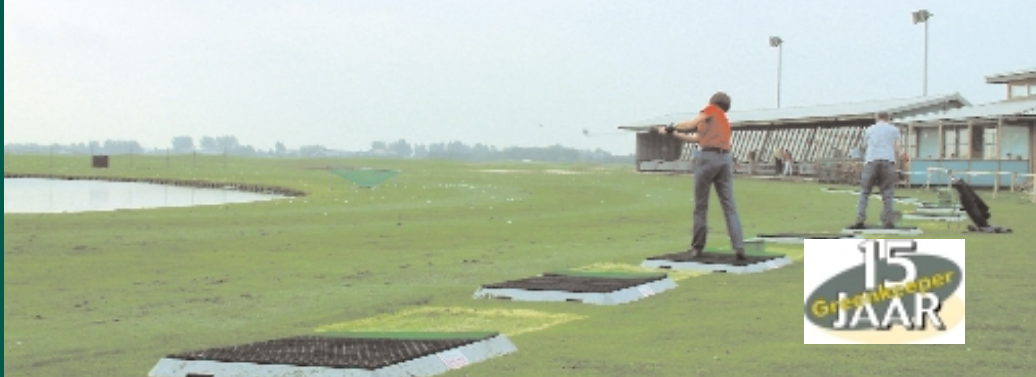


De golfsport in Nederland staat het komende decennium voor een cruciale fase in haar ontwikkeling. Zal de populariteit blijven toenemen of treedt stagnatie op in het aantal spelers en green fees? In veel landen waaronder Nederland heeft de golfsport een sterke groei doorgemaakt. Continuering van de groei is absoluut mogelijk wanneer voldoende rekening wordt gehouden met de huidige en toekomstige wensen van de markt. Basisgedachte is dat alleen met een klantgerichte aanpak de groei gecontinueerd wordt. Daarvoor is het van belang om te onderzoeken welke wensen de huidige en toekomstige golfers hebben.

Auteur: Egbert Mulder

# Grote diversiteit aan banen en professioneel management



In de Nederlandse situatie is de laatste jaren duidelijk geworden dat een groot deel van de nieuwe golfers tot de vrije golfers behoort, die dus geen lid zijn van een golfvereniging

in de traditionele zin van het woord. Velen kiezen er voor om lid te worden van een geassocieerde golfclub, zoals ANWB Golf, waarmee men over een groot aantal faciliteiten kan beschikken die een verenigingslid ook heeft. Opvallend bij de nieuwe golfers is dat zij de golfsport vaak combineren met het beoefenen van andere sporten en dat golf als tweede of derde sport wordt beoefend. De nieuwe golfers zijn gemiddeld ook jonger, de meerderheid is 25 – 45 jaar. Deze ontwikkelingen heeft een aantal gevolgen voor de ervaringen die de nieuwe golfers hebben met de sport: velen vinden de sport moeilijk, te tijdsintensief en te duur.

Golfbaanexploitanten die rekening houden met deze knelpunten zullen ook in de toekomst kunnen rekenen op een belangrijke groei in exploitatie-resultaten. De belangrijkste strategieën die daarbij toegepast kunnen worden zijn de volgende:

## Grotere diversiteit aan banen

Het aanbod aan speelmogelijkheden voor golfers in Nederland is momenteel vrij beperkt, zowel in kwantiteit als in kwaliteit. Het overgrote deel van het aanbod bestaat uit standaard 18 holes championshipcourses. Dit product voldoet echter in veel gevallen niet meer aan de veranderende vraag. Vanuit marketingtermen dient het aanbod assortiment uitgebreid te worden. Afhankelijk van de locatie en de doelgroep van een nieuwe baan moet de exploitant/ontwikkelaar een keuze maken uit de volgende mogelijke typen:

## High End besloten banen

Er bestaat in Nederland tot 2010 nog marktruimte voor 6 – 8 exclusieve golfbanen. De financiering van deze banen zal plaatsvinden door het bedrijfsleven (company courses) en/of vermogende particulieren (private member courses). De high end golfbaan kenmerkt zich door een besloten

karakter, een topklasse baanontwerp, veelal getekend door een bekende buitenlandse golfarchitect en een relatief lage speelintensiteit. Het aantal leden is relatief beperkt en het aantal greenfees per jaar bedraagt gemiddeld ca. 15.000 – 20.000.

## High End Pay & Playbanen

In geheel Nederland is de komende jaren nog ruimte voor enkele tientallen hoogwaardige pay & play banen, bestaande uit 18, 27 of 36 holes.

De markt vraag is met name sterk in de stedelijke gebieden en de Randstad. Deze banen hebben een hoge spel- en landschapsbeleving en zijn ook ingericht op een efficiënte doorstroming van de spelers. De fairways zijn breed, er bevindt zich vrijwel geen rough naast de baan (parklandschap). Om de hoge speelintensiteit (40.000 – 50.000 green fees) bij dit type baan op te vangen zijn de cultuur-technische eisen bij aanleg en onderhoud hoog.

## Golftrainingscentres en Compact Courses

Golf ontwikkelt zich steeds meer tot een urbane sport. In en rond de grote steden is grond echter zowel duur als schaars. Daarom heeft GMG in samenwerking met golfbaanarchitecten modellen ontwikkeld voor stedelijke golftrainingscentra van ca. 10 ha., waarop zowel opleidings- als speelmogelijkheden worden aangeboden voor zowel beginnende als meer ervaren spelers. De stedelijke golftrainingscentra zullen de komende jaren in stedelijke agglomeraties met meer dan 50.000 inwoners worden gerealiseerd. Een vergelijkbare ontwikkeling is te vinden in de zgn. compact courses. Uit onderzoek is gebleken dat veel golfers van mening zijn dat het spelen van een standaard 18 holes baan te veel tijd kost. Men wil vaker, maar korter (1 – 2 uur) spelen, zonder het idee te hebben op een zgn. "Mickey Mouse" baan te spelen.

## Indoor facilities

Door de ontwikkelingen van het kunstgras zullen overdekte golfcentra in de toekomst een steeds beter totaalproduct aanbieden. Naast vrijwel volwaardige putting greens zijn in de overdekte accommodaties ook bunkers, chipping areas en afslagmogelijkheden opgenomen.

## Driving Ranges

Naar verwachting zal de tijd die de gemiddelde golfer op de Driving Range doorbrengt (ten opzichte van de tijd dat men daadwerkelijk speelt) aanmerkelijk stijgen. De wens om de swing verder te perfectioneren, in combinatie met de intensieve lichaamsbeweging liggen hieraan ten grondslag. Het ontwerp en de inrichting van de driving range zal nog een sterke ontwikkeling meemaken. Vooral het gebruik van video en computeranalyses en –simulaties zal de komende jaren tot de standaard gaan behoren.

## Professioneel management

De stijgende kwaliteit die professionele golfbaan-exploitanten de komende jaren aanbieden aan hun klanten, zal ook zijn weerslag hebben op de wensen en eisen die leden van de traditionele golfverenigingen aan hun bestuur gaan vragen. Het gaat hierbij zowel om aanleg en onderhoud, als om dienstverlening in de horeca, golfopleiding, receptie en golfshop. Net zoals bij andere sporten zal dit leiden tot een professionalisering van het management. Enerzijds zal dit plaatsvinden door het aannemen van professionele managers die een belangrijk deel van het takenpakket van de bestuursleden overneemt. Anderzijds zal een toenemend aantal verenigingen besluiten het totale management uit te besteden aan organisaties die hierin een grote ervaring hebben.

## Egbert Mulder

Drs. Egbert Mulder (1957) is oprichter en mede-directeur van GMG Golf Management Group. Sinds 1985 is Mulder als marketeer en ondernemer werkzaam in de sport en recreatiesector. In zijn loopbaan is hij nauw betrokken geweest bij ontwerp, bouw en exploitatie van een grote diversiteit aan sport- en recreatievoorzieningen. In opdracht van het Ministerie van VWS schreef Egbert Mulder het 'Handboek Marketing Sportaccommodaties'. GMG ontwikkelt, managet en exploiteert hoogwaardige golfbanen en -trainingscentra. Binnen GMG is Egbert Mulder verantwoordelijk voor ontwikkeling en marketing. Voor meer informatie over GMG: zie [www.golfmanagement.nl](http://www.golfmanagement.nl)