sport- en vrijwilligersactiviteiten in onder te brengen behoort ook tot de mogelijkheden.

Moderne organisatie Een beperkte groep sportverenigingen weet volgens Van der Roest succesvol in te spelen op de kansen die in hun omgeving aanwezig zijn. Zij moderniseren door hun activiteiten flexibeler en servicegericht te maken, bijvoorbeeld met andere abonnementsvormen en minder vastgelegde trainingen en tijden waarop gesport kan worden. Landelijke sportorganisaties die veranderingen in sportverenigingen willen, doen er volgens Van der Roest vooral goed aan om in te zetten op modernisering in het bestuur van de verenigingen.

Minder leden Ook de beleving van sport wordt een belangrijk element. Er vindt een verschuiving plaats naar vooral meer individuele sporten of alternatieven op bestaande sporten. Voorbeelden hiervan zijn bootcamps in zelfgeorganiseerde groepjes, wandelvoetbal voor ouderen of extreme sporten zoals kitesurfen en klimmen. Dit zet het klassieke verenigingsleven verder onder druk.

Technologie kan ook juist de sportbeleving vergroten.

Het aandeel Nederlanders van zes jaar en ouder dat lid is van een sportvereniging was in 2014 31 procent. Tussen 2006 en 2014 was er een daling van ruim 11 procent. En in 2017 is het aantal gedaald naar 27 procent (16 juli 2018, Mulier Instituut). Hoewel dit het hoogste percentage in de EU is (EU-gemiddelde is 12 procent) zal dit volgens het trendscenario van de STV nog meer dalen. Nederlanders zullen in 2030 minder vaak lid zijn van een sportvereniging. De daling is vooral zichtbaar bij mensen tussen 40 en de 70 jaar. Bij kinderen tot 10 jaar is wel een stijging te zien. Ervan uitgaande dat de daling in de toekomst doorzet, daarbij rekening houdend met toekomstige veranderingen in de bevolkingsopbouw, zal het aandeel mensen dat lid is van een sportvereniging dalen naar 19 procent in 2030. Nederlanders willen dan vooral individueel sporten of in een zelfgeorganiseerde groep. In 2014 sportte al ongeveer twee derde van de sporters alleen of ongeorganiseerd. (Bron: sportenbewegenincijfers.nl; Tiessen-Raaphorst, 2015)

Aansluiten op behoefte jeugd En dan de jongeren: gamen, facebooken en netflixen staan bovenaan hun activiteitenlijst. Het is de vraag of de behoeftes van jongeren nog wel aansluiten op het huidige sportaanbod. Moet het niet flexibeler en minder prestatiegericht? Er zijn volop nieuwe initiatieven om de sportparticipatie in de toekomst te vergroten. Ze kenmerken zich vooral door flexibiliteit in ruimte en tijd, het ongebonden karakter van de activiteiten en het gebruik van de openbare ruimte. Het competitie-element is veelal vervangen door

“Sporten voor de gezondheid neemt toe, sporten om te presteren neemt af”

maatschappelijke doelstellingen zoals toegankelijkheid, sociale gelijkheid, integratie en vooral plezier. Technologie kan een hulpmiddel zijn om de sportparticipatie te vergroten en bewegen aantrekkelijker te maken.

Sporten is gezond De toenemende aandacht voor een gezondere leefstijl heeft positieve effecten. De organisatie van nieuwe innovatieve vormen van sportparticipatie kan zowel binnen als buiten de bestaande structuren plaatsvinden, als iedereen bereid is om mee te bewegen met aanpassingen in bijvoorbeeld accommodatie, logistiek en communicatie. Uit het Nationaal Sportonderzoek 2016 blijkt dat het verbeteren van de gezondheid en conditie een van de belangrijkste





“De vereniging heeft het zwaar maar het is een essentieel onderdeel van onze samenleving”

motieven van Nederlanders is om te sporten. Opvallend is dat sporten voor de gezondheid toeneemt terwijl sporten om te presteren afneemt.

Vergrijzing Ook vanuit de veranderingen in de bevolkingssamenstelling liggen er uitdagingen (of kansen). De sportdeelname daalt door de effecten van vergrijzing en migratie; ouderen en niet-westerse migranten sporten gemiddeld minder. Naar verwachting zijn er ruim 7,5 miljoen 50-plussers in 2030 in Nederland. In 2019 is de helft van de Nederlandse bevolking ouder dan vijftig jaar en dit jaar al is de ‘oudere werknemer’ in de meerderheid op de arbeidsmarkt. Nog meer cijfers? Nu al zijn er ruim drie miljoen 65-plussers. Op het hoogtepunt in 2040 zijn dat er 4,7 miljoen, waarvan twee miljoen 80-plussers. We worden ouder dan ooit en, mede dankzij medische technologie, gezonder oud. Of we leven langer met goed te behandelen chronische ziekten. (Bron: RIVM)

Verenigkunde Drie dagen nadat de inkt van de handtekeningen onder het eerste Nationale Sportakkoord (27 juni 2018) was opgedroogd,

werden tijdens de werkconferentie 'de Kracht van Verenigen' de eerste stappen gezet in het uitwerken van de ambities voor sportverenigingen. Het akkoord met als titel 'Sport verenigt Nederland' wil onder andere zorgen voor meer vitale aanbieders en een positieve sportcultuur. Hoe de vereniging daarin ondersteund kan worden, moet nog worden ingevuld. Tijdens de conferentie kregen de aanwezige verenigingsondersteuners daarom een duidelijke opdracht mee van minister Bruno Bruins: "Maak het Sportakkoord concreet voor verenigingen." Ruim tweehonderd vertegenwoordigers van gemeentes, bonden, provinciale sportraden en verenigingen kwamen samen om na te denken over de duurzame sportvereniging. Berend Rubingh, verandermanager en initiatiefnemer van Back2Basics, trapte de bijeenkomst af met de vraag waar de vereniging nu staat. "De verenging heeft het zwaar de laatste tijd, maar het is een essentieel onderdeel van onze samenleving. Niet alleen als je kijkt naar de vereniging als instituut maar ook als proces." Rubingh pleit daarom voor meer professionalisering van het vakgebied. "Ik zou dat 'verenigkunde' willen noemen. Het is echt een vakgebied, dus het vereist ook vakkennis om verenigingen te ondersteunen. Het is meer dan organisatiekunde."

Bewegen of sporten? De belangrijkste vraag is: wat wil de sporter zelf? Mensen hebben verschillende voorkeuren om te sporten of bewegen. Voor topsporters betekent sport grenzen verleggen, terwijl voor ouderen bewegen vooral leuk en gezond moet zijn. Gaming en e-sports kunnen ook tot sport worden gerekend in bepaalde situaties. Vier op de vijf Nederlanders bewegen wekelijks recreatief (niet-sportgerelateerd). Nederland is daarmee een van de koplopers in Europa, waar het gemiddelde beweegcijfer (44 procent) een stuk lager ligt. Met meer dan de helft (56 procent) van de Nederlanders die wekelijks sport, scoort Nederland ook in die ranglijst hoger dan het EU-gemiddelde. Het Mulier Instituut onderzocht welke vormen van lichaamsbeweging het populairst zijn:

- 34 procent doet het liefst lichtere activiteiten zoals wandelen of fietsen.
- 13 procent doet het liefst sportieve activiteiten op een speciale locatie, zoals bowlen.
- 22 procent van de Nederlanders kiest voor activiteiten buitenshuis met enige beweging, zoals winkelen.
- 34 procent kiest voor activiteiten in en rond het huis, zoals (huishoudelijke) klussen en tuinieren.
- 21 procent geeft de voorkeur aan een officiële sport als meest ideale beweegactiviteit.

Aanleiding van het onderzoek van het Mulier Instituut was het vraagstuk hoe vraag en aanbod voor sportactiviteiten beter op elkaar kunnen worden afgestemd. Naast de voorkeur voor

KANSEN EN BEDREIGINGEN IN DE GOLFSPORT

Door een externe analyse krijg je inzicht in de kansen en bedreigingen van de markt en sportbranche. De macro-omgeving is bepalend voor iedere organisatie. In welke mate de macro-omgeving invloed uitoefent, verschilt per club. (Bron: sportenbewegenincijfers.nl)

Demografische ontwikkelingen

- | | |
|---------------------|---|
| Kansen | + Ouderen zijn fitter en langer actief |
| | + Meer hoogopgeleiden die doorgaans meer sporten. |
| Bedreigingen | - Meer ouderen/niet-westerse migranten die doorgaans minder vrijwilligerswerk doen en minder sporten. |
| | - Groei bevolking/druk op de vrije ruimte (vooral in steden). |

Economische ontwikkelingen

- | | |
|---------------------|--|
| Kansen | + Commerciële partijen bieden nieuwe sportmogelijkheden waarop ook ingehaakt kan worden door clubs. |
| | + Economische groei, meer geld, meer werk in de sport. |
| Bedreigingen | - Sport wordt commerciëler met als negatieve effecten verdringing, milieuoverlast, corruptie, geweld, etc. |

Sociaal-culturele ontwikkelingen

- | | |
|---------------------|---|
| Kansen | + Meer aandacht voor gezonde levensstijl |
| | + Mensen willen meer 'beleving'. |
| | + Meer verkoop sportkleding, -gadgets en sportieve vakanties. |
| Bedreigingen | - Ongeorganiseerd sporten wordt populairder. |
| | - Minder animo voor vrijwilligerswerk. |
| | - Jeugd sport/beweegt minder. |
| | - Sporters wisselen sneller van sport en club. |

Technologische ontwikkelingen

- | | |
|---------------------|---|
| Kansen | + Social media/apps kunnen mensen stimuleren meer te bewegen. |
| | + Sportaccommodaties kunnen dankzij technologie intensiever en voor meerdere sporten gebruikt worden. |
| | + Sport kijken op maat via internet. |
| Bedreigingen | - Technologie maakt het leven minder fysiek. |
| | - Inactiever gedrag door toename gebruik smartphone, tablet, laptop. |

Ecologische ontwikkelingen

- | | |
|---------------------|--|
| Kansen | + Steeds meer sporten in buitengebied. |
| Bedreigingen | - Minder sportclubs in krimpgebieden. |

Politieke ontwikkelingen

- | | |
|---------------------|--|
| Kansen | + Rijksoverheid zet nadrukkelijk in op sportstimulering. |
| | + Meer eigen verantwoordelijkheid voor (financiële) gevolgen van ongezond gedrag. |
| | + Veel aandacht voor terugdringen obesitas. |
| Bedreigingen | - Participatiesamenleving doet meer beroep op vrijwilligers in allerlei sectoren, niet alleen in de sport. |
| | - Meer verantwoordelijkheid bij gemeenten die budgetkeuzes moeten maken. |
| | - (Fiscale) wetgeving/toenemende regelgeving. |

Hoewel sport steeds individueler wordt, prefereert nog 37 procent sporten met enige begeleiding en in gezelschap van anderen.



het soort activiteit, onderzocht Mulier ook in welke vorm mensen bij voorkeur willen sporten en bewegen. Vooral de voorkeur voor het verband en de accommodatievorm onderscheidt mensen van elkaar.

- 37 procent kiest voor regelmaat, met enige begeleiding en in gezelschap van anderen.
- 37 procent kiest voor activiteiten in de openbare ruimte.
 - 16 procent daarvan wil alleen en op eigen momenten sporten/bewegen.
 - 21 procent wil dat samen met anderen doen.
- 26 procent heeft als ideaal om serieus en regelmatig bij een vereniging te sporten.

Sterktes en zwaktes Over de vraag wat de meest wenselijke toekomst is voor de (golf)sport bestaat geen overeenstemming. Volgens de STV is veel afhankelijk van welke elementen golfers het belangrijkste (gaan) vinden. Inzicht in ontwikkelingen en trends kunnen keuzes makkelijker maken. Daarnaast is het zaak om op clubniveau de sterktes en zwaktes te analyseren. Het kan het bestuur en de vrijwilligers helpen bij het voeren van strategische discussies en het maken van vervolgstappen. En de NGF kan clubs ondersteunen bij het professionaliseren van besturen. ●

Inspirators

Strategische keuzes durven maken, klantgerichtheid nastreven, het maatschappelijk belang dienen. Het zijn niet alleen in de golfbranche belangrijke thema's. Hoe gaan aansprekende bedrijven in andere sectoren om met deze uitdagingen? Hoe raken zij hun klanten? Hoe overleven zij in een snel veranderende markt? We verkennen de succesverhalen van drie inspirerende organisaties.

De Bijenkorf

Keuzes durven maken

Over twee jaar bestaat de Bijenkorf 150 jaar en het grootste warenhuis van Nederland floreert nog altijd. Omzetgroei voor het vijfde jaar op rij en mooie cijfers die ver boven het markt-gemiddelde liggen. Volgens detailhandelkenner Paul Moers bewijst de Bijenkorf dat Nederland geen warenhuisprobleem had, maar een V&D-probleem. Het ter ziele gegane V&D liet klanten meedenken over een nieuw concept. Alsof de kapitein van een zinkend schip aan zijn passagiers vraagt wat hij moet doen, aldus Moers. Hij noemt de Bijenkorf een toonbeeld van een bedrijf dat snapt dat vernieuwen noodzakelijk is en begrijpt dat, ook al heb je succes, achteroverleunen geen optie is. Retailers die op hun plek blijven, worden achterhaald door vernieuwingen. De Bijenkorf durft duidelijke keuzes te maken. Consumenten weten daardoor waar de keten voor staat. De Bijenkorf richt zich met de premium experience-strategie sinds 2013 nog nadrukkelijker op de bovenkant van de markt. Op de consument met stijl en geld. Met exclu-

sieve merken, met optimale aandacht voor beleving en emotie. Het warenhuis wil ook een ontmoetingsplaats zijn. Lastige maatregelen werden niet uit de weg gegaan. Zo sloot de directie vijf locaties. Niet omdat deze verliesgevend waren, maar omdat ze niet aan de eisen van de nieuwe positionering voldeden. Om dezelfde reden werden ook de Drie Dwaze Dagen geschrapt. Met forse investeringen toonde het concern dat de nieuwe strategie serieus genomen werd. De fysieke en virtuele winkel-vloer werden verder geïntegreerd en de keten blijft innoveren. Zo werden medewerkers uitgerust met een tablet, zodat ze niet langer afhankelijk zijn van een vaste kassaplaats. Online is de personalisatie al ver doorgevoerd en die leidt uiteindelijk tot één-op-één-marketing waarbij iedere klant zijn of haar eigen Bijenkorf krijgt. Bij al die vernieuwingen houdt de Bijenkorf toch ook vast aan het eigen cultureel erfgoed door op eigentijdse wijze aandacht te besteden aan de van oudsher bestaande band met kunst.

Coolblue

Obsessieve focus op klanttevredenheid

Een idee van een groep bevriende studenten groeide uit tot één van de grootste webwinkels in Nederland. Digitale perfectie gekoppeld aan extreme klantgerichtheid. Dat beginsel is in de hele organisatie van Coolblue doorgevoerd. De klant verwon-

“Het bedrijf mikt op klanten die zo tevreden zijn, dat zij de marketing voor hun rekening nemen via social media en koffieautomaat”

deren door verwachtingen te overtreffen. Iets anders doen dan een ander. Net dat stapje extra zetten. Bestellen bij Coolblue moet een feestje zijn. De levering op zondag, de grappige doos, de deskundige helpdesk, filmpjes met product-informatie en een handgeschreven kaartje. Een hoog niveau van vertrouwen in de klant: niet in discussie gaan maar problemen snel en correct oplossen. Zo kweek je een goede reputatie. Het bedrijf mikt op klanten die zo tevreden zijn, dat zij de marketing voor hun rekening nemen via social media en koffieautomaat. Coolblue neemt beslissingen op basis van data en is voortdurend met de klant in gesprek: wat vindt de klant waardevol, hoe waardeert de klant zaken? Wat kan beter? Daarna worden diensten en producten snel aangepast. Internet is zeer transparant. Klanten kiezen voor de concurrent als het product daar een paar euro goedkoper is. Daarom verkoopt Coolblue steeds meer producten die nergens anders te koop zijn en die het speciaal laat fabriceren. De bezem ging het afgelopen jaar door de productcategorieën. Wat heeft een klant aan een overvloed aan vrijwel identieke producten? Die opschoonactie moet klanten helpen sneller een goede keuze te maken. Backoffice bestaat niet meer in de organisatie van Coolblue. Iedereen maakt deel uit van de frontoffice om

extreem klantgericht te kunnen zijn. Alle afdelingen weten van elkaar waar zij aan werken. Vriendschap ontstaat alleen bij gelijkwaardigheid. Daarom kom je bij Coolblue niet snel iemand tegen met een stropdas en worden klanten persoonlijk aangesproken. Coolblue verandert continu. Soms omdat het kan, soms gewoon omdat het moet in één van de snelst veranderende markten. Dat vraagt om flexibiliteit van medewerkers, zakelijke partners, systemen en processen.

Triodos Bank

Duurzaamheid als businessmodel

Duizenden nieuwe klanten meldden zich eerder dit jaar bij Triodos Bank. Aanleiding was de commotie over de voorgenomen salarisverhoging van ING-topman Ralph Hamers. Het bewijs dat er nog altijd veel bewustzijn is dat het duurzamer kan en moet in het bankwezen. Triodos had vanaf de start een maatschappelijk doel voor ogen, hield al die jaren vast aan dat businessmodel en plukt daar nu de vruchten van. Van voorloper werd de bank trendsetter. Duurzaamheid en geloofwaardigheid bleken na de financiële crisis twee gigantische troeven te zijn. Triodos staat voor het financieren van verandering. Een samenleving tot stand helpen brengen waar levenskwaliteit en menselijke waardigheid voorop staan. Zonder hijgerige groeistrategie. Mensen komen naar Triodos omdat ze impact willen met hun geld en die belofte wil de bank waarmaken. Zelfs voor een maatschappelijk geëngageerde bank is altijd een opvallend innovatief beleid gevoerd. Triodos controleert niet alleen of hun investeringen duurzaam en sociaal zijn, maar heeft ook een grote voorkeur voor projecten en bedrijven die vernieuwend zijn. In alle landen waar de bank actief is, vindt productontwikkeling plaats. Opbouwen van betekenisvolle relaties is daarbij een belangrijke doelstelling. Met deze tactiek zijn, tot verbazing van velen in de financiële wereld, grote successen geboekt. Rendabel en duurzaamheid kunnen samengaan. De bank werkt zelf ook aan vernieuwende producten en diensten. De nieuwe app is een voorbeeld van technologische en sociale innovatie. Triodos wil de gevestigde aannamen over het financieel stelsel uitdagen. Door steun aan partners en samenwerking met anderen die een vergelijkbare visie hebben. Daarnaast draagt de bank de eigen kijk op belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen uit tijdens zelf georganiseerde evenementen. Triodos laat rustig en consequent zijn merkkracht groeien. De bank won daarvoor enkele jaren terug een prestigieuze marketingcommunicatieprijs. De jury waardeerde dat het succes volledig vanuit eigen kracht wordt gerealiseerd. Een merk dat denkt en handelt vanuit de 'why' ●

Zo wordt er vergaderd bij Coolblue.



"Wij willen gewoon dat iedere gast hier een topdag beleeft!"

De 47-jarige Sabine Riezebos is general manager bij Bernardus, de nieuwe high-end baan in Cromvoirt die voor iedereen die kan golfen, toegankelijk is. Lidmaatschappen zijn niet mogelijk en greenfees worden niet verkocht maar gasten zijn lid voor een dag voor 150 euro. Waarom is hiervoor gekozen en wat mogen gasten verwachten?

SABINE RIEZEBOS | LEEFTIJD 47 jaar | FUNCTIE General manager Bernardus | HANDICAP 36 | WOONPLAATS Blaricum | MOTTO Do what you love and love what you do!

Wat is daglidmaatschap anders dan greenfee? "Bij een greenfee betaal je voor negen of achttien holes. Met ons day membership mag je een hele dag onbeperkt golfen en de hele dag gebruikmaken van alle faciliteiten zoals de fitnessruimte, sauna, het zwembad, de tennisbaan, hammam, short game area, drivingrange, inclusief de simulator en gratis ballen. Je partner, die misschien geen golf speelt, mag dat ook."

Waarom is daarvoor gekozen? "Dit concept is er nog niet in Nederland en de behoefte is er wel. Hoe vaak hoor je de fervente golf liefhebbers niet zeggen: 'Ik zou zo graag eens op die of die baan willen spelen, maar daar mag je niet op als je geen lid bent.' Bij ons mag iedereen komen, iedereen betaalt hetzelfde en iedereen wordt hetzelfde behandeld. Ook de factor tijd speelt mee. Lid zijn van een club, en zeker van een topclub, is heel duur als je niet zo vaak speelt. Waarom dan niet een hele dag onbeperkt golfen op een topbaan inclusief gebruik van allerlei mooie faciliteiten?"

Richten jullie je ook op toeristen? "Ik denk zeker dat er een grote markt om de hoek ligt. Veel Duitse toeristen die op weg zijn naar de kust, passeren ons en ook vanuit België verwachten we veel bezoekers. Zij zijn bereid iets meer te betalen voor kwaliteit en wij hebben hier met Noble Kitchen ook nog een toprestaurant in huis. Maar we verwachten ook toeristen vanuit Amsterdam, want een Japanner of Amerikaan draait z'n hand niet om voor een uurtje reizen voor een unieke golfbeleving."

Wat is voor jullie die Golf Experience? "We willen dat iedereen zich hier echt thuisvoelt. Daarom loop je niet gelijk tegen een receptiebalie aan, staat er een lekker lounge muziekje op en krijg je een kopje koffie of een glaasje Bernardus wijn aangeboden. Ons team bestaat alleen maar uit mensen die gastvrijheid en vriendelijkheid in de genen hebben. Het moet voelen als een dagje golfvakantie."

Hoe zijn jullie laagdrempelig? "We willen golf veranderen zonder de tradities te veranderen. Onze basis is eigenlijk: no rules! Het wordt geen chaos en we gaan uit van een beetje common sense. Maar waarom zou je niet in een spijkerbroek mogen golfen als die lekker zit? Waarom mag je niet in een

flight van vijf of zes vrienden spelen als er genoeg ruimte in baan is? Waarom alleen starten vanaf hole 1 of 10? We werken ook niet met verschillende kleuren tees. Bij ons staan bij de afslagplaatsen alleen bordjes met de afstanden tot de green. Kies de afstand waar je je lekker bij voelt. Elk niveau speler kan hier plezier hebben, van beginner tot topgolfer. Fietzers en wandelaars die alleen willen lunchen, zijn ook van harte welkom."

Wat zijn na de opening de volgende stappen? "We willen zo snel mogelijk data verzamelen van alle rondes en spelers zodat we een dynamisch systeem kunnen creëren waarmee we elke golfer de optimale dag en beleving op maat kunnen bezorgen. Stel dat een golfer nog drie holes wil spelen voordat hij of zij weggaat, dan willen we in ons systeem kunnen zien dat bijvoorbeeld hole 5, 6 en 7 vrij zijn en dan brengen we die speler daarnaartoe. Het kan uiteindelijk heel ver gaan, tot en met het klaarzetten met jouw favoriete koffie na hole 9. We willen steeds blijven verrassen. Verder werken we ook aan een eigen golfmanagementsysteem omdat we flexibeler willen zijn dan mogelijk is met de standaardsystemen."

Welke functie heeft het restaurant? "Noble Kitchen is bedacht door Michelinsterrenchef Edwin Kats. Het is een plek voor soulfood and happy times. Hij deelt onze filosofie van het creëren van gedenkwaardige herinneringen en samen zijn Noble Kitchen en Bernardus een perfecte combinatie. Iedereen kan overigens zeven dagen in de week ook binnenlopen bij ons Bernardus Café voor lunch en diner."

Wat is Bernardus over vijf jaar? "We zijn natuurlijk heel

blij dat we het KLM Open mogen hosten vanaf 2020 maar de baan is niet met dat doel gebouwd. Onze tagline is en blijft Golf & Memories. We hopen dat mensen hier herinneringen maken en die delen met anderen. Als wij die herinneringen zo mooi mogelijk kunnen maken, hebben wij ons doel bereikt."



"We hopen dat mensen hier echt mooie herinneringen maken en die delen met anderen"

VOOR U GESPOT

Nederland in cijfers

NU

telt ons land 17,1 miljoen inwoners

- Van hen zijn 3,4 miljoen jonger dan 18 jaar en 3,2 miljoen 65-plus.
- Circa 2200 mensen zijn 100 jaar of ouder.
- Er zijn onder de 18 jaar 83.000 meer jongens dan meisjes.
- Er zijn boven de 65 jaar 267.000 meer vrouwen dan mannen.
- 63 procent van de 80-plussers is vrouw.
- Mannen zijn gemiddeld 40,8 jaar oud en vrouwen 43,1 jaar.
- Er is 1 km² land voor elke 504 inwoners.
- Er zijn 7,8 miljoen huishoudens waarvan bijna 3 miljoen uit één persoon bestaan, 2,5 miljoen uit twee en 2,3 miljoen uit drie of meer personen.
- Er zijn 1,1 miljoen huishoudens met 1 kind, 1,1 miljoen met 2 kinderen en 407.000 met 3 of meer kinderen.
- 199 gezinnen tellen 10 of meer kinderen
- Nieuwe moeders zijn gemiddeld 29,7 jaar, nieuwe vaders 32,7 jaar.
- 3% van de baby's heeft een moeder van 40 jaar of ouder.
- Er zijn 3,9 miljoen personen met een migratieachtergrond, van wie 2,2 miljoen met een niet-westerse achtergrond.
- 45% van de mensen met een niet-westerse migratieachtergrond is in Nederland geboren.

STRAKS

rond 2040, stabiliseert de bevolking op ruim 18 miljoen

- Ruim een kwart van hen is 65 jaar of ouder.
- Ruim 1 op de 6 inwoners woont in een van de vier grote steden.
- Tilburg, Almere of Eindhoven is met elk bijna 250.000 inwoners de vijfde stad van het land.
- Vanaf 2038 overlijden meer mensen dan er worden geboren.
- 3,1 miljoen personen hebben een niet-westerse migratieachtergrond.
- 53% van de personen met een niet-westerse migratieachtergrond is in Nederland geboren.
- Het aantal huishoudens is met circa 80.000 toegenomen, vrijwel allemaal eenpersoonshuishoudens.
- 43% van alle huishoudens bestaat uit één persoon.
- Net als nu krijgt een op de vijf vrouwen geen kinderen.

Bron: CBS



Van lead naar lid

Open (golf)dagen, sportintroductieweken en de AH Sportactie hebben één ding gemeen: ze laten jaarlijks duizenden mensen kennismaken met golf. Mensen die golf wel eens willen uitproberen. Hoe zet je als golfbaan of -club deze eerste ontmoeting om in zo'n positieve ervaring dat iemand vaker terugkomt en zich zelfs aan de club wil verbinden? Met andere woorden: hoe maak je van een lead een lid en uiteindelijk een golfambassadeur?

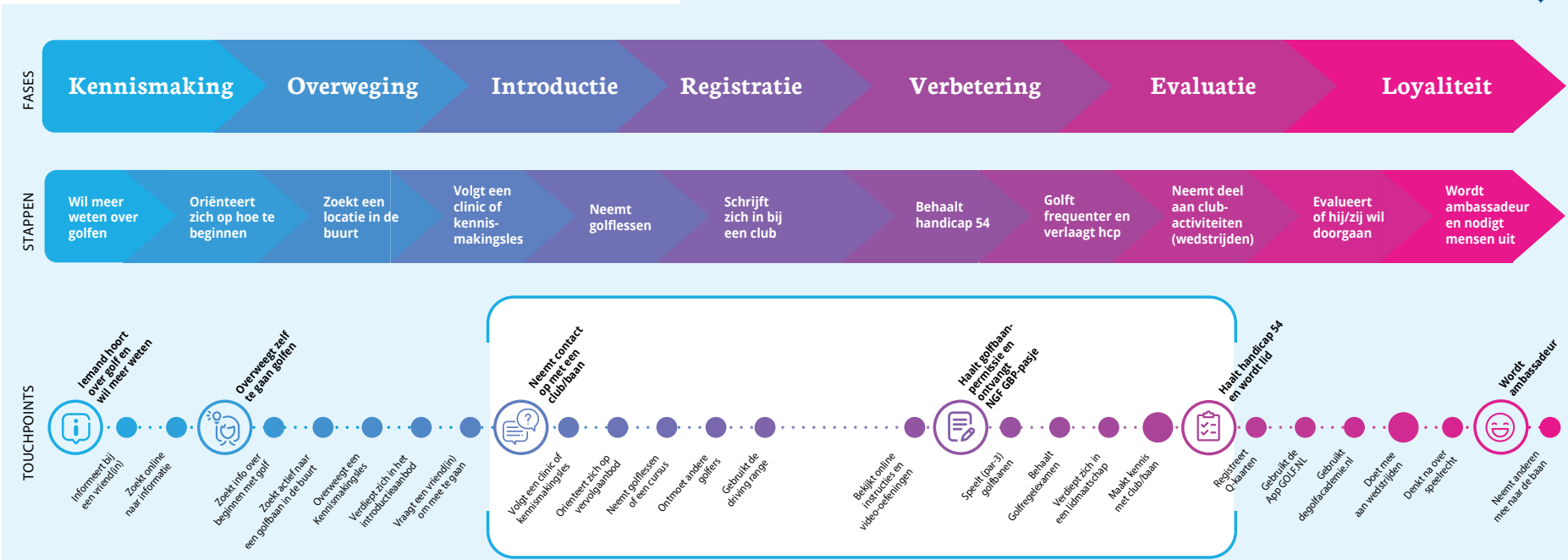
De tijd dat een nieuwe golfer na een enkele introductie een lidmaatschap voor het leven afsluit, is voorbij. Uit cijfers van de Open Golf-dagen en AH Sportactie blijkt dat 85 procent van de bezoekers de intentie heeft terug te komen en 35 procent zelfs een lidmaatschap overweegt. Echter, de realistische cijfers van clubs en banen laten nog geen 10 procent conversie zien. Dit betekent niet dat de acties niet goed zijn, integendeel zelfs, golf zit doorgaans bij de top 10 populairste sporten. Het probleem is dat het ontbreekt aan de juiste opvolging na de eerste kennismaking en het gebrek aan informatie die we hebben over de nieuwe golfer. 31 procent van de bezoekers gaf aan niets gehoord te hebben na hun bezoek, 35 procent van de golfbanen had geen gegevens genoteerd van hun bezoekers. Zonde, want zo is het werk aan de voorkant voor niets geweest. Wat moet je doen om de conversie bij nieuwkomers omhoog te krijgen? Dat zit hem grofweg in twee acties. Ten eerste, analyseer het gedrag van nieuwe golfers en luister goed naar

hun wensen en behoeftes. Ten tweede, kijk succesvolle leden-werfprogramma's af bij andere golfclubs en -banen.

Actie 1: Krijg inzicht in je doelgroep Deze eerste actie is van belang om jezelf goed inzicht te geven in de doelgroep die je graag wilt binden: nieuwe golfers. Ga er niet vanuit dat jij precies weet waar een nieuwe golfer behoefte aan heeft als hij/zij begint. En bedenk ook dat er verschil zit in de wensen en behoeftes van elk type nieuwe golfer; een beginnend kind, een jongvolwassene of een oudere golfer vragen om verschillende benaderingen en programma's. Inzicht krijgen in de wensen en behoeftes van je doelgroep kan goed met een zogenaamde 'player journey' (zie de figuur op de volgende pagina). Deze is opgesteld aan de hand van de cijfers en reacties van de laatste twee jaar Open Golfdagen en AH Sportactie en is opgebouwd uit drie 'verdiepingen'. De eerste fase is het meest algemeen, namelijk in welke fase bevindt een nieuwkomer zich? Iemand die bijvoorbeeld komt kennismaken, is nog helemaal niet bezig met de overweging of hij/zij een handicap wil halen, laat staan een speelrecht overweegt. De tweede verdieping geeft aan welke concrete stap iemand neemt om een fase verder te komen. Ook dit is goed te weten om te voorkomen dat het proces van nieuwkomer naar lid niet geforceerd wordt, met afhakers tot gevolg. De laatste verdieping is het meest relevant voor de uitvoering van het proces om nieuwe golfers te binden

Foto boven: De Open Golfdagen bieden dé kans om leden te werven, mits goed voorbereid.

Player journey | Van lead naar golfambassadeur



aan jouw golfclub of -baan. De zogenaamde touchpoints geven namelijk inzicht in de daadwerkelijke acties die iemand uitvoert of situaties waarmee iemand in aanraking komt. Deze touchpoints kun je als golfclub of -baan beïnvloeden om de kans zo groot mogelijk te maken dat een nieuwe golfer verder gaat in zijn ‘journey’ om lid te worden.

Niet tijdgebonden Bij het werven en binden van nieuwe golfers is er geen vast tijdsbestek waarin iemand zijn/haar journey doorloopt. Sommige nieuwkomers zijn vooraf al vastbesloten dat ze een golfer willen worden en doorlopen het proces in een paar maanden. Maar steeds vaker zien we dat een nieuwkomer eerst een bepaalde waarde moet creëren aan golf voordat hij/zij besluit zich te

binden. Dit zijn waarden op zowel het sportieve vlak (het gevoel van een bal honderd meter wegslaan) als op het sociale vlak (samen beginnen met golf).

Het proces stopt niet bij handicap 54 Uit cijfers van de NGF blijkt al jaren dat de helft van de nieuwe golfers de sport binnen twee jaar verlaat. Daar tegenover staat dat golfers vanaf handicap 28 en lager de golfsport bijna niet meer verlaten. De grootste groep golfers in Nederland heeft een handicap van 54 en zou dus logischerwijs onze meeste aandacht moeten krijgen. Helaas worden te veel nieuwkomers nog opgeleid om hun baanpermisatie of handicap-54-registratie te halen en verdwijnen ze daarna uit de scope van de golfclub of -baan. Nog een reden waarom we nieuwkomers veel aandacht moeten geven, is dat uit cijfers van het NOC*NSF blijkt dat nieuwe sporters, die zich net gebonden hebben aan een sport(club), de beste ambassadeurs zijn om andere nieuwe sporters aan te trekken. Eén plus één kan in dit geval heel goed drie worden.

Actie 2: Beter goed gejat dan slecht verzonnen Als je eenmaal je analyse gemaakt hebt en je weet wanneer en hoe je nieuwe golfers positief kunt beïnvloeden in hun player journey, is het tijd voor de volgende stap. Zorg voor een goed ledenwerfprogramma waarmee je nieuwe golfers bindt. Bij wie kan je dit beter afkijken dan bij een golfbaan die succesvol is in het vasthouden van nieuwe golfers na hun eerste kennismaking? Monique van Asten, marketing- en communicatiemanager op Delfland, deed in 2017 mee met de AH Sportactie. “Via de AH Sportactie kregen wij honderd inschrijvingen doorgestuurd. Nadat wij deze mensen ons beginnersprogramma hadden

“Nieuwe sporters, die zich net gebonden hebben aan een sport, zijn de beste ambassadeurs om andere sporters aan te trekken”

opgestuurd, kwamen er zelfs meer dan honderd mensen opdagen. Ons aanbod was drie gratis golfflessen van vijftig minuten, zo veel mogelijk onder begeleiding van dezelfde golfpro. Tussen de lessen door mocht iedereen zelf oefenen op onze oefenfaciliteit en bij de laatste les gingen ze de baan in om een paar holes op onze par-3-baan te spelen. Wij hebben via onze Golfacademy vervolgaanbiedingen gedaan, waarbij we de variatie boden in de snelheid waarmee ze hun volgende stap konden zetten. Allemaal in het kader van ‘bij ons leert u écht golfen’ en bijna altijd in groepsverband. Dit aanbod werd aan het einde van iedere les gedaan en ook stuurden wij dit direct na de laatste lesdatum per mail nog eens op. Daarnaast houden wij contact met de groep door ze steeds uit te nodigen voor acties die wij het hele jaar door hebben voor beginners. Het gevolg was dat een aantal mensen zich direct aanmeldde voor een vervolgprogramma en dat veel mensen na de winter alsnog terugkwamen

voor een vervolgtraject. Om de cirkel helemaal rond te maken, moeten we met de mensen die niks van zich hebben laten horen, persoonlijk (telefonisch) contact opnemen, dat staat nog op de planning. Wij zijn benieuwd naar de resultaten van de AH Sportactie 2018, te meer omdat nog meer pro’s zich hiervoor hebben ingespannen. Wat wij hebben geleerd is dat het goed werkt om (intern) met een klein team te werken en de lijnen kort te houden. Ik deed de administratie en had direct contact met de pro’s die de begeleiding en het contact met de mensen hadden. Daardoor was de persoonlijke aandacht groot en kreeg iedereen direct na afloop een vervolgaanbod. Het voordeel van meedoen met een actie als deze is dat je meelift op de grootste marketingmachine van Nederland zodat

we aan marktvergroting kunnen doen in plaats van golfers bij elkaar wegkapen. Voorwaarde aan deelname is wel dat je het op dezelfde grondige en persoonlijke manier aanpakt als wij, want anders komen er honderd dagjesmensen bij je langs.”

Aandacht voor het proces Het werven van een nieuwe golfer is niet zozeer het probleem, hen behouden is de uitdaging. Dit is een traject van een jaar, soms wel twee, waarbij continu rekening moet worden gehouden met de fase waarin een potentieel nieuw lid zich bevindt. Veel te vaak worden er fases overgeslagen. “Leuk dat je een keertje hebt gegolft, dit zijn onze lidmaatschapsvormen waaruit je kunt kiezen.” En veel te vaak stoppen we te vroeg met het beïnvloeden van het proces waarin een nieuwe golfer zit. “Hier heb je je handicap-54-registratie, veel plezier met golf.” Als dit proces niet steeds hét aandachtspunt is van golfclubs of -banen die nieuwe leden nodig hebben, verlaten jaarlijks net zoveel golfers de sport als dat erbij komen. ●

Meer weten?
 Meer informatie over de AH Sportactie en/of de Open Golfdagen vind je op www.ngf.nl onder Caddie op Ledenwerving en -behoud. Wil je de Player journey aanvragen? Stuur dan een e-mail naar Jaco Schippers: jaco.schippers@ngf.nl. Voor vragen over Sportief beleid kun je een e-mail sturen naar clubdeveloper Alexander Renders: alexander.renders@ngf.nl.

Monique van Asten (Golfbaan Delfland): “Wij zijn benieuwd naar de resultaten van de AH Sportactie 2018, te meer omdat nog meer van onze pro’s zich hiervoor hebben ingespannen.”



APP GOLF.NL

Reageer. Daag uit. Speel!

De app GOLF.NL is verbeterd.
Gebruiken jullie hem al op de club?



iPhone



Android



Justin

Hey Frank, mooie ronde heb je gespeeld!

14:54



Frank

Thanks! Wanneer gaan wij de baan op?

14:56



Justin

Zaterdag 13:00 uur? Ik heb Antoine ook uitgenodigd!

15:02

Verbeterd
en gebruiks-
vriendelijker

90.000+

downloads
van de app

100.000+

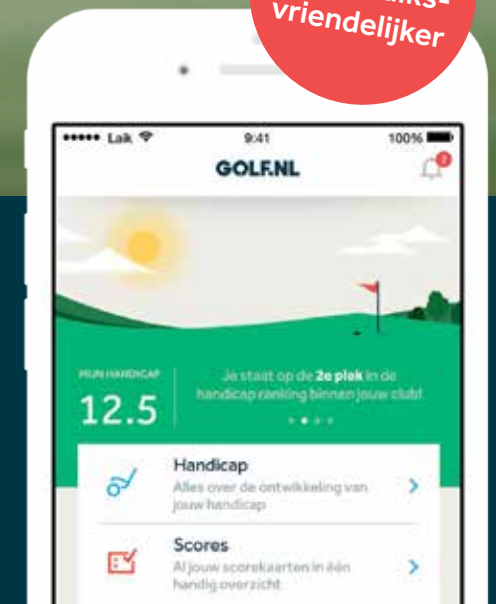
gespeelde score-
kaarten in 2017

98%

aangesloten
banen en clubs

200+

gebruikers
per club





Seve Juniors on Tour!

Golfen saai? Niet voor de kinderen die spelen bij Golfcenter Seve in Rotterdam. Met een afwisselend oefen- en lesprogramma krijgen professional Michael Koster en ‘surrogaat tante’ Denise Wondergem een almaar groeiende groep jongens en meisjes naar de golfbaan. Wat zijn de gouden tips om een plek te creëren waar golf de gemeenschappelijke deler is, die plezier ademt en waar je graag je vriendjes en vriendinnetjes mee naartoe neemt?

“Golfen is leuk! Dat moet vooral bij de jongste spelertjes altijd de bovenliggende gedachte zijn”, zegt Michael Koster die al vijftien jaar de jongste garde bij de Rotterdamse golfclub onder zijn hoede heeft. Hij weet precies wat nodig is om de kleintjes aan de slag te houden. Dat veel andere sportverenigingen en -bonden daar moeilijk in slagen, blijkt uit de statistieken. Zodra jongeren een jaar of dertien worden, haken ze af. Ze voelen zich niet thuis op de club of hebben het gewoon niet meer naar hun zin. De kans dat zij op latere leeftijd echter terugkeren in de sport of bij de vereniging is beduidend groter wanneer zij op jongere leeftijd hebben leren golfen én zich er thuis hebben gevoeld. “Bij ons is de groep zes tot negen jaar het grootst en groeit het snelst. Logischerwijs passen wij onze kalender aan op deze groep kinderen.”

“Mama, dit was echt leuker dan het schoolreisje!”

Kind staat centraal Het jeugdprogramma kent vier lesblokken van drie maanden per jaar. Koster: “De eerste twee lessen zijn altijd gratis. Zo kan een kind ervaren of de sport écht zo leuk is als vooraf gedacht en onze pro’s kunnen dan beoordelen bij welke groep het kind kan instromen. Om te horen welke groep het kind zelf het leukst vindt, vragen we met regelmaat hoe het gaat en of hij/zij tevreden is. We willen dat zij tot hun recht komen op basis van leeftijd, niveau, motoriek en vooral plezier.” De manier van lesgeven van de pro’s bij Golfcenter Seve is natuurlijk geen uitzondering in Nederland; het spelen-derswijs kennismaken met de golfsport, soms niet eens een golfclub en -bal aanraken, maar focussen op de motorische ontwikkeling en plezier, staat bij steeds meer golfscholen centraal.

Nieuw succesnummer Sinds april heeft Seve een nieuw succesnummer: Seve Juniors on Tour. In april werd een

“Mag ik de volgende keer drie vriendjes meenemen in plaats van een?”

touringcar gehuurd en ging de groep kids op pad naar een grote baan. De excursie naar een andere baan is ontstaan uit vertrouwen in het eigen product. “De Juniors Club van Seve is zó gezellig en vertrouwd voor de kinderen en hun ouders, dat wij echt niet bang zijn dat zij het elders leuker zullen vinden. De excursie is bedoeld om de oefenrondjes op de eigen par-3 baan en de trainingen in het grootste trainingscomplex van Nederland af te wisselen. Behalve dat het een leuke dag is, komt het de golfvaardigheid van de kinderen enorm ten goede”, heeft Koster ervaren.

Kinderen als de assistent pro De kinderen hebben het bij Seve voor het zeggen. “Dat is misschien wel de belangrijkste tip die ik kan geven aan mijn collega’s. Ik heb petjes laten maken met daarop ‘assistent pro’. De kids vinden het supertof om zelf hun eigen vriendjes les te mogen geven – uiteraard kijk ik mee en let ik op de veiligheid en techniek – maar dat kwartiertje van de les waarin zij het voor het zeggen hebben, zorgt ervoor dat het kind aan mij vraagt of hij de volgende keer drie vriendjes mee mag nemen in plaats van een.” Sinds Seve is overgenomen vijf jaar geleden, is de groep jeugdleden gegroeid van



45 naar 300 kinderen. “Ik durf mijn handen ervoor in het vuur te steken dat de kinderen zelf – als ambassadeurs – het grootste aandeel hebben in het verspreiden van deze olievlek.”

Regeltante Denise Het succes is niet in de minste plaats te danken aan Denise Wondergem, het gezicht van de Seve Juniors, aanspreekpunt voor alle ouders en kinderen, ondersteunend aan de pro’s, ‘regeltante’ en bovenal een vertrouwd figuur binnen de vereniging. “De jeugdleden die verspreid over de vrijdag en zondag training krijgen, weten mij altijd te vinden”, zegt Wondergem. “Geregeld komen er kinderen met een nieuw vriendje of vriendinnetje naar de les. Ze zijn zelf de grootste ambassadeurs van de sport en de club.” Koster en zijn collega pro’s zijn blij met de ondersteuning van Denise. “Wij kunnen ons focussen op de golfvaardigheid en een passend trainingsprogramma voor de kinderen. De uitstapjes, vriendjes- en vriendinnetjestoernooien en andere evenementen worden georganiseerd en aangekleed door Denise en de jeugdcommissie. Het is een prettig idee dat zij altijd als eerste benaderd kan worden.” ●

Wil je meer informatie over het NGF-beleid op het gebied van jeugd- & familiegolf, neem dan contact op met Floris van Imhoff: floris.vanimhoff@ngf.nl. Voor informatie over Golf RAAK! is Patty Smit bereikbaar via patty.smit@ngf.nl.

Denise Wondergem en Michael Koster



Foto boven: De juniors van Seve en hun ouders voelen zich thuis op de club.

VOOR U GESPOT

Millennials

Veel sportorganisaties lopen ertegenaan: het betrekken van de Millennials (geboren na 1985). Sportverenigingen vinden het lastig vrijwilligers te werven uit deze generatie, sportbonden kunnen maar moeilijk jongeren in hun besturen te krijgen. Waarom? Niet omdat deze doelgroep niet wil. Wel omdat de manier van organiseren en besturen niet bij hen aansluit. Hier zes tips:

- 1 Millennials zijn constant verbonden en hechten veel waarde aan real life ervaringen.
Het gebruik van ‘nieuwe’ media is een randvoorwaarde in de omgang met Millennials. Maar ze zijn ook op zoek naar real life, memorabele ervaringen om te delen met anderen. Het is niet voor niets dat de meer extreme sporten en bijzondere festivals in opkomst zijn.
- 2 Millennials zijn de drijvende kracht achter de ‘deeleconomie’.
De deeleconomie gaat over het niet meer per se willen bezitten van goederen maar om het kunnen gebruiken ervan. Deze generatie hecht minder waarde aan bezit en status.
- 3 Millennials zoeken flexibiliteit en afwisseling maar zijn zeer loyaal en merkgeoriënteerd.
Ze willen uitgedaagd worden. Repeterende taken en het vervullen van ‘functies’ past deze generatie niet. Ze willen zichzelf én hun omgeving ontplooiën.
- 4 Millennials zijn niet formeel maar wel informeel solidair.
Voor iets dat dicht bij het hart ligt, is de Millennial zeker bereid zich in te zetten. Hetzelfde geldt voor mensen die dichtbij staan. Dat heet informele solidariteit.
- 5 Millennials zijn ondernemend en kritisch op gezag.
Millennials hebben het niet zo op babyboomers. En al helemaal niet om mee samen te werken. Laat staan in vrijwillig verband. In beginsel omdat babyboomers het niet zien als ‘samenwerken’ maar als ‘leidinggeven aan’. Babyboomers zijn namelijk wel hiërarchisch ingesteld, Millennials helemaal niet.
- 6 Millennials zijn niet lui maar efficiënt. Ze zoeken naar snelle en makkelijke oplossingen.
Millennials willen snel resultaat zien.

Hoe kun je Millennials betrekken in een sportorganisatie? Grote kans door ‘agile’ te werken: snel, flexibel, wendbaar, impact makend en vol vrijheid om te ondernemen en te ontplooiën. Met een agile sportorganisatie sla je twee vliegen in één klap: je kunt flexibeler inspelen op de veranderende markt én je bent beter in staat Millennials aan te trekken om dit te realiseren.

Bron: Firma Leef Sportmarketing (www.firmaleef.nl)

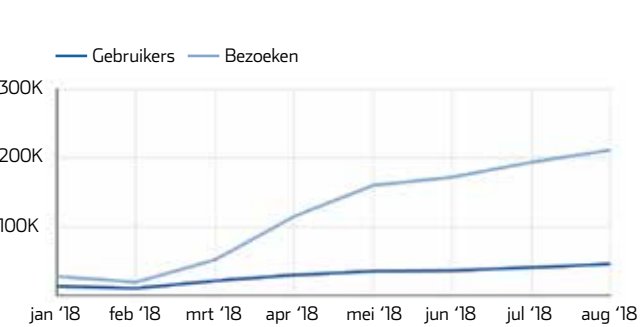
Op naar 100.000 gebruikers

In 2016 heeft de NGF de APP GOLF.NL gelanceerd. Met deze app kun je (qualifying) scorekaarten invullen en de handicap wordt na een ronde meteen aangepast. Sinds de start groeit het aantal downloads gestaag en het aandeel qualifying kaarten neemt toe ten opzichte van het aandeel non-qualifying kaarten. Hieronder een overzicht met data van 2018 tot en met eind augustus.

Gebruikers	Spelende golfers	Gestarte kaarten	Afgeronde kaarten
87.812	40.404	186.256	163.115

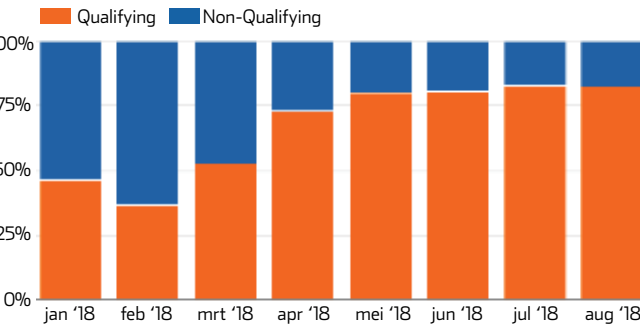
Gebruikers en bezoeken

In januari stond de teller op 60.000 gebruikers, eind augustus waren het er bijna 90.000. Het aantal spelende golfers, golfers die de app gebruiken voor scorekaarten, is 40.404. Het aantal bezoeken zie je vanaf maart stijgen naar uiteindelijk meer dan 200.000. In 2018 werden er gemiddeld 4,04 qualifying kaarten gespeeld per spelende golfer, 18% meer dan in 2017.



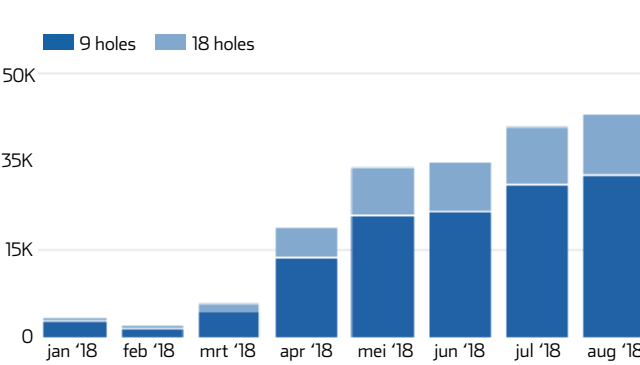
Qualifying vs. non-qualifying kaarten

Waar er in januari en februari nog meer non-qualifying kaarten werden geregistreerd, sloeg die verhouding in maart om. Vanaf mei ligt het aandeel qualifying kaarten zelfs boven de 75%. Dit betekent dus dat van alle kaarten die met de app zijn geregistreerd, er meer dan driekwart de handicap hebben beïnvloed.



Totaal afgeronde kaarten

In de eerste acht maanden van dit jaar zijn er 186.256 kaarten gestart waarvan er meer dan 163.000 zijn afgerond. In onderstaande grafiek zie je dat er flink meer kaarten voor 9-holes- dan 18-holes-ronden zijn afgerond. In augustus werden de meeste kaarten ingeleverd, meer dan 38.000.



Top 10 meest afgeronde banen

Van de afgeronden kaarten werden veruit de meeste gespeeld op Golfclub Spaarnwoude, 5155 wat neerkomt op 3%. Tussen de nummer 2 (Prise d'Eau Golf) en 5 (Delfland) zit maar een verschil van 230 kaarten.

Baan	Afgeronde kaarten
1 Golfclub Spaarnwoude	5.155
2 Prise d'Eau Golf	3.659
3 Golfbaan Bentwoud	3.651
4 Golfclub Het Rijk van Nijmegen	3.556
5 Golfbaan Delfland	3.421
6 Golfbaan Regthuys	2.858
7 GC De Scherpenbergh	2.574
8 GV De Drentsche	2.390
9 G&CC 't Sybroek	2.371
10 GC Landgoed Bergvliet	2.236

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.

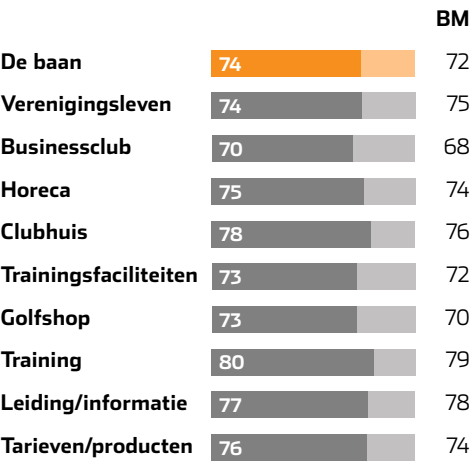
deloitte.nl

Betere rapportcijfers in Players 1st

Players 1st is een tool waarmee golfclubs en -banen via periodieke enquêtes kunnen meten hoe tevreden golfers zijn over onder meer de tarieven, trainingsfaciliteiten, golfschool, horeca en onderhoud van de baan. Er zijn twee vragenronden geweest in 2018 waarin 5.822 enquêtes zijn ingevuld door leden van golfclubs (respons 36 procent) en 2.107 enquêtes door nieuwe golfers (respons 32 procent). Het beeld is vrij positief maar zijn er zeker ook verbeterpunten.

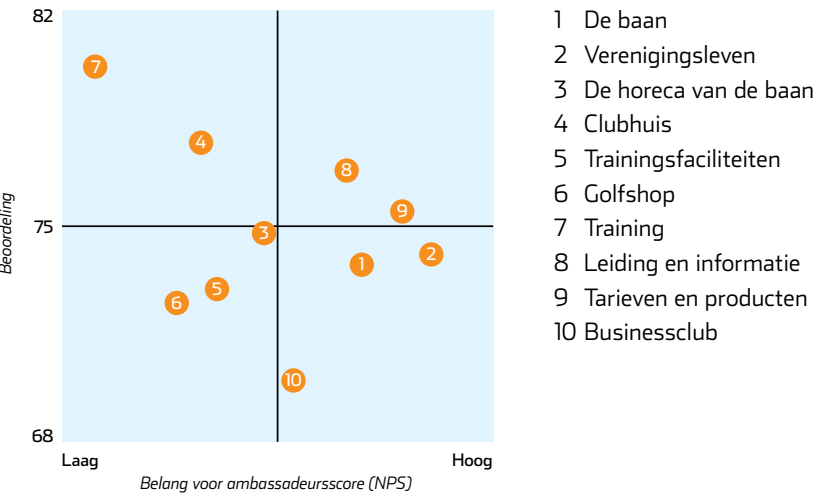
Beoordeling per dienstgebied

De resultaten van de ledenenquêtes van mei en juli zijn positief. Tien diensten werden gewaardeerd en vrijwel alle kregen een hoger cijfer dan in 2017. Alleen ‘Verenigingsleven’ zakte van 75 naar 74 en ook ‘Leiding en organisatie’ ging een punt omlaag naar 77. Ondanks de droogte heeft kreeg de baan een hoger cijfer (van 72 naar 74).



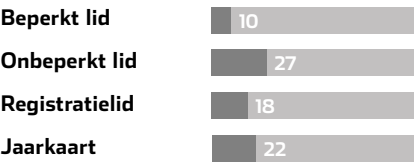
Net Promotor Score (klantloyaliteit)

De resultaten van de ledenenquêtes zijn verwerkt in onderstaande grafiek. Deze geeft weer hoe belangrijk de score van een dienstgebied is voor de NPS (ambassadeursscore ofwel klantloyaliteit): hoe meer naar rechts hoe relevanter voor verbetering van de NPS-score. Zo zie je dat ‘Verenigingsleven’ heel belangrijk wordt gevonden. Als clubs en banen hierop hoger kunnen scoren, zal de klantloyaliteit duidelijk groeien. Op ‘Training’ scoort de markt goed, maar het effect op de NPS is minder groot. Er wordt bekeken hoe onder meer ‘Training’ meer effect kan krijgen op de hoogte van de NPS en daarmee op de tevredenheid van golfers.



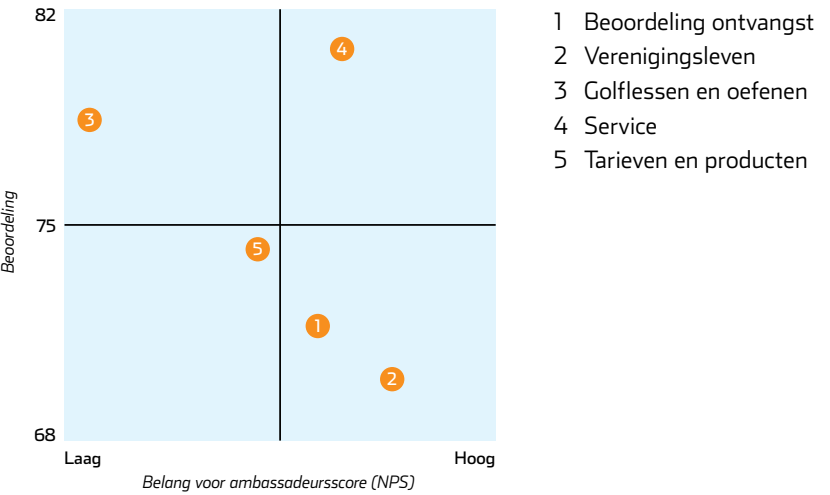
NPS per type golfer

In de resultaten is onder meer onderscheid te maken in de verschillende type golfers. Per type golfer is ook een NPS beschikbaar. Uit de grafiek valt af te lezen dat de leden met een onbeperkt speelrecht een hogere NPS toekennen aan hun baan/club dan de andere typen spelers. De registratielieden en leden met beperkt lidmaatschap (bijvoorbeeld twilight) geven de laagste scores.



Nieuwe golfers

Nieuwe golfers krijgen andere vragen met name gericht op de eerste stappen bij de club en baan. Sociale integratie (verenigingsleven) en aandacht (ontvangst) blijken bij hen de speerpunten te zijn ter verbetering voor een hogere klantenloyaliteit.



"Opeens noemen de leden je voorzitter"

De 46-jarige Carlo de Kraker is sinds een jaar voorzitter van De Woeste Kop in Axel, Zeeuws-Vlaanderen en heeft een bedrijf in de grafische dienstverlening. Hoe bevalt de functie na een jaar, wat zijn de plannen en hoe helpt zijn dagelijkse werk in zijn functie als voorzitter?

CARLO DE KRAKER | LEEFTIJD 46 jaar | FUNCTIE Voorzitter De Woeste Kop | HANDICAP 20,7 | WOONPLAATS Terneuzen | MOTTO Mensen zien die hier samenkomen en plezier beleven aan de golfsport, geeft mij de drive om verder te gaan.

Hoe ben je voorzitter geworden? "Ik zat in mijn eerste jaar als bestuurslid, maar door wat perikelen is dat bestuur opgestapt. Dat was een vervelende periode. Ik heb toen een masterplan geschreven om te kijken hoe we verder zouden kunnen en wat volgens mij de juiste stappen voor onze club zouden zijn. Daar heb ik de meest geschikte kandidaten bij gezocht. Mensen met specifieke capaciteiten die weten waarover ze praten. Uiteindelijk ben ik voorgedragen als voorzitter. Als het vorige bestuur niet uit elkaar was gegaan, was ik nu waarschijnlijk geen voorzitter geweest. Ik had wel de ambitie, maar dan had ik eerst drie jaar in het bestuur gezeten. Nu kwam het toch heel plotseling, maar ook voor de andere bestuursleden ging het snel."

Hoe bevalt de functie na een jaar? "Goed, maar ik moest wel inkomen. Opeens gaan de mensen je voorzitter noemen. Er waren ook genoeg leden die nog 'openstaande problemen' hadden. Met hen ben ik eerst in gesprek gegaan met een kop koffie erbij. Maar ik moest ook aan de rol wennen, want als voorzitter word je direct het aanspreekpunt van verschillende partijen, zoals Stichting Golf Zeeuwsch-Vlaanderen, de golfprofessional en de horeca. Die communicatie liep nooit zo soepel, dus daar zag ik in eerste instantie best tegenop. Maar als je dan in zo'n bestuursvergadering weer wat dingen hebt kunnen aftikken of orde op zaken hebt kunnen stellen en plannen hebt kunnen maken, dan krijg ik daar echt bakken energie van. Toch moet ik je eerlijk zeggen dat ik nooit had gedacht er zoveel tijd mee bezig te zijn. Het voelt echt als een tweede baan."

Wat zijn en worden de belangrijkste wijzigingen? "Open communicatie met de leden, een zichtbaar en toegankelijk bestuur en het nakomen van afspraken met de vrijwilligers. Vooral het nieuwe beleidsplan, dat een levendig document is, is een goede stap geweest. We willen aan de slag met het sportbeleid, waarin de pro leidend is. De Woeste Kop was bovendien een vrij gesloten club, maar als je nieuwe leden wilt hebben, moet je meer open worden dus daar gaan we aan werken. Verder is inmiddels het baanregistratiesysteem (teetime reserveren) doorgevoerd, wat meer

rust geeft. Vroeger was het aankomen en de baan op, waardoor er vaak te snel achter elkaar werd gestart en de baan volliep."

Hoe is het om te werken met een relatief jong bestuur? "We zijn pas vorig jaar als nieuw bestuur aangetreden, dus in die zin zijn we jong. Onze kracht is – denk ik – dat we niet vanuit het verleden denken, maar dat we alles opnieuw bekijken en dat we heel constructieve vergaderingen hebben."

Plannen voor de komende jaren? "We willen de drivingrange verlengen en we hebben 'Plan Steensels' nog liggen, een plan voor mogelijke aanpassingen aan de baan. Daar gaan we nog eens goed naar kijken. Ook zijn we op zoek naar een nieuwe pro, omdat de vorige een avontuur in Spanje is aangegaan. Dat geeft ons gelijk de mogelijkheid na te denken over welke richting we op willen. Wat willen we als club, wat verwachten we van een pro, wat moet die pro kunnen? We zullen in ieder geval goed met hem of haar moeten werken aan een gezamenlijk doel."

Hoe gebruik je expertise uit je beroep? "Communicatie! Bij een bedrijf zijn je klanten belangrijk en die moet je koesteren. De leden van je vereniging zijn uiteindelijk ook jouw klanten. Die moet je dus tevreden houden. Goed naar ze luisteren, laten weten dat je het gehoord hebt en snel schakelen. Niet wachten tot de volgende vergadering. Het helpt waarschijnlijk ook wel dat ik nog een relatief jonge voorzitter ben die het zakenleven gewend is."

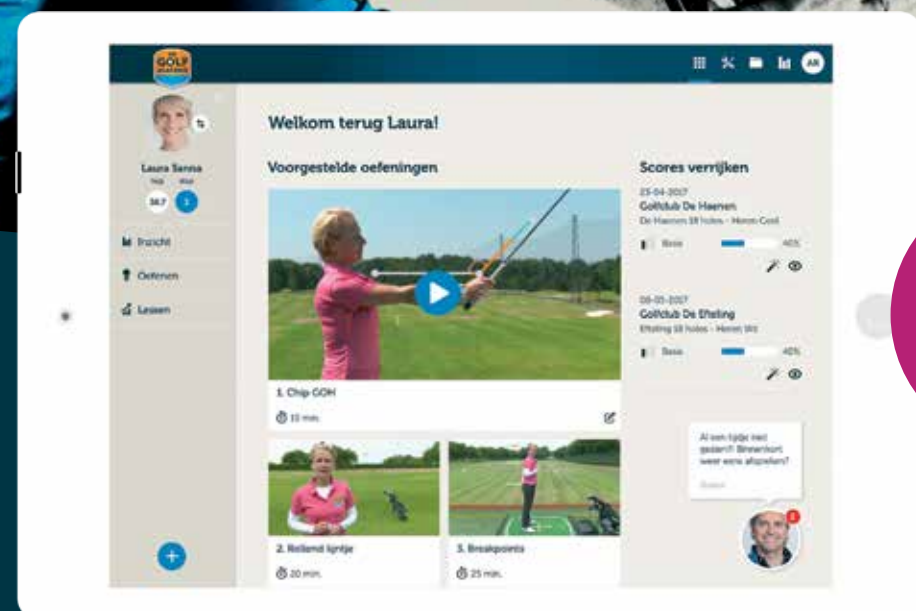
Hoe wil De Woeste Kop zich positioneren? "We zijn voornamelijk een ledenbaan, maar we willen ons meer openstellen voor gastspelers.

Het moet ook voor hen een warm bad zijn. België is een grote markt voor ons, zelfs veertig procent van onze leden komt uit België."

Welke trends zie je? "Mensen willen zich steeds minder binden aan een club, alhoewel wij daar zelf nog niet veel van merken. Ons verenigingsleven bloeit nog steeds."



"Onze kracht is, denk ik, dat we niet vanuit het verleden denken"



Gratis
voor clubs,
pro's en
leden!

Actievere en betere golfers dankzij De Golf Academie



Volg de ontwikkeling van
je leden met het ver-
nieuwde dashboard



Ondersteun je leden met
oefeningen aan de hand
van het 9-stappenplan



Bied je pro's een tool voor
lesschema's, instructie en
meer interactie met leden

www.degolfacademie.nl



De meerwaarde van de moderne professional

Golfpro's spelen op meer en meer een belangrijkere rol. De tijden van alleen maar lesgeven liggen achter ons. En dat biedt nieuwe kansen voor banen en clubs.

Agile is een van de nieuwe toverwoorden in de wereld van marketeers en managers. Je zou natuurlijk gewoon behendig, beweeglijk of misschien wel slagvaardig kunnen zeggen, maar wie dat in plaats van agile in een personeelsadvertentie zet, krijgt volgens nagenoeg ieder hoofd van personeelszaken – pardon: human resources – veel minder goede reacties van mogelijke kandidaten. Geen idee of clubs of banen bij het zoeken naar golfpro's het woord agile gebruiken als een van de vereisten voor hun nieuwe man of vrouw die de leden gaat lesgeven. Het zou eigenlijk wel moeten, want lesgeven is voor veel Nederlandse pro's slechts een van de onderdelen van het takenpakket. “De rol van de pro is steeds meer aan het veranderen”, zegt Jim van Heuven Staereling, de man die bij de PGA Holland de opleidingen en bijscholingen in zijn portefeuille heeft.

Lichting Britse pro's In den beginne haalden Nederlandse clubs hun pro's bij voorkeur uit Groot-Brittannië. En als er een collega uit ons land bij moest komen, dan werd een green-keeper of een caddie gerekruteerd. Soms was het een zoon van een elektricien. Zoals Piet Witte, die tot de allerbeste spelers en teachers in de Nederlandse golfgeschiedenis mag worden gerekend. Zijn vader was op een zaterdag in 1919 bezig met een klus op de Hilversumsche, maar hij was een stuk gereedschap vergeten. De kleine Piet moest dat brengen en er was net een caddie nodig voor een match tussen een paar leden. Piet Witte werd later door de legendarische Douglas Monk opgeleid. And the rest is history. Decennialang werden pro's in ons land op de club opgeleid. Er was de gevreesde en gerespecteerde Examencommissie die werd bemand door vertegenwoordigers van de NPGA – de voorloper van de PGA Holland – en het NGC, nu de NGF. Dat was allemaal voldoende om de kleine, gestage groei van het aantal banen en golfers bij te houden. Maar in de jaren tachtig kreeg golf te maken met een echte hausse. Het aantal mensen dat ging spelen, steeg spectaculair.

“Zo gaan het sportieve en sociale aspect hand in hand en de pro’s zorgen voor een belangrijke inbreng”

Het aantal banen bleef achter bij de groei en dat dreigde ook voor het aantal professionals. Er kwam een nieuwe lichting vooral Britse pro’s naar ons land, maar de NGF en de NPGA zag in dat het tijd werd om de eigen opleiding veel grootschaliger op te zetten. Met partijen als het CIOS en Fontys kreeg het Van Swinderen College – genoemd naar de man die ooit als NGF-bestuurslid jarenlang opleidingen in zijn portefeuille had – vorm.

Coaching “Lesgeven is een onderdeel van het takenpakket van pro’s”, zegt Van Heuven. “In de tijd van de enorme groei, toen veel mensen hun GVB wilden halen, was dat in feite ook het belangrijkste. De vraag was groot. Iedereen wilde leren golfen. Maar de tijden zijn veranderd. Er zijn nog steeds veel mensen die met golf beginnen en dan is het aanleren van de juiste techniek belangrijk. Pro’s zijn in dat geval nog steeds instructeurs, maar hun rol is breder. Ze zijn vooral coach. Een coach die zich, naast het technische aspect van golf, ook bezighoudt met het tactische, fysieke en mentale gedeelte van de sport. En natuurlijk ook advies geeft over equipment: welke stokken passen het beste bij

jouw spel waarbij leeftijd en eventuele fysieke beperkingen een rol spelen. Goede coaching zorgt ervoor dat golfers beter gaan spelen, maar ook – en dat is voor veel mensen belangrijk – dat het plezier groter wordt. En dan heb ik het niet alleen over lage handicappers, maar ook over golfers die bijvoorbeeld van handicap 32 naar 25 willen.” Dat de golfscholen op een gegeven moment wel een beetje waren doorgeslagen, erkent Jim van Heuven Staereling. “De techniek, de swing, alleen daar ging het om. Maar dat is veranderd. Dat merk je ook aan de manier waarop de opleiding tot professional is ingericht. Een paar jaar geleden is die al aangepast aan de veranderingen in golf. Samen met de NGF – op basis van de Kwalificatiestructuur Sport van NOC*NSF – is het zo uitgewerkt dat er vijf coachingniveaus zijn: Jeugdcoach, Golfinstructeur Level 2, B-Professional, A-Professional en Mastercoach.”

Sportief en sociaal De verbreding en verdieping van de opleidingen geven de nieuwe generatie professionals meer tools om die bredere rol op clubs en banen te vervullen. “Het is goed dat NGF en PGA Holland samenwerken bij de opzet van Sportief Beleid”, zegt Alexander Renders, de pro die al een paar jaar bij de NGF werkt. “En het is goed om te zien dat de NVG betrokken is bij het ontwikkelen van manieren om pro’s op clubs en banen een grotere rol te laten spelen. Want zij zijn de ideale mannen en vrouwen om nieuwe golfers te laten ervaren hoe leuk de sport is.” Het project Sportief Beleid helpt clubs en banen structuur aan te brengen in de manier waarop leden met hun sport bezig zijn. “Er zijn in ons land meer dan honderd

De rol van de pro beperkt zich niet tot het bijbrengen van de techniek. Spelplezier meegeven is minimaal even belangrijk.



In zes stappen naar een sportief beleid en actieve sportclub

- 1 Zorg er allereerst voor dat de neuzen van alle partijen dezelfde kant op staan. Golfschool, -baan en -club moeten allen de waarde inzien van de gekozen richting.
- 2 Betrek een aantal leden uit verschillende doelgroepen. Denk aan leeftijd en spelniveau, maar ook aan het bestuur, golfprofessionals en de clubmanager om de veranderingen in het activiteitenprogramma en het trainingsprogramma uit te dragen.
- 3 Stel uit deze groep een werkgroep samen om je sportieve beleid verder uit te werken in een activiteiten- of trainingsprogramma. Het Golf Sport Business Model (te vinden op ngf.nl) is een tool die uitstekend te gebruiken is als leidraad.
- 4 Zorg voor voldoende draagvlak en borging binnen de club, zoals het vastleggen van het eigenaarschap zodra het programma definitief is.
- 5 Communiceer het programma via de diverse kanalen van de golfclub.
- 6 Vergeet niet na afloop te evalueren en aanpassingen door te voeren. Sportief beleid vraagt continu om afstemming met je leden en aanpassing van je opgestelde programma.

clubs actief op het gebied van Sport Beleid”, zegt Renders. “Ongeveer zeventig clubs hebben de NGF-cursus gevolgd. Een van de voorwaarden is dat ook een van de pro’s meedoet. Dat is niet voor niets. Gevolg van de ontwikkelingen is dat meer en meer clubs trainingsprogramma’s opzetten. Dat was jarenlang niet het geval. Bij zo’n programma zijn de baan en de pro’s samen betrokken. Het is ook een ideale manier om nieuwe golfers te laten integreren. Waar leer je elkaar beter kennen dan tijdens groepslessen en -trainingen? Zo gaan het sportieve en sociale aspect hand in hand en de pro’s zorgen voor een belangrijke inbreng. Soms zie je dat clubs niet staan te springen om de zaken anders aan te pakken. De NGF speelt dan een belangrijke rol. Ik zie vaak dat je met een gesprek waarbij de pro ook aanwezig is, voor nieuwe inzichten kan zorgen. Dat is een goede ontwikkeling.”

Gezondere club Jim van Heuven Staereling benadrukt dat pro’s niet moeten afwachten. “De PGA stimuleert de zeshonderd leden om actief te zijn, om initiatieven te nemen. Het is ook goed als je in je overeenkomst met een club of baan duidelijk laat opnemen waarvoor je verantwoordelijk bent. Neem bij die besprekingen het voortouw en werk vast op papier uit wat jouw gedachten zijn. Er zijn tal van voorbeeldcontracten die pro’s op weg kunnen helpen. En de PGA kan hen hierbij begeleiden. Bedenk hierbij dat veel clubs moeite hebben vrijwilligers te werven. Commissie- en bestuursleden zijn in sommige gevallen niet zo gemakkelijk te vinden. Als pro kun je hierop inspringen en aangeven welke taken je zou kunnen overnemen. Dan werk je samen aan een duidelijke win-winsituatie waarin iedereen beter wordt. En wel in

“Maar wanneer spelers het niveau van handicap 54 bereiken, laten we ze volledig los”

de eerste plaats de leden. En dat levert uiteindelijk een nog gezondere club op.”

Juiste activiteiten Alexander Renders constateert dat de samenwerking echt op gang begint te komen. “We zien dat clubs een belangrijke rol spelen bij het activeren van nieuwe golfers maar ook van mensen die al wat langer spelen. Zij zijn erg belangrijk voor de sociale binding. Activatie lukt dankzij de juiste activiteiten, zoals een trainingsprogramma van de vereniging waar de golfprofessional goede ondersteuning kan en moet bieden. En dat is nodig. We bieden namelijk een beginnende golfer vaak een leuk programma aan. Groepslessen, mentoren, par-3-wedstrijden. Noem maar op. Maar wanneer spelers het niveau van handicap 54 bereiken, laten we ze volledig los. Terwijl we ze dan moeten opvangen met een leuk trainingsprogramma georganiseerd door de club. Met een aantrekkelijker tarief voor leden. Er zijn gelukkig voldoende voorbeelden van clubs die het al heel goed aanpakken.” ●

Stuur voor meer informatie over PGA-opleidingen en begeleiding, een e-mail naar Jim van Heuven Staereling: jh@pgaholland.nl.

Voor meer informatie over Sportief beleid, kun je contact opnemen met Alexander Renders: alexander.renders@ngf.nl.

VOOR U GESPOT

Meer bewegen op school

Twee keer per dag een half uur matig intensief bewegen. Dat is het advies van de Nederlandse Sportraad, de Onderwijsraad en de Raad voor Volksgezondheid en Samenleving voor leerlingen in het primair, voortgezet en middelbaar beroepsonderwijs. Deze raden zijn ervan overtuigd dat sporten en bewegen beter kunnen worden ingezet om het onderwijs zelf te dienen en pleiten voor het werken met zogenaamde beweegteams. Hierin zitten vakleerkrachten, buurtsportcoaches en gekwalificeerde trainers. Scholen kunnen meer samenwerken met sportverenigingen en gemeenten kunnen meer regie nemen op dit onderwerp.

Sporten en bewegen vormen volgens de drie raden een vanzelfsprekend onderdeel van het onderwijs. De verschillen tussen scholen op dit gebied zijn nu groot en kunnen op termijn leiden tot kansenongelijkheid. Hoe jonger kinderen op school worden aangemoedigd om veel en vooral plezierig te bewegen, hoe groter hun deelname aan sport- en beweegactiviteiten op latere leeftijd is. Scholen spelen een belangrijke rol in het aanleren van motorische vaardigheden en een actieve leefstijl. Daarnaast zijn sport en beweging belangrijk voor de persoonsvorming en socialisatie van kinderen en jongeren – belangrijke doelen van het onderwijs.

Het advies is onder de naam Plezier in bewegen begin september aangeboden aan minister-president Mark Rutte.

Meer informatie: www.nederlandse-sportraad.nl



Gastvrijheid maakt het verschil

Coen Schelfhorst werkte enige jaren in de golfbranche. Hoe kijkt de voormalige manager van de Efteling die onlangs zijn eigen GuestHouse Hotel opende, naar die bijzondere markt van golfclubs en -banen?



Als hij in een stad is, brengt Coen Schelfhorst altijd even een bezoek aan de lobby van een plaatselijk hotel. Want daar gebeurt het. “Mensen die in- en uitchecken. Het verhaal achter die gasten. Wat komen ze doen in de stad? Waarmee kun je ze van dienst zijn? Die dynamische sfeer fascineert me mateloos. Laten merken dat je blij bent dat iemand jouw hotel bezoekt en er alles aan doen om te zorgen dat die gast via die lobby weer met een brede glimlach naar huis gaat.”

Excellente gastvrijheid Gastvrijheid is zijn missie. Ook tijdens zijn periode als manager van het Efteling Golfpark. Hij verhuisde daar na zijn aanstelling de parkeerplaatsen voor de directie naar een minder prominente plek. “Anders sta je als gastheer direct al met 1-0 achter.” Het behang met grasprint aan een muur van GuestHouse Hotel Kaatsheuvel herinnert nog aan de jaren dat hij werkte op de golfbaan. Een andere tijd, blikt hij terug. “Het begin van de opkomst van de zakelijke lidmaatschappen. Met een commerciële instelling kon je mooie resultaten behalen. We probeerden al andere lidmaatschapsvormen te introduceren en duidelijk werd dat in de branche een professionaliseringsslag gemaakt zou kunnen worden, maar er is sindsdien veel veranderd.” De actuele ontwikkelingen volgt hij nu nog slechts zijdelings, bekent hij. Maar Schelfhorst blijft het een interessante markt vinden en ziet veel overeenkomsten met de hotellerie. “Op veel golfbanen word je gastvrij



ontvangen”, weet hij uit eigen ervaring. “Toch denk ik dat er juist op dat vlak nog veel winst te behalen is, want hoe open staan de deuren van al die banen en clubs? Ten onrechte heeft golf nog een elitair imago. Ik denk dat je dat vooroordeel met een excellente gastvrije houding onderuit kunt halen. Het lijkt me heel interessant om uit te zoeken wat gasten van een golfbaan nodig hebben om de waardering naar een 9 te krijgen. Dat hele traject vanaf de aankomst op de parkeerplaats tot het allerlaatste moment bij vertrek. De gast verrassen door meer te doen dan hij verwacht.”

Resultaten delen Gasttevredenheid staat in zijn filosofie op één en dan komt financieel succes vanzelf. Verbetering van service en dienstverlening moet de leidraad zijn bij de afweging voor een investering. Hospitality vereist intrinsieke motivatie binnen de hele organisatie, zegt Schelfhorst. Als de receptioniste iets belooft aan een golfer staat zij met haar mond vol tanden als de professional daaraan niet wil meewerken. “Stel duidelijke doelen en betrek je mensen erbij. Ontdek samen hoe je die doelen gaat bereiken en bespreek wat zij nodig hebben om dat te kunnen beloven aan je gasten. Dan krijg je heel andere gesprekken met medewerkers. Het werkt niet wanneer je een marshal oplegt dat hij eens wat vrolijker moet kijken. Deel ook de resultaten. De receptioniste weet dan hoeveel greenfees er nog verkocht moeten worden en hoe hoog de gasttevredenheidsscore die week is. Iedereen weet zo wat gedaan moet worden, voelt de noodzaak om zich te verbeteren en weet waar ze het voor doen.”

Andere vragen stellen “Aardig zijn kost niks”, zegt Schelfhorst en hij beschrijft een persoonlijke ervaring in Schotland op een van de banen van St Andrews. “We speelden te langzaam. De marshals daar zien er behoorlijk indrukwekkend uit. Als zij dan recht op je af komen rijden en opzichtig op hun horloge wijzen, is je dag een heel eind naar de knoppen. Maar wij werden vriendelijk opgevangen op hole 8. Een marshal

informeerde hoe het ging, maakte een praatje over het weer, vroeg wat we van Schotland vonden en wees ons er toen pas op dat we wel een beetje te langzaam speelden. De manier waarop je het zegt is zo belangrijk.” Dat is volgens hem te trainen door mensen te laten zien wat het gevolg is van hun gedrag. “Het is een bewustwordingsproces. Ik geloof daarom niet in een flitscursus. We hadden bij de Efteling vaak te maken met leden die altijd hun eigen starttijden claimden. Een receptioniste kan zeggen dat dit niet mogelijk is en een lange discussie aangaan, maar zij kan eveneens informeren of die leden niet vinden dat iemand anders ook een keer recht heeft op die tijd. Als je leert dat soort vragen te stellen, wordt het veel makkelijker om gastvrij te zijn. Ook het managen van verwachtingen is belangrijk. Als er bijvoorbeeld baanonderhoud is, communiceer je proactief de tijden waarop golfers op de baan een greenkeeper kunnen tegenkomen. Niet pas op het moment dat ze daarmee op de baan geconfronteerd worden.”

Zondagmiddaggevoel Voordat een gast aankomt bij zijn hotel weet Schelfhorst dankzij de zogenaamde pre-arrival e-mail al welke voorkeuren en interesses zijn gasten hebben en welke extra service zij willen bijboeken. Daardoor kan bij het inchecken al een verbinding aangegaan worden met de gast via gerichte vragen en nuttige adviezen. “Bij het reserveren van een starttijd op een golfbaan kun je ook al inspelen op extra wensen. Wil de golfer een lunchpakket, een glas wijn of een diner na afloop? Misschien een bloemenpakket voor zijn vriendin? Denk mee en leef je in in de behoeften van je gast.”

“Mijn dag is pas geslaagd als iemand hier in zijn pyjama een kopje koffie komt halen in de living”

‘Een hotel waar je jezelf kunt zijn, net zoals thuis’, is de pay-off van zijn GuestHouse Hotel. “Mijn dag is pas geslaagd wanneer vanavond iemand hier in zijn pyjama een kopje koffie komt halen in de living. Of als iemand op zijn blote voeten over de daktuin loopt. Dat is het bewijs dat mensen zich hier echt op hun gemak voelen en zichzelf kunnen zijn. Het clubhuis van een golfbaan vind ik typisch de huiskamer van het zondagmiddaggevoel. Dat gevoel kun je creëren door alles wat daarbij hoort, te organiseren. In de huiskamer heb je bijvoorbeeld ook iemand die rondgaat met koekjes.”

Reageren op reviews Gasten delen hun ervaringen tegenwoordig online. Die beoordelingen op social media en review-sites hebben een enorme impact. “Mensen hechten meer waarde aan een review op een bookingsite dan aan een aanbeveling van een oom of tante”, weet hij. “Negatieve beoordelingen over een onvriendelijke receptioniste of een botte marshal hebben een desastreus effect. Slechts drie bezoekers hoeven dat maar te lezen op Leadingcourses.com en de vierde neemt dan automatisch over dat het personeel van jouw baan onvriendelijk is. Je komt dan in de reviews al bijna niet meer van af van die slechte reputatie.” Passend omgaan met online klachten is daarom belangrijk. “Niet met een standaardantwoord als ‘bedankt voor uw opmerking en we hopen u weer een keer te zien’, want daar zit geen identiteit in. Je kunt aangeven dat je het fijn vindt dat iemand de tijd heeft genomen om te reageren, je geeft aan dat je eraan gaat werken en nodigt hem uit om nog een keer terug te komen om te zien dat het probleem verholpen is. Net even wat meer aandacht. Ik vraag ook vaak persoonlijk aan onze gasten wat zij van ons hotel vinden. Vanuit een kwetsbare positie. Ik ben op een aantal golfbanen geweest waar ik die vraag eveneens voorgelegd kreeg. Je kunt je voordeel doen met de feedback en direct reageren. En onderschat de gast nooit. In onze branche kijken veel gasten naar kookkanaal 24Kitchen en de golfer denkt ook dat hij alles weet over greens en fairways. Neem hem serieus!”

Keuze Ooit droomde hij van een eigen golfbaan, maar Schelfhorst verwacht niet dat hij de hotellobby nog eens inruilt voor de golfbranche. Hij heeft de keuze gemaakt voor zijn eerste liefde en wil het concept van zijn GuestHouse in de toekomst verder uitrollen. “Ik denk dat ik iets in handen heb, dat aanslaat.” ●

Wie is Coen Schelfhorst?

Na diverse hotellerie-functies maakt Coen Schelfhorst in 2004 van zijn grote hobby golf zijn werk en gaat aan de slag als manager van het golfpark van de Efteling. Hij spant zich in om de branche verder te professionaliseren als lid van de NVG-commissie Ontwikkeling van de golf-sport. In 2007 wordt hij projectmanager van bungalow-park Efteling Bosrijk en vanaf 2008 is hij manager van alle verblijfsaccommodaties van het attractiepark. Na zijn vertrek bij de Efteling start Schelfhorst adviesbureau OOK's, geeft hij gastvrijheidstrainingen en schrijft een boek over Hospitality en leiderschap. In de zomer van 2018 opent hij in Kaatsheuvel zijn GuestHouse Hotel, een vernieuwend concept waarin hij al zijn ervaringen en ideeën op het gebied van gastvrijheid toe kan passen. Zo heeft het hotel een kamer met een zespersoonsbed. Uniek in Nederland.

"Golf leek me net zoiets als jeu de boules"

De 47-jarige Maud Schaap is fanatiek golfster, maar wilde in het begin niks van deze sport weten. Eén lesje was echter genoeg om haar leven compleet in het teken van de golfsport te zetten. Wat zorgde voor die ommekeer en wat heeft het haar gebracht?

MAUD SCHAAP | LEEFTIJD 47 jaar | FUNCTIE Store manager Jumbo Golf Amsterdam en lid bij de Haarlemmermeersche Golfclub | HANDICAP 10,8 | WOONPLAATS Hoofddorp | MOTTO Elke dag zie ik als een positieve uitdaging, in werk en golf.

Hoe ben je met golf begonnen? "Mijn vader keek altijd golf op tv. Op een ochtend kwam hij ons ophalen: 'Je raadt nooit wat ik gedaan heb! Ik ben op de Haarlemmermeersche golf-lessen voor ons geboekt.' Ik zei: 'Pap, ik ga één keer met je mee, en als ik het niks vind, is het meteen de laatste keer.' Ik had zoveel vooroordelen. Squash, aerobics en fanatiek badminton waren veel meer mijn ding. Golf was voor mij een synoniem van jeu de boules. Dat zag ik ook als een oudemannensport."

En na de eerste les? "De eerste bal sloeg ik mis, maar de tweede vloog gelijk een eind weg en dat greep me. Ik werd gelijk getriggerd om het nog beter te doen. Natuurlijk ging het nog heel vaak fout, maar ik ben jarenlang op maandagochtend om zes uur opgestaan om rond kwart over zeven op de baan te staan voor een 18-holeswedstrijd, om van daaruit om één uur in de winkel van mijn ouders te werken. Inmiddels golf ik 24 jaar en mijn moeder, zus en zoon golfen ook."

Altijd bij dezelfde pro geleest?

"Nee, er waren natuurlijk wisselingen; soms denk je dat ergens anders het gras groener is wat meestal niet zo is. Wel anders. Alle pro's van wie ik les heb gehad, hebben me verschillende inzichten gegeven en uiteindelijk een completere golfer gemaakt. Soms was ik even helemaal de weg kwijt, je moet leren te filteren wat voor jou werkt. En je moet een match hebben met een pro."

Hoe werd golf je werk?

"Ik grapte vaak tegen de pro van de Haarlemmermeersche dat ik zijn toko wel wilde runnen en pas veel later heb ik dat zes jaar samen met een leuke collega gedaan. Tussendoor heb ik nog dameshandschoenen, petjes en zonnekleppen geïmporteerd, dat waren mijn eerste ondernemersstappen in de golfwereld. In 2011 werd de proshop overgenomen door Golf USA waar ik van 2011 tot 2016 werkte en evenementen organiseerde. In 2016 kreeg ik de kans om Store Manager bij Jumbo Golf Amsterdam te worden."

Is golf een hobby of sport? "Absoluut een sport, een olympische sport inmiddels. Vrienden vonden golf eerst ook maar

niks omdat het geen sport zou zijn. Dan nam ik ze mee naar de drivingrange en als ze na een dag klaagden over de spierpijn, dan zei ik: 'Het is toch geen sport?' In Nederland wordt golf nog te veel als hobby gezien, dat vind ik jammer. Mensen hebben geen idee wat je er allemaal voor moet doen om dat kleine balletje in dat gaatje te krijgen. Maar ook de schrijvende media helpen niet mee. De kranten schenken vrijwel geen aandacht aan een overwinning van Joost Luiten, hooguit de vermelding van het bedrag dat hij heeft gewonnen en voor een overwinning van Anne van Dam moet je hopen op een enkel regeltje. Zolang we de schrijvende media niet meekrijgen, zal golf in Nederland nooit als sport worden gezien."

Wat zijn de trends? "Je ziet meer beginners, de startersmarkt trekt aan; de starterscursussen beginnen weer goed te lopen. Fabrikanten maken steeds technischere kleding voor bescher-

ming tegen de zon, bijvoorbeeld met UV-filters. Waterdichte tassen gaan goed en de elektrische trolleys worden steeds populairder, ook bij jongere spelers die ontdekken dat het energie scheelt en dus beter is voor je spel."

Is de sport aan het veranderen?

"Het oude GVB leek moeilijker haalbaar dan de huidige handicap 54. Je had als speler meer ervaring als je eenmaal de baan in mocht. Nu weten golfers met handicap 54 nog te weinig van de sport af. Mijn advies zou zijn om ze bijvoorbeeld eerst vier rondjes met ervaren golfers te laten spelen."

Wat heeft golf je gebracht?

"A way of life! Dat had ik

vooraf nooit gedacht, maar sommige dingen zijn denk ik geen toeval. Soms komt er een trein voorbij en dan kan je instappen of blijven staan. Ik ben gaan golfen en dat heeft mij mijn hele werkende toekomst gebracht. Waar ook ter wereld ontmoet je mensen die dezelfde dingen fijn vinden; golf verbindt. Ik ben honderd procent golfgek en je maakt me niet blijer dan met een rondje 18 holes, overal. Een dag op de golfbaan is een dag met een big smile op mijn gezicht. Ik ga nooit meer op vakantie zonder mijn golfclubs."



"Een dag op de golfbaan is een dag met een big smile op mijn gezicht"

VOOR U GESPOT

Fitness populair bij mensen met een fysieke beperking

Bij mensen met een lichamelijke beperking is fitness de populairste sport, gevolgd door duursporten als wandelen, fietsen en skeeleren. Mede door de keuze voor deze sporten, is van de sporters met een beperking een relatief laag percentage lid van een sportvereniging. En waar voor mensen zonder beperking de sportdeelname de laatste jaren toeneemt, blijft de sportdeelname voor mensen met een beperking stabiel.

Over de periode 2015-2017 sportte 28 procent van de mensen met een beperking wekelijks, tegen 54 procent van de bevolking als geheel. Dit komt voor een deel door de (fors) hogere leeftijd van mensen met een beperking; in vergelijking met jongeren sporten ouderen immers minder. Bij de groep 18 tot 40-jarigen is echter een net zo groot verschil in sportdeelname te zien (63 procent versus 36 procent).

Al een aantal jaar worden inspanningen gedaan om de sportdeelname van volwassenen en kinderen met een beperking te bevorderen. Maar omdat de beperkingen zeer divers zijn, van dwarslaesie tot reumatische klachten, is het ingewikkeld de behoeften aan sport en bewegen op de doelgroep af te stemmen. Kinderen met een lichamelijke beperking zijn onder andere via scholen te benaderen, volwassenen deels via revalidatiecentra of andere zorginstellingen. Een aanbeveling is om via de zorg (bijvoorbeeld via leefstijlcoaches) volwassenen met een beperking te stimuleren om te bewegen.

Meer informatie: www.mulierinstituut.nl/actueel/fitness-populairste-sport-bij-mensen-met-een-lichamelijke-beperking/

“Vooral in de eerste fase speelt de pro een hoofdrol”

Bij veel clubs heeft de golfschool een status aparte. Er wordt in meer of mindere mate samengewerkt maar een goede synergie blijft vaak uit. Zo was het ook bij de Drentsche Golf & Countryclub totdat manager Jelle Paauw en headpro Martin Kanninga het roer omgoiden. De baan, club en school vormen nu een succesvolle drie-eenheid.

Van de veertien golfbanen in de provincie Drente ligt de grootste bij de plaats Zeijen, even ten noorden van de hoofdstad Assen. De in 2003 geopende Drentsche Golf & Country Club heeft de beschikking over een 27-holes course en een 9-holes par-3-baan. Ruimte genoeg, want het terrein beslaat zo'n 240 hectare. Net als veel andere banen en clubs in ons land zag het management van de Drentsche dat het aantal spelers niet (meer) toenam. Niet dat de belangstelling voor golf was verminderd, maar beginnende golfers haakten vaak af. En iedere ondernemer weet het: deze mensen krijg je bijna niet meer terug. Dat is geen specifiek Drents probleem, maar toch. Geen wonder dat partijen als de NGF, NVG en PGA Holland hun kennis, kunde en ervaring aanwenden om het tij te keren.

Onderdeel van de club Jelle Paauw, manager van de Drentsche sinds de opening, had tot drie jaar geleden in die zin weinig met de golfschool te maken dat hij er vooral zakelijke afspraken mee had. “Het was een zelfstandig bedrijf dat verantwoordelijk was voor de eigen activiteiten. Natuurlijk waren er gezamenlijke projecten, werd er gesproken over de manier waarop je kon

samenwerken. Maar je kon, net als op veel andere banen in ons land, niet spreken over een eenheid.” Nogmaals, dat was de situatie tot drie jaar geleden. Paauw en headpro Martin Kanninga staken de koppen bij elkaar en al snel kwamen ze tot de conclusie dat het een verspilling van menskracht en geld was om op deze voet verder te gaan. Er moest een andere manier zijn om mensen te interesseren om te (leren) golfen op de Drentsche. Cruciaal was en is echter om hen als spelers of als leden te behouden. Om hen enthousiast te maken en te laten blijven. “Sinds drie jaar vormt de golfschool onderdeel van de club”, zegt Paauw. “Martin Kanninga en ik waren er het snel over eens dat de pro een belangrijke rol speelt bij de toegang tot de sport. Dan is het niet verstandig beginners door verschillende partijen te benaderen. Belangrijke stap bij een andere aanpak is om pro's in dienst van de club te nemen. We hebben er nu drie pro's en 2,5 fte's. Naast Kanninga zijn Sven Korver en Bob Nieuwenhout aan de Drentsche verbonden.”

Eerste stap Martin Kanninga (43) kwam ooit op een bijzondere manier met golf in aanraking. Hij woonde in zijn jonge jaren pal naast De Semslanden. Wat is er een grotere uitdaging voor een jongen om wat balletjes te vergaren? Die stiekem zoeken en meenemen. Een lid van de club had dat in de gaten, zetten de fiets van de kleine Kanninga op slot en vervolgens was het een zaak van gelijk oversteken: balletjes voor een fietssleutel. De bijzondere kennismaking leidde tot heel wat klussen op de baan voor Martin Kanninga. Maar hij ging er ook spelen.





De baan van Drentsche is hetzelfde gebleven maar de golfbeleving is een stuk groter geworden.

“Als je als beginner op een par-3-baan bezig bent, heb je al snel het gevoel dat je echt aan het golfen bent”

Dat leidde er uiteindelijk toe dat hij als achttienjarige via het CIOS de opleiding tot B-professionaal ging volgen. Na ongeveer tien jaar op De Gelpenberg te hebben gewerkt, stapte Kanninga in 2005 over naar de Drentsche. “De nieuwe constructie waarbij mijn collega’s en ik in dienst zijn bij de club, bevalt prima”, zegt hij. “Ik had en heb veel affiniteit met golf, maar vooral ook met mensen. Belangrijk is dat mensen zich thuis voelen en dat ze plezier hebben. Daarom is de eerste stap zo belangrijk. Als je je als nieuwe golfer niet op je gemak voelt, dan haak je snel

af. Het is ook van belang dat ze snel gaan spelen, dat ze niet uren alleen op de drivingrange staan. Natuurlijk hebben we wat dat betreft het voordeel dat er een 9-holes par-3-baan is. Als je daar als beginner bezig bent, heb je al snel het gevoel dat je echt aan het golfen bent.” Kanninga: “Het doel van iedereen op de Drentsche, en juist van de pro’s, is om dat gevoel van thuis zijn, te laten ontstaan. En dat betekent dat we ons niet alleen focussen op golf, maar ook op andere activiteiten. Misschien wel juist op andere zaken. En dat geldt niet alleen voor mensen die lid worden van de club, maar ook voor golfers die lid zijn van ANWB Golf. Iedereen die hier komt moet een prettig gevoel krijgen en houden.”



On boarding programma

Drie elementen om loyaliteit te creëren: connectie, communicatie en ervaring. De eerste 90 dagen van het lidmaatschap zijn belangrijk, daarna houdt de club een jaar lang het speelgedrag in de gaten. Hoe vindt de monitoring plaats?

- 1 Binnen 24 uur na ontvangst formulier: bevestiging
- Bagtag ligt klaar bij eerstvolgende bezoek.

- 2 Binnen één week: uitnodiging kennismakingsgesprek
- achterhalen wat nieuw lid zoekt in lidmaatschap;
 - achterhalen profiel golfer;
 - uitleg van wat we doen (golfgeluk is de gezamenlijke agenda van vereniging en pro);
 - rondleiding en wegwijs maken;
 - aanraden aan welke activiteiten deel te nemen (ledenwedstrijd, bitterballentour, etc.);
 - aangeven dat iemand van de Nieuwe Leden Commissie (NLC) hen uitnodigt mee te gaan naar een clubactiviteit;
 - onboard whatsapp: vragen of ze in appgroep willen, speciaal voor nieuwe leden (met daarin ook bestuur en pro), niet verplichten!;
 - Players 1st vinden we belangrijk, resultaten bij ALV;
 - kalender overhandigen met onboarding activiteiten (bitterballentour/nieuwe ledendag /prorondje);
 - bon geven voor golfles, horeca of shop (misschien wel goodie bag geven?).

- 3 Binnen twee weken na gesprek: contact vanuit NLC
- uitnodiging om deel te nemen aan clubavond, nieuwelendedag, bitterballentour of andere leuke dag (profiel NLC-lid moet aansluiten bij nieuw lid);
 - is er behoefte om in contact te komen met andere (nieuwe) leden? Zo ja, faciliteren;
 - kunnen nieuwe leden aangeven met wie ze willen spelen?

- 4 Zodra NGF-pas binnen is/na circa zes weken: telefonisch contact vanuit receptie
- vooraf kijken wat er in het systeem staat (speelfrequentie)
 - is alles naar wens? Wat kunnen we nog betekenen?
 - heeft u al contacten opgedaan bij de club? Kunnen we u hier nog mee helpen?
 - eventuele aandachtspunten doorgeven aan contactpersoon van NLC

- 5 Na dertien weken: de 90-dagen-mail
- “Inmiddels bent u twaalf weken lid, wij hopen dat u wegwijs bent geworden”
 - “Hoe heeft u de eerste 90 dagen ervaren? Wat kunnen wij nog voor u doen?”
 - Alles nog een keer op een rijtje...

- 6 Monitoring
- Om de vier weken controleert de receptie de speelfrequentie. Als deze afwijkt van de voorgaande periode, dan bellen of mailen.

“Op de drivingrange hebben we klein café met koffie en soep. Heel gezellig.”

Hoofdrol Om golfers te boeien, te binden en te behouden ontwikkelden Paauw en Kanninga samen met hun collega's en het bestuur van de vereniging voor de Drentsche (“Ik geloof sterk in de gouden driehoek”, licht Paauw toe) een onboarding programma (zie kader), waarbij pro's, management en de club een belangrijke rol spelen. Een stappenplan als dit helpt om niets aan het toeval over te laten. Vooral in de eerste fase van wat je in marketing de customer journey noemt, speelt de pro een hoofdrol. “We organiseren veel activiteiten om mensen beter te laten spelen”, zegt Kanninga. “Maar zoals gezegd met name om plezier aan de sport te beleven. Dat deze aanpak scoort, blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat de winterlessen – zes stuks, verspreid over twaalf weken – al jaren een succes zijn. We zaten dit jaar op zo'n tweehonderd deelnemers. Op de drivingrange hebben we klein café met

koffie en soep. Heel gezellig.” “We hebben echt de indruk dat deze integratie van de pro's werkt”, zegt Paauw. “De retentie is hoog en de waardering is er eveneens. Dat kunnen we meten met Players 1st. Daaruit blijkt dat de rol van de professionals een goede Net Promotor Score (NPS) oplevert.”

Hoge waardering Tijdens het afgelopen Nationale Golfcongres leverde een NPS van 59 Martin Kanninga een tweede plaats op. Alleen Lee Chapman van Golf & Countryclub Winterswijk scoorde iets hoger. En dat is voor Kanninga natuurlijk goed nieuws. Ook al omdat de waardering in 2018 weer hoger is dan die in 2017. En wat goed nieuws is voor de pro, is ook goed nieuws voor de Drentsche. En dus uiteindelijk voor wie daar speelt. ●

Voor meer informatie over Sportief beleid, kun je contact opnemen met Alexander Renders: alexander.renders@ngf.nl.

De customer journey van golfers op de Drentsche. Hier zie je duidelijk wat de rolverdeling is tussen golfschool, ledencommissie en receptie.

FOCUS	GOLFSCHOOL			LEDENCIE	RECEPTIE
Fase	Kennismaken met golf	Leren golfen	Actief golfen en lid worden	Actief lid blijven	Stoppen met golfen
Emotie	Onwetendheid Ongemakkelijk	Onwetendheid Afwachtend Voorwaardelijk	Nieuwsgierig Voorwaardelijk	Zoekend Fanatiek	Berusting of teleurstelling
Taken	Laten ervaren, gemak stellen, informeren	Gemak stellen, leren kennen, contact leggen, overtuigen, profiel achterhalen	Wegwijs maken, contact leggen, overdragen, leren, kennen, volgen zelf laten kiezen	Achterhalen, informeren, faciliteren, volgen en betrekken, zelf laten kiezen	Achterhalen en eventueel terughalen
Wie	Golfpro, leden,	Golfpro, receptie	Golfpro, receptie	NLC, receptie, CC's	Receptie of pro
Middelen	Social media, info flyer, site	igolf, whatsapp MGC, clubhuis	NLC, mailing, contact commissie	Kalender, mailing, players 1st, intogolf	Players 1st
Golfgeluk	Bal goed raken, de baan op, funbeleving	Spelonderdelen beheersen, zelf de baan in, contact	Plezier in golf, leuke score, ontmoeten	Plezier in golf, golfmaat- jes, handicap verlagen	
Producten	Lespakket	C1 Member Golf Card Opfris cursus	C2 Proeflid Vervolglessen Wintertraining	C3 Lidmaatschap Wintertraining Vervolglessen	C4 Bedanken
Activators	Golf festival Lazy Golf Day	Bitterballentour Lazy Golf Day	Bitterballentour Nieuweledendag	Bitterballentour Wedstrijdkalender	

C1

Cruciaal moment 1

Golf is leuk!
Of golf is niets voor mij.

C2

Cruciaal moment 2

Ik ga vrij golfen (lees ik stop)
of ik wil wel lid worden.

C3

Cruciaal moment 3

Leuk om hier lid te zijn
of ik mis aansluiting.

C4

Cruciaal moment 4

Ik golf bijna niet meer, fysieke oorzaak
Ik mis aansluiting, anders....

TOUR-S™

INTRODUCTIE VAN ONZE
MEEST KRACHTIGE SCHOEN
TOT NU TOE, EN MET NU
BEDOELEN WE SINDS 1857.



RAFA CABRERA-BELLO

Introductie van FootJoy's meest krachtige en comfortabele schoen ooit,
met door de Tour bewezen PowerStrap™ en LaunchPod™ technologie.

#1 SHOE IN GOLF

FEEL
THE
JOY



Email



SMS



WhatsApp



In-App



Online



Meer

Meer geld sneller binnen.

Uw klanten houden ook graag vrije tijd over. U kunt ze helpen door betalen in ieder contactkanaal makkelijk te maken. En daarmee helpt u ook uw eigen organisatie. AcceptEasy is de specialist voor

non-shop payments in binnen- en buitenland. Voor abonnementen, facturen en herinneringen, of nog even iets kopen via WhatsApp. Meer informatie op [AcceptEasy.com](https://www.AcceptEasy.com)



AcceptEasy
Paying Attention

Greenkeepers anticiperen op de toekomst

Greenkeepers zijn misschien wel bij uitstek degenen in de golfmarkt die vooruit moeten kijken. Klimaatveranderingen, de Green Deal, de 'groene' trend. Ze moeten erop anticiperen en hun onderhoud aanpassen. Hoe slagen Jannes Landkroon (De Batouwe), Theo Bestebroer (Cromstrijen) en André van der Woude (Veluwe) daarin?

Sinds de Green Deal Sportvelden in 2015 in werking trad, zijn er gelukkig heel wat golfbanen actief aan de slag gegaan om het gebruik van pesticiden terug te dringen. Dat heeft effect op alle onderdelen van de baan zoals tee, fairway en rough, maar de green is de plek waar golfers het meeste oog voor hebben. Een paar putts meer of minder kan een rondje golf maken of kraken. Jannes Landkroon van Golfvereniging De Batouwe (Zoelen, bij Tiel), Theo Bestebroer van Golfclub Cromstrijen (Numansdorp, onder Rotterdam) en André van der Woude van de Veluwe Golf Club (Hoog Soeren, bij Apeldoorn) delen hun visie en ervaringen op het gebied van de Green Deal en de trends in greenkeeping.

Foto boven: Theo Bestebroer van Cromstrijen vindt de trend van robotisering prima maar gelooft dat bij het maaien van zijn greens, zoals deze van hole 9, de ogen van een ervaren greenkeeper echt meer zien dan een robot.

Wat heeft de Green Deal veranderd? Jannes Landkroon: "Bij De Batouwe heeft het uiteraard tot bewuster onderhoud geleid, maar het grootste pluspunt is dat de kennis binnen het team van greenkeepers enorm is vergroot. Als er voorheen een probleem met de baan was, grepen we zonder alternatieven te overwegen naar een middel dat we vaker voor die kwaal gebruikten. Nu denken we veel meer en beter na over hoe we het probleem aan moeten pakken en kunnen voorkomen. En dankzij de gedeelde kennis lukt dat goed." Theo Bestebroer geeft aan dat de Green Deal heeft gezorgd voor een andere manier van denken. "Om problemen te voorkomen, moet je snappen wat er in de grond gebeurt. En daarop pas je je onderhoud aan. Wij hebben nog wel veel last van de onkruiden madelief en klaver. Met name de madelief is agressief op Cromstrijen en daar hebben we helaas nog geen adequate oplossing voor."

André van der Woude: "Dankzij de Green Deal documenteren we veel meer en houden we van alles bij. Relevante informatie delen we met de leden wat de band met hen ten goede komt. Nu ze weten waarom we dingen doen en met welk resultaat

voelen ze zich meer betrokken en dat vergroot ook de acceptatie van een veranderende baan."

Wat zijn de trends in greenkeeping? Landkroon: "De eerste is duidelijk gelinkt aan de Green Deal, namelijk 'groener' onderhoud. Je houdt logischerwijs meer rekening met het milieu. Een tweede is automatisering en robotisering. De robotisering wordt voornamelijk aangejaagd door de aannemers. Ik heb hier een gemengd gevoel over. Aan de ene kant heb ik respect voor de aannemers die het risico durven nemen en durven te vernieuwen, aan de andere kant hecht ik aan ouderwets vakmanschap. Ook omdat je daarmee steeds meer inzicht krijgt. Waarschijnlijk moet je een gulden middenweg vinden met machnies en goede vakmensen." Van der Woude ziet een belangrijke trend die al jaren gaande is en voorlopig nog wel zal blijven: het verbeteren van het grasbestand. "Welke grassen gedijen het beste en zijn het minst gevoelig voor ziekten? Dit gaat samen met de afname van water- en mestgebruik en meer bezanden." Ook Bestebroer ziet de automatisering van het baanonderhoud als belangrijke ontwikkeling en begrijpt goed dat het gebruik van gps-technologie het maaien van fairways makkelijker maakt. "Maar bij het maaien van een green zien de ogen van een ervaren greenkeeper echt meer dan een robot."

Welke tips hebben jullie voor banen die nog moeten beginnen met het GEO-certificaat?

Van der Woude: "Het is een arbeidsintensief traject, zowel het proces ernaartoe als het blijven voldoen aan de eisen. Zorg daarom voor een

ruime groep vrijwilligers en een groep medewerkers die het project dragen. Daarnaast is het belangrijk om de rapportages goed bij te houden en inzichtelijk te maken." Landkroon oppert daarnaast het idee om een club te belonen als die een hoger niveau heeft bereikt in de GEO-certificering. "Er zijn vijf niveaus, van basis tot hoogst haalbare. Je zou banen kunnen motiveren om stappen te maken. Bijvoorbeeld door de organisatie van NGF-wedstrijden alleen toe te wijzen aan banen vanaf niveau vier." Bestebroer: "Ga ook vooral in gesprek met banen die het certificaat al hebben. Daar zit veel kennis en je kunt tijdswinst boeken door niet het wiel opnieuw uit te vinden." Van der Woude heeft wel moeite met banen die nog niet in actie zijn gekomen. "De Veluwe is vanaf 2011 intensief bezig en de baan is al een stuk minder groen. Het is een vorm van oneerlijke concurrentie als andere banen hun fairways wel groen houden met allerlei bestrijdingsmiddelen. Om verschillende redenen zal De Veluwe nooit vooroplopen, maar je kunt het niet maken om als baan en club niet met de huidige duurzame tijdgeest mee te gaan." Bestebroer ziet ook nog te veel greenkeepers die gebruikmaken van bestrijdingsmiddelen zolang het nog kan. "Je kunt als baan simpelweg niet stilzitten. Certificering is een proces van jaren, niet van maanden."

Welke gevolgen heeft de klimaatverandering voor jullie onderhoud?

Van der Woude: "Als er vaker periodes van extreme droogte zullen komen, zoals afgelopen zomer, dan zullen wetting agents een logische stap zijn. Ook zal dan vaker worden doorgezaaid op plekken die kaal dreigen te worden. Een meer ingrijpende overweging zou het gebruik van andere grassoorten zijn." Landkroon: "Dankzij de kleigrond van De Batouwe maakt droogte voor ons weinig verschil. De fairways mogen geel zijn, er mogen alleen geen scheuren in de grond komen." Ook bij Cromstrijen zijn ze voldoende voorbereid op de toekomst en verwacht Bestebroer de komende jaren geen ingrijpende veranderingen in het onderhoud. "De droogte in juli en augustus zorgde natuurlijk wel voor hardere fairways. Maar de leden zijn over het algemeen positief over de baan. Misschien wel juist omdat de bal wat verder doorrolt..." ●

Meer info over GEO-certificering en duurzaam onderhoud? Neem contact op met agronoom Niels Dokkuma: niels.dokkuma@ngf.nl. Kijk voor alle ontwikkelingen in greenkeeping op de website van de NGA: ngagolf.nl.

André van der Woude



Jannes Landkroon



Theo Bestebroer



"Je wordt pas een actieve golfer met gras onder je voeten"

De 43-jarige Tom van Haaren is headprofessional bij Golfclub Liemeer, bestuurslid van PGA Holland en hij richtte Five Star Golf op met golfscholen en golfprofessionals op Liemeer, De Kroonprins Vianen en Wilnis. Waarom deze samenwerking en wat is zijn visie op het hedendaagse golf?

Tom van Haaren | LEEFTIJD 43 jaar | FUNCTIE Director of Golf Five Star Golf | WOONPLAATS Noordwijk | MOTTO Teaching is not my job, it's my passion. Getting better at it, that's my job!

Wat is de meerwaarde van samenwerken met andere pro's?

"Je geeft mensen keuzevrijheid. We hebben binnen Five Star Golf wel één lijn van lesgeven qua inhoud, maar de wijze waarop, de persoonlijke touch en de klik, dat kan je niet sturen. Als je samenwerkt, kan je bovendien een grotere groep bereiken en elke pro heeft een specialisme. We houden elkaar ook scherp. Als ik een leerling iets laat doen, zal deze niet snel vragen waarom. Mijn collega's zijn veel kritischer."

Wat is het voordeel voor clubs als ze met jullie in zee gaan?

"Door onze samenwerking kunnen we lessen van elkaar overnemen of bijspringen bij grote groepen op alle drie locaties en samen weten we gewoon meer. Maar het belangrijkste is dat wij de golfclub en -baan ontzorgen bij het ontwikkelen van het sportief beleid met complete programma's voor de beginnende golfer, jeugdgolfer, actieve golfer, senioren golfer en competitiegolfer."

Als pro heb je niet per se

de skills om te onderne-

men. Heb je dat geleerd of

heb je daar talent voor?

"Ik heb dat gaandeweg geleerd, ook door fouten te maken. Toen ik bij Prise d'Eau in loondienst kwam, had ik een plan gemaakt waar de jeugdcommissie, headpro en het bestuur heel blij mee waren. De manager keek alleen naar de een-na-laatste pagina met de financiële verantwoording en zei: 'Ga jij je huiswerk maar opnieuw doen!' Toen heb ik geleerd ook andersom te denken: kijk naar de financiën en ga op basis daarvan leuke dingen bedenken. Ondernemen, lesgeven en beleid ontwikkelen komt allemaal op hetzelfde neer: je zit met een beginsituatie, een gewenste situatie en een plan van aanpak."

Zijn clubs te veel bezig met nieuwe leden aantrekken?

"Ja. Het is belangrijk dat je niet het sportschoolmodel gaat volgen. Niet alleen aan de voorkant naar binnen duwen, maar je moet juist de achterdeur sluiten. Als iemand opzegt, moet je gelijk de reden achterhalen. Dat kan confronterend zijn, want misschien moet je iets wijzigen. Bij Liemeer hebben ze in juni een analyse gemaakt van mensen die minder dan twee

starttijden hadden geboekt, dat zijn potentiële uitvallers. Als je hun vraagt waarom ze niet vaker komen, kan je misschien nog voorkomen dat ze aan het einde van het seizoen opzeggen. Richt je dus niet alleen op die nieuwe golfers, maar vooral op het behouden van je bestaande golfers."

Welke rol moet sportief beleid hebben binnen een club?

"Dat hangt voor mij samen met het boeien, binden en behouden. Hoe maak je van die nieuwe golfer een golfer die blijft? Hoe ga je van die beginner een actieve golfer maken? Als bij ons iemand begint met golflessen, melden wij hem of haar gelijk aan voor baanpermissie. Hij of zij krijgt dan meteen het pasje bij het behalen van de test. Dat zorgt voor binding en de kans is groter dat hij of zij gaat spelen. Je wordt pas een actieve golfer als je gras onder je voeten hebt! En we proberen altijd contact te houden, via masterclasses of vervolgcursussen zodat de kans groter wordt dat de golfer bij de club verbonden blijft, het liefst via een lidmaatschap."

Hoe zie jij de toekomst voor

jeugdgolf?

"Ik denk dat de ontwikkeling van het atletisch vermogen de beste basis is voor een sporter. Eerst de atleet ontwikkelen, dan pas specialiseren. Tourspeler Ernie Els speelde rugby en tennis, hij had in principe alle sporten op kunnen pakken. En ik ben fan van het Zweedse model waarbij kinderen in de vakantie met hun ouders een zomerlidmaatschap kunnen nemen en baanpermissie kunnen halen. Er is onderzoek gedaan dat wanneer je kinderen direct probeert te enthousiasmeren voor golf, de

slaagkans 1 op 250 is. Als je het via de golfende ouders doet is de kans 1 op 4."

Trends in de golfmarkt?

"Door de crisis en de afname van ledenaantallen wordt er nu meer gekeken vanuit een gezamenlijk belang, waarbij de pro steeds vaker betrokken wordt. Dat is heel lang anders geweest bij sommige clubs. Ook wordt de klant, dus de speler, steeds meer centraal gezet."



"Er wordt meer gekeken vanuit een gezamenlijk belang, waarbij de pro steeds vaker betrokken wordt"



Btw-sportvrijstelling aangepast: wat zijn de gevolgen?

Per 1 januari 2019 gelden er andere regels voor de btw-sportvrijstelling. Sommige golfbanen en -clubs zullen hiervan negatieve gevolgen ondervinden. Wat verandert er precies?

Aangekondigd is dat de btw-sportvrijstelling per 1 januari 2019 wordt aangepast. Dit naar aanleiding van Europese jurisprudentie. Die aanpassing houdt in dat de vrijstelling ook van toepassing is op prestaties van sportorganisaties aan niet-leden én op de terbeschikkingstelling van sportaccommodaties door niet-commerciële exploitanten. Dit heeft tot gevolg dat het ter beschikking stellen van een golfbaan door een niet-commerciële zelfstandige entiteit zoals een stichting of BV aan een golfvereniging of aan derden, onder de vrijstelling zal vallen. Wat verandert er nu precies en wat zijn de consequenties voor de golfbranche?

De huidige sportvrijstelling De huidige sportvrijstelling in de Wet op de omzetbelasting 1968 (Wet OB) is van toepassing op diensten, verricht door organisaties aan hun leden die de beoefening of bevordering van sport als doel hebben. Het verlenen van toegang tot wedstrijden en demonstraties zijn expliciet uitgesloten. De sportvrijstelling is alleen van toepassing als de sportorganisatie geen winstoogmerk heeft. Onder winst worden ook exploitatieoverschotten verstaan, tenzij die niet worden uitgekeerd maar worden aangewend ten behoeve van de sportbeoefening. Zoals uit de wettekst volgt,

is de sportvrijstelling (tot op heden) alleen van toepassing op diensten die een sportorganisatie aan haar leden verricht. Dit betekent dat bijvoorbeeld de contributie is vrijgesteld van btw (tenzij de golfvereniging winst beoogt, maar dat is normaal gesproken niet het geval). Als een golfvereniging of golfbaanexploitant echter prestaties verricht aan niet-leden (zoals tegen vergoeding toegang verlenen tot de golfbaan aan derden), moet wel btw in rekening worden gebracht. Als die toegang verleend wordt voor sportbeoefening geldt het verlaagde btw-tarief van 6% (aangekondigd is dat het verlaagde tarief met ingang van 2019 wordt verhoogd naar 9%).

Bij btw-vrijgestelde prestaties bestaat geen recht op aftrek van btw op gemaakte kosten en investeringen (voorbelaasting). Maar als er btw-belaste prestaties worden verricht, bestaat er wél recht op aftrek. Dat kan interessant zijn, namelijk als het recht op aftrek groter is dan de btw die aan de Belastingdienst moet worden afgedragen. Onder meer door het tariefverschil (vaak 21% btw op de kosten en veelal slechts 6% btw over de opbrengsten) komt dat in de praktijk geregeld voor, maar dit speelt vooral bij grotere investeringen zoals de aanleg of renovatie van golfbanen.

De sportvrijstelling is op dit moment niet van toepassing op de terbeschikkingstelling van een golfbaan door een zelfstandige golfbaanexploitant (zoals een BV of stichting) aan een golfvereniging en derden. In de regel wordt deze terbeschikkingstelling gezien als het gelegenheid geven tot sportbeoefening, belast met 6% btw. Daarvoor is het noodzakelijk dat de exploitant naast de terbeschikkingstelling van de golfbaan

“De wijziging van de sportvrijstelling kan negatief uitpakken doordat het recht op aftrek van btw verloren gaat”

een aantal aanvullende prestaties verricht (bestaande uit het beheer, onderhoud, beveiligen en schoonmaken van de accommodatie). In dat geval heeft de golfbaanexploitant recht op aftrek van voorbelasting. Alle btw op gemaakte kosten en investeringen kan dus aan de Belastingdienst worden teruggevraagd.

Wijziging van de sportvrijstelling De noodzaak om de sportvrijstelling aan te passen, vloeit voort uit Europese jurisprudentie. Uit rechtspraak is gebleken dat de huidige Nederlandse sportvrijstelling te beperkt is. Het Europese Hof van Justitie heeft in een zaak van een Engelse golfclub namelijk geoordeeld dat de sportvrijstelling ook van toepassing is op prestaties aan niet-leden. Verder stelt het Hof van Justitie dat de terbeschikkingstelling van een sportaccommodatie aan een sportorganisatie onder het bereik van de sportvrijstelling valt. Omdat de Nederlandse sportvrijstelling op deze punten niet in lijn is met de Europese regels, moet de wet worden gewijzigd.

Het wetsvoorstel is op Prinsjesdag bekendgemaakt en als dit wordt aangenomen, gaat de sportvrijstelling kort samengevat gelden voor diensten die nauw samenhangen met de beoefening van sport of met lichamelijke opvoeding en die door instellingen worden verricht voor personen die aan sport of lichamelijke opvoeding

doen. In zijn algemeenheid geldt nog steeds dat de sportvrijstelling alleen zal gelden als de instelling geen winst beoogt, waarbij er nadere regels worden gesteld omtrent het begrip ‘winst beogen’. Of een instelling winst beoogt moet aan de hand van het statutaire doel en de omstandigheden van het geval worden beoordeeld.

Het wetsvoorstel heeft tot gevolg dat de toepassing van de sportvrijstelling flink wordt verruimd. Vanaf 1 januari 2019 geldt deze immers ook voor sportprestaties aan niet-leden. Daarnaast geldt die voor niet-commerciële exploitanten van sportaccommodaties. Sport(gerelateerde) prestaties van niet-commerciële golfbaanexploitanten en verenigingen die nu belast zijn met btw, zullen vanaf 2019 in veel gevallen onder de sportvrijstelling vallen. Dit heeft direct tot gevolg dat niet langer recht op aftrek van voorbelasting bestaat. Overigens gelden voor de horeca andere regels. Deze prestaties zijn in beginsel btw-belast en vallen nu en na 1 januari 2019 buiten de sportvrijstelling. Er kan eventueel gebruik worden gemaakt van de fondsenwervende vrijstelling.

Winst beogen Betekent de wijziging van de sportvrijstelling dat elke golfbaanexploitant of golfvereniging die tot nu toe niet onder het bereik van de sportvrijstelling viel, in de toekomst wél met de sportvrijstelling in aanraking komt? Nee, de sportvrijstelling is immers niet van toepassing op sportorganisaties die winst beogen. Of sprake is van een winst beogende instelling hangt af van de feiten en omstandigheden. Hierbij is het statutaire doel, het oogmerk en de omstandigheden van het geval van belang. Verder is het de vraag of er daadwerkelijk overschotten worden behaald en hoe die worden aangewend. De analyse zal van geval tot geval moeten worden gemaakt. Voor stichtingen lijkt dit vanwege haar beperkingen in het uitkeren van overschotten een lastigere exercitie.

Subsidieregeling De wijziging van de sportvrijstelling kan negatief uitpakken voor sportorganisaties doordat het recht op aftrek van btw verloren gaat. Om de negatieve financiële consequenties op te vangen, is er een subsidieregeling geïntroduceerd om amateursportorganisaties vanaf 2019 te compenseren voor dit financiële nadeel, onder de noemer ‘Stimulering bouw en onderhoud sportaccommodaties’. Voor gemeenten is om dezelfde reden een apart bedrag gereserveerd van 152 miljoen euro. Subsidie wordt (onder voorwaarden) verstrekt voor de bouw of het onderhoud van sportaccommodaties of de aanschaf of het onderhoud van sportmaterialen. Exploitatiekosten (gas, water en licht) komen niet in aanmerking. De begrippen onderhoud en bouw zijn overigens niet nader uitgewerkt in de regeling. Hoe ruim deze begrippen moeten worden uitgelegd is op dit moment niet duidelijk.



“Het is verstandig te onderzoeken of er mogelijkheden zijn om structureel buiten het bereik van de sportvrijstelling te blijven”

Deze regelingen zijn specifiek van toepassing op de amateursport en niet op de professionele sport. Kort samengevat bedraagt de subsidie voor sportorganisaties maximaal 20 procent van het investeringsbedrag voor de bouw of het onderhoud van sportaccommodaties, of voor de aanschaf of het onderhoud van sportmaterialen. De Rijkssubsidie is per kalenderjaar gemaximeerd op 2,5 miljoen euro en subsidies onder de 5.000 euro worden niet verstrekt. In de regeling is het subsidieplafond voor 2019 vastgesteld op 87 miljoen euro, waarbij de subsidie wordt verdeeld op volgorde van de binnenkomst van de aanvragen. Het is daarom van belang aanvragen zo snel mogelijk in te dienen (dat kan online vanaf 2 januari 2019). Wat betreft de regeling vanuit de Rijksoverheid voor sportorganisaties en de subsidieregeling voor gemeenten, daar is geen overlap mogelijk; een activiteit komt slechts eenmaal voor een subsidie in aanmerking. Er kan geen beroep worden gedaan op de subsidieregeling als er ook recht op aftrek van btw bestaat.

Daarnaast is er na 1 januari 2019 ook een aanvullende subsidie van 15 procent beschikbaar op de kosten van maatregelen voor energiebesparing en toegankelijkheid van de accommodatie. Voorbeelden hiervan zijn dubbele beglazing, zonnepanelen, LED-verlichting en een automatische deur.

De toekomst De wijziging van de sportvrijstelling heeft de nodige consequenties binnen de golfbranche. Hoewel een subsidieregeling is geïntroduceerd om het financiële nadeel voor sportorganisaties te compenseren, is het maar de vraag of die toereikend is. De looptijd is daarnaast vooralsnog beperkt tot 1 januari 2024. Het is daarom verstandig te onderzoeken of er noodzaak is en/of mogelijkheden zijn om structureel buiten het bereik van de sportvrijstelling te blijven, bijvoorbeeld door winst te beogen. ●

Voor eenvoudige vragen kun je een e-mail sturen naar RobPeters@deloitte.nl of hwillemsen@deloitte.nl.

Mocht je uitgebreider advies willen, neem dan contact op met Jeroen Stevens: jeroen.stevens@ngf.nl.



Er is straks voor sportinstellingen een aanvullende subsidie voor duurzame investeringen zoals zonnepanelen. (Foto De Texelse, Koen Suyk)



Golf als vitamine G

Golf is ook genieten van mooie natuur. We voelen allemaal aan dat ‘groen’ goed is voor ons. Waarom heeft een groene omgeving een heilzame werking? Kan de golfbranche iets met die inzichten? We informeerden bij omgevingspsycholoog Sjerp de Vries.

De Griekse filosofen spraken zich er al over uit, maar in de moderne wetenschap is het nog een relatief jong onderzoeksveld. Een Amerikaanse studie uit 1984 toonde aan dat patiënten met uitzicht op bomen na een operatie tot dertig procent minder zware pijnstillers gebruikten en minder lang in het ziekenhuis lagen. In Nederland kreeg het thema rond de eeuwwisseling een

belangrijke impuls. Het ecologisch beleid leefde onvoldoende in de samenleving en de overheid wilde daarom ook een maatschappelijke pijler onder dit beleid met natuur en gezondheid als één van de onderzoeksgebieden. De start van het vakgebied op Wageningen Universiteit en Research. Sjerp de Vries doet daar onderzoek naar landschapsbeleving, recreatie en effecten van contact met natuur op gezondheid en welzijn.



Dr. Sjerp de Vries is senior wetenschappelijk onderzoeker bij Wageningen University & Research. Als omgevingspsycholoog doet hij onderzoek naar of en hoe de natuur invloed heeft op de gezondheid en welzijn van de mens.

In de kinderschoenen “Het begint steeds meer te leven”, vertelt de omgevingspsycholoog. “Maar in de praktijk, zowel in die van de ruimtelijke ordening en stedenbouw als in die van de publieke gezondheidssector, wordt nog nauwelijks gebruik gemaakt van de relatie.” Eén van de redenen, aldus De Vries, is dat nog weinig bekend is over hoe contact met natuur het welbevinden van de gezondheid precies beïnvloedt, en in welke mate. Ook is bijvoorbeeld nog niet duidelijk aan welke eisen het contact met groen moet voldoen om zo’n effect te hebben. “Je kunt met honderd mensen rond een bonsaiboompje gaan mediteren. Is dat ene boompje dan genoeg? Of moet je alleen zijn in een park, volledig omgeven door natuur? En maakt het uit of dat een mooi natuurgebied is of kan het net zo goed in





Zuid-Limburgse Golf & Country Club Wittem



De Swinkelsche



Bentwoud

een agrarisch gebied?” In dat opzicht staat het onderzoek volgens hem nog in de kinderschoenen.

Verbanden Hij noemt zichzelf ‘the friendly neighbourhood sceptic’: “Ik ben de hypothese positief toegedaan, maar het effect echt aantonen is erg lastig. De natuurbeweging verwelkomt ieder bewijs dat de natuur goed is voor je gezondheid, want dat is ook weer een extra argument voor betere natuurbescherming. Dat vindt dan een gewillig oor bij deze groep, soms té gewillig in mijn ogen. Hun beweringen gaan dan verder dan het onderzoek kan waarmaken.” Zijn moto: geen woorden, maar data. Met die relativeringen in het achterhoofd zijn er echter wel degelijk verbanden te vinden.

Wat zijn de belangrijkste heilzame effecten van natuur? “De relatie tussen groen in de omgeving en stressreductie op de korte termijn is in veel onderzoeken gevonden. Het beïnvloedt je mentale welzijn. Groen kan bijdragen aan een aantrekkelijke omgeving die mensen verleidt naar buiten te gaan en kan stimuleren tot lichamelijke activiteit. Het kan ook zorgen voor meer sociaal contact in een buurt. Onderzoeken laten zien dat mensen in een natuurlijke omgeving positiever met elkaar omgaan.”

Waarom voelt de mens zich aangetrokken tot natuur? “Daar zijn meerdere verklaringen voor. Je hebt de psycho-evolutionaire theorie die

stelt dat we als soort altijd in een natuurlijke omgeving zijn opgegroeid en dat onze hersenen daarop zijn ingesteld. Een vertrouwde omgeving die minder onze aandacht vraagt. Volgens een andere verklaring is de natuur voor veel mensen de omgeving waarin ze hun vrije tijd doorbrengen en leuke dingen doen. Daar voel je je goed bij. De herhalende, fractale structuur van de natuur zou ook iets zijn wat onze hersenen prettig vinden. Die theorieën kunnen in verschillende verhoudingen een rol spelen. Persoonlijke componenten spelen ook een rol. Als je niks met de natuur hebt en de dokter geeft je bosbezoek op voorschrift, dan word je daar misschien wel ongelukkig van en helpt het niks.”

Biedt sporten in een natuurlijke omgeving meerwaarde? “Bewegen is sowieso goed voor je. De buitenlucht is meestal van een betere kwaliteit dan binnen en door het zonlicht maak je vitamine D aan. En dan heb je ook nog de positieve effecten van natuurbeweging. Dat is een optelsom van gunstige factoren die elkaar versterken. Er zijn ook aanwijzingen dat je hardlopen in de natuur langer volhoudt dan op een loopband in de sportschool omdat je in de natuur veel meer ziet en dus meer afleiding hebt.”

“Onderzoeken laten zien
dat mensen in een natuurlijke
omgeving positiever met
elkaar omgaan”

Heeft golf als natuurbeweging unieke kenmerken? “Om natuur intensief te beleven, is wandelen de beste activiteit. Tijdens wandelingen heb je het meeste oog voor de omgeving. De mountainbiker moet vooral opletten dat hij niet uit de bocht vliegt. Als rustgevende ervaring verwacht ik dat golf ook hoog scoort. De golfer heeft ook minder inspannende momenten waarop hij de omgeving in zich op kan nemen. Daarbij is het een activiteit die hij uitdagend en leuk vindt. Niet iedere golfer zal van wandelen houden, maar krijgt op deze manier wel vele uren beweging in de buitenlucht.”

Kan dit groene element de maatschappelijke waarde van golf vergroten? “Als de golfbranche mensen naar de natuur kan trekken die daar anders niet naartoe gekomen zouden zijn, dan is dat voor de gezondheid en het welbevinden in Nederland winst. Het positieve effect van een groene omgeving is overigens met name vastgesteld in minder welgestelde wijken. Dat is misschien een prima argument voor schoolgolf.”

Kan de inrichting van de baan van invloed zijn op de beleving? “Veel variatie in het landschap is goed. Drukke kan dan weer een negatief effect hebben. Dan moet je steeds wachten op andere golfers, raak je geïrriteerd en zal het rustgevend effect verloren gaan. Bos is daarom een gunstiger vorm van natuur dan uiterwaarden, omdat in bos meer mensen aanwezig kunnen zijn zonder dat ze last hebben van elkaar. Ruimte

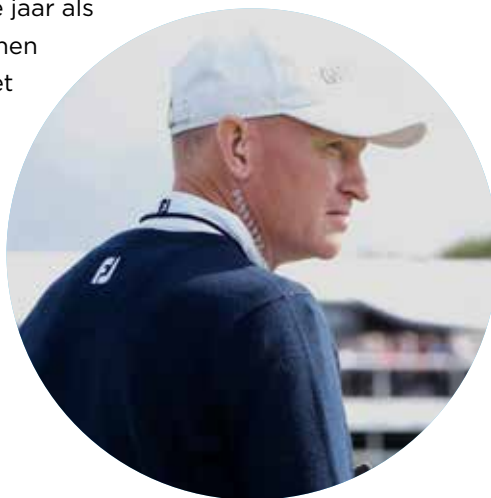
is niet alleen visueel van je af kunnen kijken, het is ook psychologische ruimte. Dat je geen andere mensen ziet. Als je aan het wandelen bent in het bos en er loopt een stelletje steeds vlak achter je, dan is dat niet zo prettig. Mooie natuur hoeft helemaal niet rustgevender te zijn dan alledaagse natuur, maar mensen komen dan wel vaker. In die zin denk ik dat kwaliteit en dus een positievere belevingswaarde van een mooie baan een gunstige invloed heeft.”

Geel wordt het nieuwe groen op golfbanen onder invloed van duurzaam beheer. Wat voor effect kan dat hebben op golfers? “Er zullen best golfers zijn die deze kleurveranderingen waarderen. Andere zullen het ongunstiger beoordelen omdat het hun spel mogelijk beïnvloedt. Ik denk dat mensen er vooral in het begin moeite mee zullen hebben, omdat de baan niet voldoet aan het stereotype beeld. Je hebt in je hoofd dat vertrouwde beeld van die baan die altijd perfect groen is geweest. Een verandering waar je niet zelf om gevraagd hebt, roept in eerste instantie vaak weerstand op.”

Wat is een belangrijke onderzoeksvraag in de toekomst? “Onderzoek naar het belang van collectief groen in relatie tot het hebben van een tuin. De voortgaande verstedelijking zorgt ervoor dat er steeds minder groen is in de steden. Daar zitten we straks aan vast. Misschien heeft dat op de lange termijn negatieve gevolgen die we ons nu nog onvoldoende realiseren. We zouden er ook voor kunnen zorgen dat mensen vanuit de stad snel in het buitengebied kunnen komen. Dat maakt de stad niet groener, maar voor het welbevinden is het misschien heel goed voor de mens om even de drukke stad uit te zijn. Wellicht dat golfbanen in dat geval ook daar op een of andere manier op in kunnen spelen in de toekomst.” ●

Walter Haandrikman: NGF-vrijwilliger van het jaar

Traditiegetrouw werd tijdens het KLM Open de vrijwilliger van het jaar uitgeroepen. Walter Haandrikman was de gelukkige. Haandrikman heeft er bijna persoonlijk voor gezorgd dat scores van par-3-banen opgenomen werden in het handicapsysteem. Hiermee heeft hij een belangrijke bijdrage geleverd aan het toegankelijker maken van de golfsport. Om de uitbreiding van het handicapsysteem voor elkaar te krijgen heeft Haandrikman de afgelopen drie jaar als vrijwilliger scores van par-3-banen geanalyseerd en vergeleken met die van langere golfbanen. Hierdoor zijn er nu in Nederland meer dan tachtig par-3-banen waar met een handicap gegolfd kan worden. Dat dit heel wat uren van zijn tijd in beslag heeft genomen, mag duidelijk zijn.



35

Dit is het aantal teams dat zich in 2018, dubbel zoveel als in 2017, heeft ingeschreven voor de Golf Sixes League, georganiseerd door PGA Holland op basis van het concept van de European Tour. In de Golf Sixes League spelen teams van zes kinderen een laagdrempelige spelvorm voor een echte teambeleving. Meer info: Manja Schilstra, ms@pgaholland.nl

BOEKENTIP

Coachingskalender 2019 voor op het bureau of thuis met elke dag een zinnige uitspraak die je in beweging zet. Motto: "Het prettige van de toekomst is dat hij met een dag tegelijk komt." Op de achterkant van elk blaadje staan verrassende zienswijzen, creatieve opdrachten, speelse reflecties en inspirerende verhalen. Voor iedereen die coacht, gecoacht wordt of geen coach meer kan zien.

Prijs: 16,90 euro



Werken in het clubhuis

Als horecaondernemer moet je vooruitkijken. Wat willen consumenten nu en over een paar jaar? Koninklijke Horeca Nederland zet op haar site een aantal trends op een rij. Een daarvan is dat de traditionele grenzen



aan dienstverlening vervagen. Gasten wonen, werken, reizen en consumeren op hun eigen manier. Ze schakelen op een dag moeiteloos tussen werk, ontspannen en leven. In een winkel kun je prima terecht voor een kopje koffie. Waarom naar kantoor als je net zo makkelijk in een café met je laptop op schoot kan werken? Het maakt voor de consument niet uit. Dat biedt ook kansen voor horeca op golfbanen. Met een paar goede stoelen en tafels, een stopcontact en gratis wifi creëer je zo een paar mooie werkplekken en extra omzet.



Op het Youtubekanaal van GOLF.NL staan 25 filmpjes voor golfclubs, -banen en golfprofessionals waarin de belangrijkste wijzigingen van de nieuwe golfregels uitgelegd worden. Meer informatie over de nieuwe regels vind je ook op ngf.nl.



Hoe staat het met topgolf in Nederland?

Het is een vraag die veel mensen bezighoudt in de golfwereld. Zijn er opvolgers voor Joost Luiten en Anne van Dam in de maak? Niels Boysen, manager Topgolf bij de NGF is gematigd positief. "De Nederlandse spelers maken progressie. Kleine stapjes in de goede richting in. In de gemiddelde scores zien we progressie in alle selecties." Bondscoach Maarten Lafeber vult aan: "Qua techniek en inzet zien we dat er grote stappen worden gemaakt bij de spelers met name in de jongere selecties. Daar zijn we erg blij mee. Op individueel niveau zien we mooie resultaten bij Jerry Ji, Nordin van Tilburg, Kiet van der Weele, Dewi Weber, Romy Meekers en Zhen Bontan." Er mag dus nog gedroomd worden over een (gouden) medaille op de Olympische Spelen in 2024.



"Bernardus is een geweldige golfbaan die garant staat voor een ultieme uitdaging voor de spelers. De baan én alle andere faciliteiten zijn van het allerhoogste niveau."

KLM Open-directeur Daan Slooter; Bernardus host vanaf 2020 het toernooi.



"Soms moet je ook op je zintuigen, kennis en instinct vertrouwen"

De vijftigjarige in Schotland geboren Allan Salmond is sinds 2007 hoofdgreenkeeper bij de Noord-Nederlandse Golf & Country Club. Hoe gaat hij om met duurzaam beheer en ziet hij grote verschillen tussen greenkeeping in Nederland en Schotland?

ALLAN SALMOND | LEEFTIJD 50 jaar | FUNCTIE Hoofdgreenkeeper Noord-Nederlandse G&CC | HANDICAP 11,8 | WOONPLAATS Zuidlaren |
MOTTO De natuur is de baas op de baan.

Waarom ben je naar Nederland gekomen? "Ik was bijna klaar met mijn greenkeepersopleiding in Schotland en ik vroeg me af wat ik daarna zou gaan doen. Ik zag een vacature voor een baan op Almeerderhout, ik was nog nooit in Nederland geweest en ik had mooie verhalen over Amsterdam gehoord. De reactie op mijn sollicitatie duurde lang dus ondertussen was ik ingegaan op een uitnodiging voor een baan in Frankfurt. Later kreeg ik het telefoontje van Almeerderhout, daar heb ik uiteindelijk 6,5 jaar gewerkt. De baancommissaris van de Hilversumsche gaf de tip voor een functie op de NN G&CC."

Heb je hier veel moeten veranderen? "Ik kreeg aardig de vrije hand, maar ik heb niet veel grote dingen hoeven aanpassen. De greens waren niet al te best en ze hadden net 'drill & fill' uitgevoerd. We kregen die greens redelijk snel weer in goede staat en de leden waren er blij mee."

Hoe communiceer je met de leden over werkzaamheden?

"We hebben vanaf het begin gezegd dat ze ons vijf jaar moesten geven om de greens in topvorm te krijgen en uitgelegd welke werkzaamheden daarbij horen. Verder praat ik met iedereen in de baan over wat we aan het doen zijn en waarom. We hebben nooit problemen met de leden maar dat komt ook omdat ze zelf de resultaten merken van ons werk. Voor de Trompbeker zorgen we dat baan in topvorm is. Soms krijg je dan de vraag waarom het niet altijd zo kan zijn. Dat zouden we best willen, maar daar hangt een financieel plaatje aan vast natuurlijk. Iedereen heeft zijn ideeën over hoe greens zouden moeten zijn. De eerste hoofdgreenkeeper die ik leerde kennen, was er een van de oude stempel. Je had het idee dat hij op de golfbaan geboren was. Hij zei altijd: 'A good green stops a good ball and lets a bad ball flow through.' Zo denk ik ook nog steeds over."

Grootste verschil tussen Schotse en Nederlandse greenkeepers? "De Nederlanders zijn meer wetenschappelijk bezig met 'meten is weten', analyses en onderzoeken. Ik denk dat

het in Schotland meer op ervaring en gevoel gaat. Natuurlijk meten wij ook - we hebben drie greens die we monitoren - en is het goed om data te verzamelen, maar soms moet je ook op je zintuigen, kennis en instinct vertrouwen."

Klaar voor 2020? "Sinds januari zijn we GEO-gecertificeerd. Dit jaar hebben we helemaal geen chemicaliën gebruikt en in de afgelopen drie jaar nooit meer dan drie applicaties pesticiden. Maar ik ben wel een realist. De kans dat we in een winter ziektes en schimmels krijgen op een parkbaan als deze is negentig procent. Als je er helemaal niets aan mag doen, wordt het golfen er vast niet leuker op en dat kan toch niet de bedoeling zijn."



"Ik praat met iedereen in de baan over wat we aan het doen zijn en waarom"

voor de par-3-baan. Ook zou het clubhuis dubbele beglazing moeten krijgen en zijn er ideeën over indoor golf faciliteiten. Veel plannen die allemaal nog bekeken worden."

Wat moet er dan gebeuren?

"Hetzelfde systeem hanteren als bijvoorbeeld in Scandinavië. Daar heb je een lijst met chemicaliën die een cijfer hebben op basis van schadelijkheid. Per jaar mag je in geval van nood een vooraf bepaald aantal punten aan chemicaliën gebruiken. Ze gaan er dan natuurlijk vanuit dat je het eerlijk bijhoudt."

Zijn gele fairways de toekomst?

"Chemicaliën helpen niet tegen de droogte. Zeven jaar geleden hebben we het irrigatiesysteem gewijzigd. We hebben toen gekozen om geen extra leidingen onder de fairways te leggen. Als de fairways verkleuren, dan verkleuren ze maar. Dat is niet erg."

Zou je nog iets willen veranderen op de Noord-Nederlandse?

"We werken nu met Frank Pont die een plan heeft voor een upgrade van de baan met aanpassing van de bunkers en een nieuwe route



VOOR U GESPOT

Mickelson versus Woods

De wedstrijd tussen Tiger Woods en Phil Mickelson op 23 november 2018 is een voorbeeld van vernieuwing in de golfsport. In een rechtstreeks duel gaan ze met elkaar strijden om een bedrag van negen miljoen dollar. De Shadow Creek-golfbaan in Las Vegas is het decor. "Dit is een manier om golf bij een groot publiek onder de aandacht te brengen op een moment dat er weinig wordt gegolft", zei Mickelson. "Dat degene die het duel wint al het prijzengeld krijgt, maakt het extra spannend." De spelers dragen tijdens de wedstrijd een microfoon en ze mogen elkaar uitdagen met 'side bets', zoals de langste putt of het dichtst bij de hole na de afslag.

Het duel tussen de Amerikanen past in de trend in de sportwereld, waarbij steeds vaker losse evenementen tussen twee wereldberoemde sporters worden georganiseerd. Woods vs. Mickelson moet golf een impuls geven. De interesse voor de sport neemt af, de kijkcijfers lopen al een aantal jaren terug. En golf heeft een oud publiek; de gemiddelde leeftijd van de Amerikaanse tv-kijker naar golf is 64 jaar. Ter vergelijking: voor American football is dit 50 jaar en voor soccer zelfs 40 jaar. Er ligt dus een kans om jongeren via spectaculaire evenementen te interesseren voor de sport.



Mentoren ondersteunen en verbinden startende golfers

"Wij zijn als het cement tussen de stenen"

Golfclub Zwolle laat via Golfstart zoveel mogelijk mensen kennismaken met golf en proeven aan de sfeer binnen de club. Mentoren leveren een belangrijke bijdrage aan dit introductieprogramma. Wat doen zij en wat is het effect van het groepsgevoel?

Het is een vraag die Eric Jan Brongers regelmatig voorgelegd krijgt van startende golfers. 'Ga ik het ooit leren?', klinkt het dan vertwijfeld. "Dat is uiteraard aan de golfpro's", zegt hij, "maar wij kunnen als mentoren wel begrip tonen en ondersteuning bieden. Golf kan soms heel frustrerend zijn, maar ook erg veel voldoening geven zodra je merkt dat je vorderingen maakt." "Wij vertellen dat golf een uitdagende sport is en dat het een leven lang leren inhoudt", vult Sita Faber aan. "Ik ervaar tijdens zo'n eerste fase dat je mensen echt kunt infecteren met golf. Soms zie ik een starter bezig en denk ik: dat wordt niks. Maar op een gegeven moment wordt zo iemand toch gegrepen en wil hij verder komen. Dat is geweldig om te zien en geeft je veel voldoening als mentor." Jet Dubbeldam spreekt van een drempel waar de mentor de beginnende golfer overheen moet

proberen te tillen: "Tijdens moeilijke momenten voorhouden dat die goede bal echt wel weer komt."

Psychologisch proces In het clubhuis van Golfclub Zwolle vertellen de drie mentoren enthousiast over hun ervaringen in deze belangrijke rol in Golfstart. Het is in de ogen van Erik Jan een voordeel dat hij net als Sita ook als Golfstarter zijn entree maakte bij de club. "Wij hebben zelf ervaren waar zij allemaal tegenaan lopen." Zo beschrijft Sita na een mindere les haar eigen aarzelende eerste stappen op de baan. "Ik houd ze voor dat ik de slechtste van de groep was, maar dat ik nog altijd met veel plezier golf en me nog steeds ontwikkel." Jet: "Het is best goed om je als mentor soms kwetsbaar op te stellen." Sita: "Ik geef aan dat ze steeds hun eigen doelen moeten stellen en niet te veel naar anderen moeten kijken. Zelf stappen maken, in hun eigen tempo. Dan krijg je ze vaak wel weer mee. Het is een psychologisch proces. Je moet als mentor zorgen dat ze die motivatie behouden." →

“De starters in mijn eerste groepje hebben elkaar hier leren kennen en zijn nu dikke vriendinnen”

Golfstart

Het hele programma bestaat uit twee fases. Het begint met een kennismaking in vijf groepslessen. Met twee maanden toegang tot alle oefenfaciliteiten inclusief de par-3-baan. Na deze eerste fase kunnen de deelnemers verder gaan met de onderdelen ‘Op naar baanpermissie’ (vergelijkbaar met Stap 1 van het 9-Stappenplan) en ‘Op weg naar Handicap 54’ (vergelijkbaar met Stap 2). Wederom inclusief gebruik van oefenfaciliteiten en ook een uitnodiging voor een Rabbit-Q-wedstrijd. In beide fases begeleidt een mentor de groep. Belangstellenden kunnen zich het hele jaar door inschrijven voor Golfstart. Zodra er voldoende aanmeldingen zijn voor een groep, starten de lessen. Op de clubwebsite is een speciale pagina voor de golfstarters met adviezen en doorverwijzingen. Er is tevens een programma gericht op sponsoren: Private Label Golfstart.



Niet forceren Volgens Jet kan van het lessen in een groep ook een stimulerend effect uitgaan. “Ze motiveren elkaar binnen zo’n groep en willen niet voor de anderen onderdoen”, zegt ze. Eric Jan: “Ze willen allemaal handicap 54 halen.” Jet: “Op dit moment heb ik een heel fanatiek groepje waarin iedereen dat heel snel gehaald heeft. Maar soms blijft iemand wat achter op de rest en raakt daardoor weleens in een sportief dipje. ‘Joh, wat kan jou die handicap schelen’, zeg ik dan. ‘Probeer te genieten en kijk om je heen hoe mooi het is.’” Ze noemt als voorbeeld een starter die stug bleef volhouden, inmiddels lid is en zich eveneens als commissielid inzet voor de club. Dan is de missie geslaagd. Eric Jan: “Je moet niets forceren op die momenten en zorgen dat de sfeer en onderlinge band in de groep goed blijven.”

Verbinden Mensen die starten met golf vinden het fijn om dit samen te doen. De starters kunnen volgens Sita veel ervaringen met elkaar delen. “Ze zijn allemaal beginnende golfers en hebben meteen maatjes. Dat verlaagt de drempel om voor het eerst een golfclub binnen te stappen.” Eric Jan vergelijkt het met de voordelen van teamsporten als hockey en voetbal waar je als nieuweling door je ploeggenoten automatisch je weg vindt binnen de vereniging. De mentoren zorgen voor de introductie binnen de club en treden op als verbinder. Ze geven de starters een uitgebreide rondleiding langs alle faciliteiten, drinken met hen op het terras een kop koffie en koppelen de nieuwkomers aan anderen binnen de club. De mentoren nemen hun groep iedere woensdag mee naar de par-3-baan, waar ze alvast het baangevoel krijgen. Sita probeert te voorkomen dat iemand buiten een groep dreigt te vallen. ‘Je gaat toch zeker ook nog wel even mee naar de par-3-baan?’, informeert ze dan aanmoedigend. “Ik probeer daar oog voor te houden. Dat is iemand die anders wellicht eerder de auto ingestapt was. Het zou jammer zijn wanneer je mensen op die manier kwijtraakt. Als mentor ben je als het cement tussen de stenen.”

Duurzame vriendschappen De groepsapp is een krachtig communicatiemiddel voor de uitwisseling van de meest uiteenlopende vragen van de golfers en verstevigt de onderlinge band verder. Het groepsgevoel leidt soms tot hechte en duurzame vriendschappen buiten de baan. “De starters in mijn eerste groepje hebben elkaar hier leren kennen en zijn nu dikke vriendinnen, die ook buiten het golfen om uitstapjes met elkaar maken. Het is inmiddels een traditie dat we met dit groepje op Oudejaarsdag de baan in gaan met champagne en oliebollen”, vertelt Jet terwijl ze op haar smartphone enkele groepsfoto’s met lachende golfers voorbij laat komen. Erik Jan wijst op de sterke band tussen zijn golfstarters, die deze avond eerst de 18 holes lopen maar zorgen dat ze allemaal op tijd terug zijn om samen met hun oude groepje de par-3-baan in te kunnen gaan.

“Dit jaar hebben tachtig voormalige golfstarters zich aangemeld voor een lidmaatschap of abonnement”



De mentoren Eric Jan Brongers en Jet Dubbeldam maken nieuwe leden wegwijs in de baan en daarbuiten.

Dynamiek Golfstart zorgt volgens Sita voor een andere dynamiek binnen de club, die zich hiermee openstelt voor weer nieuwe groepen golfers. Geheel naar het motto van de club: Golf voor iedereen! “Je ontvangt mensen van een personeelsvereniging voor wie het toevallig een keer voorbij komt zoals een cursus bloemschikken tot mensen die het al heel lang overwegen of iemand kennen die golft. Heel divers dus. Veel mensen ook die anders niet in aanraking zouden komen met golf en die je op deze manier aan je club kunt binden. Dat gold voor mij persoonlijk ook. Er ontstaat een nieuwe cultuur binnen een club. De identiteit van de club ontwikkelt zich en dat is goed voor de toekomst.”

Werving nieuwe leden Eerst was er Golfstart en pas later kwam het idee om mentoren toe te voegen aan de groep, vertelt Anita van Roendaal. Zij is coördinator van de mentoren bij Golfclub Zwolle. “De mentor is het aanspreekpunt namens de club. We willen niet alleen dat nieuwe golfers de vaardigheden leren, maar er

plezier aan beleven en zich thuis voelen. We hadden afgelopen jaar 120 deelnemers aan de eerste fase van wie zestig procent doorging naar de tweede fase. Daaraan levert de mentor en de groepsbinding een voorname bijdrage. Uiteindelijk willen we via deze weg natuurlijk graag nieuwe leden werven. Met name jongere golfers. In een persoonlijke brief die de golfstarters van hun mentor ontvangen, leggen we uit welke mogelijkheden we allemaal bieden. Een deel wordt lid aan het eind van het programma. Voor de groep die nog twijfelt, is de Rabbit-wedstrijd belangrijk. Dan krijgen ze hun handicap en spelen ze ook met andere mensen van de club. Dit jaar hebben tachtig voormalige golfstarters zich aangemeld voor een lidmaatschap of abonnement. Variërend van een volledig lidmaatschap tot een NGF-registratie. Dat laatste betekent niet zoveel meer omzet, maar er is vanaf dat moment een binding met de club en we zien ook dat hier vaak een lidmaatschap op volgt. We starten met een enquête om nog meer inzicht te krijgen in wat er van al die golfstarters geworden is. Waarom ze bijvoorbeeld niet zijn doorgegaan naar de tweede fase en of ze misschien wel elders nog als golfer actief zijn. Met die informatie hopen we ons voordeel te kunnen doen voor dit project.” ●

Voor meer informatie over Sportief beleid, kun je contact opnemen met Alexander Renders: alexander.renders@ngf.nl.



NEDERLANDSE LOTERIJ IS TROTSE PARTNER VAN DE NEDERLANDSE SPORT

Wij zijn de naam achter Staatsloterij, Lotto, Eurojackpot, Miljoenenspel, Lucky Day, Krasloten en Toto. Samen laten wij heel veel mensen winnen en niet alleen met miljoenen aan prijzengeld. Zo steunt Nederlandse Loterij de Nederlandse sport jaarlijks met een bijdrage van meer dan 40 miljoen!

Wij dragen hiermee bij aan een stevig fundament onder de Nederlandse Sport, met als doel sport en beweging voor iedereen mogelijk te maken. Van jong tot oud, van Olympisch tot Paralympisch en van revalidatie tot gehandicaptensport. Door mee te spelen met één van onze spellen, steun jij dus óók de Nederlandse Sport.

Bedankt, alle spelers van  **NEDERLANDSE LOTERIJ**

SPEEL BEWUST 18+ NEDERLANDSELOTERIJ.NL









VAN OLJETANKER NAAR SPEEDBOOT

Wij maken uw organisatie wendbaar



 **Numa** | Digital Accelerator

Uitgelichte activiteiten & transfers

11de NGA Contact & Vakdag

Donderdag 25 oktober 2018

Op deze tweejaarlijkse happening laten sponsors hun producten en/of diensten zien aan NGA-leden en genodigden. Ook niet NGA-leden zijn welkom. Kom een kijkje te nemen op de beursvloer, bezoek de workshops en geniet van het dinerbuffet.

Kijk voor meer info over deze vakdag en andere activiteiten van de NGA op www.ngagolf.nl.



Het bestuurscongres

Zaterdag 1 December 2018

De NGF organiseert voor de eerste keer 'het bestuurscongres' voorafgaand aan de Algemene Ledenvergadering. Een dagvullend programma, boordevol inspiratie. Voor alle bestuursleden is er voldoende keuze uit de diverse parallelsessie met thema's die aansluiten op de ontwikkeling in de golfmarkt. De aansluitende ALV zal korter en efficiënter zijn in de aanwezigheid van één vertegenwoordiger per NGF-club.

Kijk voor alle bijeenkomsten en workshops van de NGF op www.ngf.nl/kalender.

Workshops Player 1st

Diverse data

In november organiseren de NVG en NGF vier workshops over Players 1st. In diverse regio's worden golfbanen en -clubs ondersteund in het maken van analyses van de resultaten uit de enquêtes van Players 1st. De workshops vinden plaats op:

- 22-11, Rosendaelsche GC
- 23-11, Nieuwegeinse GC
- 29-11, G&CC Geijsteren
- 30-11, Drentsche G&CC

Alle workshops vinden plaats van 14.00 tot 16.00 uur. Aanmelden kan per mail via info@nvg-golf.nl. Deelname kost 25 euro p.p.

Kijk voor alle bijeenkomsten en workshops van de NVG op nvg-golf.nl/jaarplanner-2.

Transfers

Dorine Daemen is de nieuwe baanmanager bij **Golfbaan de Stippelberg**.

Jeroen van Triest is de nieuwe baanmanager van **Het Rijk van Nijmegen**. Hij kwam van De Stippelberg.

Sheila Evers verruult haar functie van manager van Het Rijk van Nijmegen voor commercieel manager voor **alle vier de banen van het Rijk**.

Jeroen in den Eng is de nieuwe baanmanager van **Efteling Golfpark**. Hij vervangt Robert den Hartog.

Marloes Gerbrands -Thesingh is event-manager bij de **NVG**.

Mats Meijers is de nieuwe baanmanager bij **Golfbaan de Zeeuwsche**.

Klaas Boon is de nieuwe baanmanager van de **Westfriese Golfclub**.

Maarten Slootmaekers is de nieuwe commercieel manager bij **Bentwoud**.

Harrie van Laviere is de nieuwe manager golf faciliteiten bij **Golfbaan Bentwoud**.

Laurentine Bouman is de nieuwe directeur van **Golfbaan Delfland**. Ze volgt Tinus Vernooij op.

Roland-Jan Schippers is de nieuwe baanmanager van **Golfpark Spandersbosch**.

Bart Rekers is de nieuwe baanmanager bij **Golfclub Zeegersloot**. Hij volgt Edwin Hamers op.

David Mathieu is headprofessional op de **Nieuwegeinse**.

Professional **Marcel Honsbeek** verruult De Haar voor de **Noordwijkse**.

Martin Groenendaal runt samen met Felix Meijer de **GolfSchool bij Haviksoord**.

Niels van Koolwijk is professional bij de **Swinckelsche**.

Professional **Arthur Kleven** geeft les op de **Swinckelsche en Crossmoor**.

Steff Beerenfenger is professional bij **De Haar**.

Nieuwe leden NVG

The Links Valley
Golfpark Soestduinen
Golfbaan Weesp

*Wil je een transfer bij jouw club melden?
Stuur dan per e-mail naar: communicatie@ngf.nl.*

Suppies en uppies

Suppen. Het komt ongetwijfeld omdat ik nogal ouderwets ben en vooral traditionele media volg maar ik had nog nooit van het woord gehoord. Ik kwam suppen voor het eerst tegen toen ik ter inspiratie voor dit columnpje de artikelen die in deze Golfmarkt gingen verschijnen, alvast mocht lezen. Suppen is, voor de enkeling die het ook nog niet wist, staand peddelen op een surfplank.

Het schijnt flink aan populariteit te winnen. Volgens het coverar-

tikel in deze Golfmarkt, 'De veranderende identiteit van sport', komt dat omdat je suppen altijd en overal kunt doen, mits er natuurlijk water in de buurt is. Het is ook nog eens heel makkelijk om te leren. Zet golf daar tegenover: voor de gemiddelde mens nauwelijks onder de knie te krijgen en golfbanen liggen doorgaans niet om de hoek (mooie plassen water hebben de meeste golfbanen dan weer wel). Als ik lees over de toenemende populariteit van suppen krijg ik te doen met al die golfbaaneigenaren die het lastig hebben om voldoende mensen naar hun liefdevol geprepareerde holes te trekken. Concurreren met voetbal, tennis, hockey, oké, dat wist je toen je jaren terug een golfbaan opende. Maar anno 2018 moet je ook de strijd aangaan met suppen. En met urban sports, pleintjesbasketbal, breakdance, en Facebook en Netflix en weet ik waarmee allemaal niet. Probeer met al die keuze-mogelijkheden maar eens iemand te verleiden lid te worden van een Golfclub.

Hoe anders was dat 33 jaar geleden toen ik met golf begon. Na een jaar smachtend op een wachtlijst te hebben vertoefd, kregen mijn vader, mijn twee oudere broers en ik het bericht dat we lid mochten worden van de plaatselijke Golfclub. Voor het oog van mijn hoofdschuddende moeder trokken we in polonaise jubelend door huize Louter. Nu waren we echte golfers! We hoorden er bij en daar waren we trots op. In het eerder genoemde coverartikel staat dat sport in de loop van de twintigste eeuw 'steeds meer een identity marker is geworden'. Mensen ontlenden een deel van hun identiteit aan de sport die ze beoefenen, 'ze zeggen dat ze een zwemmer zijn of een hockeyer'. Of een suppie, op het water peddelend met een plankie.

Suppies peddelen vaak alleen, maar soms ook in clubverband. Onder die suppies schijnen veel uppies te zijn. Uppies, ik hoorde het woord onlangs voor het eerst, zijn alleenwonenden. Het aantal uppies groeit al jaren meer dan twee keer zo hard als de samenwonenden. Ook onder de veertigers, de vijftigers en de zestigers neemt het aantal uppies in rap tempo toe en volgens het CBS zet die ontwikkeling zich alleen maar verder door. Toen ik 33 jaar geleden voor het eerst tegen een golfbal sloeg zag de maatschappij er anders uit, overzichtelijker. Man, vrouw in één huis samenwonend met een paar kinderen en lid worden van een sportclub was voor de gezinsleden een vanzelfsprekendheid. Tegenwoordig zijn er uppies, suppies, yuppies, legio verschillende doelgroepen met allerlei wensen en eisen, ook als het gaat om sportbeoefening. In deze Golfmarkt lees je weer veelvuldig dat golfbaaneigenaren zich moeten aanpassen aan de veranderende tijden, beter moeten luisteren naar wat de hedendaagse golfers en potentiële nieuwe golfers allemaal verlangen, dus andere lidmaatschapsvormen aanbieden en veel flexibeler zijn. Dat is natuurlijk ook zo, maar ik snap ook dat het een serieus lastige opgave is. Gelukkig staat er in deze Golfmarkt een tip voor Golfbaaneigenaren en clubs: 'stel de baan meer open voor nieuwe activiteiten, denk aan footgolf, urban golf of beachgolf.' Of Suppen natuurlijk, die waterhindernissen liggen er toch al.

Gerard Louter schrijft ook columns op GOLFENL en geeft tv-commentaar bij Ziggo Golf.



Van grip op je werk

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

Naar grip op je spel

RICOH
imagine. change.

COLOFON

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

Redactie

Mari Trini Hermoso, Karianne van der Zant

Aan dit nummer werkten mee:

NGF: Eefje Kievits, Jaco Schippers, Jeroen Stevens, Maarten Voermans en Ronald van de Zande

PGA Holland: Jim van Heuven van Staereeling

NVG: Lodewijk Klootwijk

NGA: Monique Madsen

Jørg van Caulil, Bert van der Toorn, Jan Kees van der Velden

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.

➤ **GolfMarkt #14 verschijnt in het voorjaar van 2019.**

GolfMarkt komt tot stand door samenwerking van:



 communicatie@ngf.nl  LinkedIn: NGF-Golfmarkt Tel. 030-2426370

Handicap omlaag, spelplezier omhoog



Als hoofdsponsor van het Nederlandse golf stimuleert ING Private Banking de sport in de volle breedte. Daarnaast willen we van iedere liefhebber een betere golfer maken. Kortom: handicap omlaag, spelplezier omhoog.

Kijk hoe jij meer plezier uit het spel kunt halen op [ING.nl/golf](https://www.ing.nl/golf)

Hoofdsponsor van het Nederlandse golf

ING 
Private Banking