



Jeroen Boesmans van Creative Marketing Results: "Focussen op aantal speelrondes en goede marketing zijn noodzaak."



Lodewijk Klootwijk, directeur van de NVG: "De golfsport groeit met spelers die niet spelen. De 'golfer' bestaat niet meer."

Marketing noodzakelijk

Als er niets gebeurt, komen sommige golfbanen in financiële problemen. Want het aantal golfers neemt nog wel steeds toe, maar het aantal speelrondes niet. Vooral een goede marketing is cruciaal, blijkt uit het onderzoek Visie 2015.

TEKST EN FOTO'S: PATRICK MEDEMA

De Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties (NVG) presenteerde tijdens het nationale golfcongres Visie 2015. Het onderzoek door Creative Marketing Results bracht niet helemaal wat je ervan zou verwachten, namelijk een visie op golf in Nederland. Het resultaat is meer een analyse. Een echt plan van aanpak moet de NVG nog maken. Cruciaal voor de toekomst is een goede marketing, is een van de conclusies.

Minder speelrondes

In 2015 zullen er wel meer golfers zijn – marketingstrateeg Boesmans van het onderzoeksbureau voorspelt zo'n 450.000, nu zijn het er 330.000 – maar het aantal speelrondes per speler neemt af. De groei zit voornamelijk in de groep vrije golfers die minder spelen. Speelt een clubgolfer gemiddeld 36 rondes,

een vrije golfer speelt er slechts vier. Er is daardoor een beperkte toename van de werkelijke vraag. Er is aansluiting met de nieuwe golfer nodig. Deze is jonger en individualistischer ingesteld dan de klassieke clubgolfer. In 2009 zijn er 153 banen met plaats voor ongeveer 7 miljoen speelrondes; hiervan werden er in 2008 zo'n 5,9 miljoen benut. In 2015 voorspelt Boesmans een vraag van ongeveer 6,9 miljoen rondes als er niets gebeurt. Het wordt dus de kunst om niet te focussen op groei van het aantal spelers, maar op het aantal gespeelde rondes. Dit zou kunnen door de kwaliteit van de baan hoger te maken en het versterken van de natuurbeleving en gezondheid voor de golfer. Hierbij is een goede marketing onontbeerlijk. Dan zou het aantal speelrondes naar 7,6 miljoen kunnen groeien. Een bron van meerinkomsten zou ook kunnen

komen door een hogere greenfee te vragen tijdens primetime.

Gebalanceerde groei

Zo'n 90 procent van de golfers speelt binnen een half uur van zijn huis. Een nieuwe golfbaan moet dus dichtbij de vraag liggen. Er lopen nu zo'n twintig projecten met nieuwe banen, goed voor 280 holes. Verder zijn er ideeën voor nog zeventig projecten met in totaal achthonderd holes. Om die rendabel te houden, moet het aantal speelrondes per golfer omhoog. Ook moet het aantal clubleden groeien door een afname van vrije golfers. Clubleden trekken kan met marketing. De uitdaging voor de branche ligt in differentiatie van het golfaanbod, zodat ook de vrije golfers en golfers met een virtueel lidmaatschap meer gaan spelen en zich sterker verbonden voelen met de golfsport. 🏌️