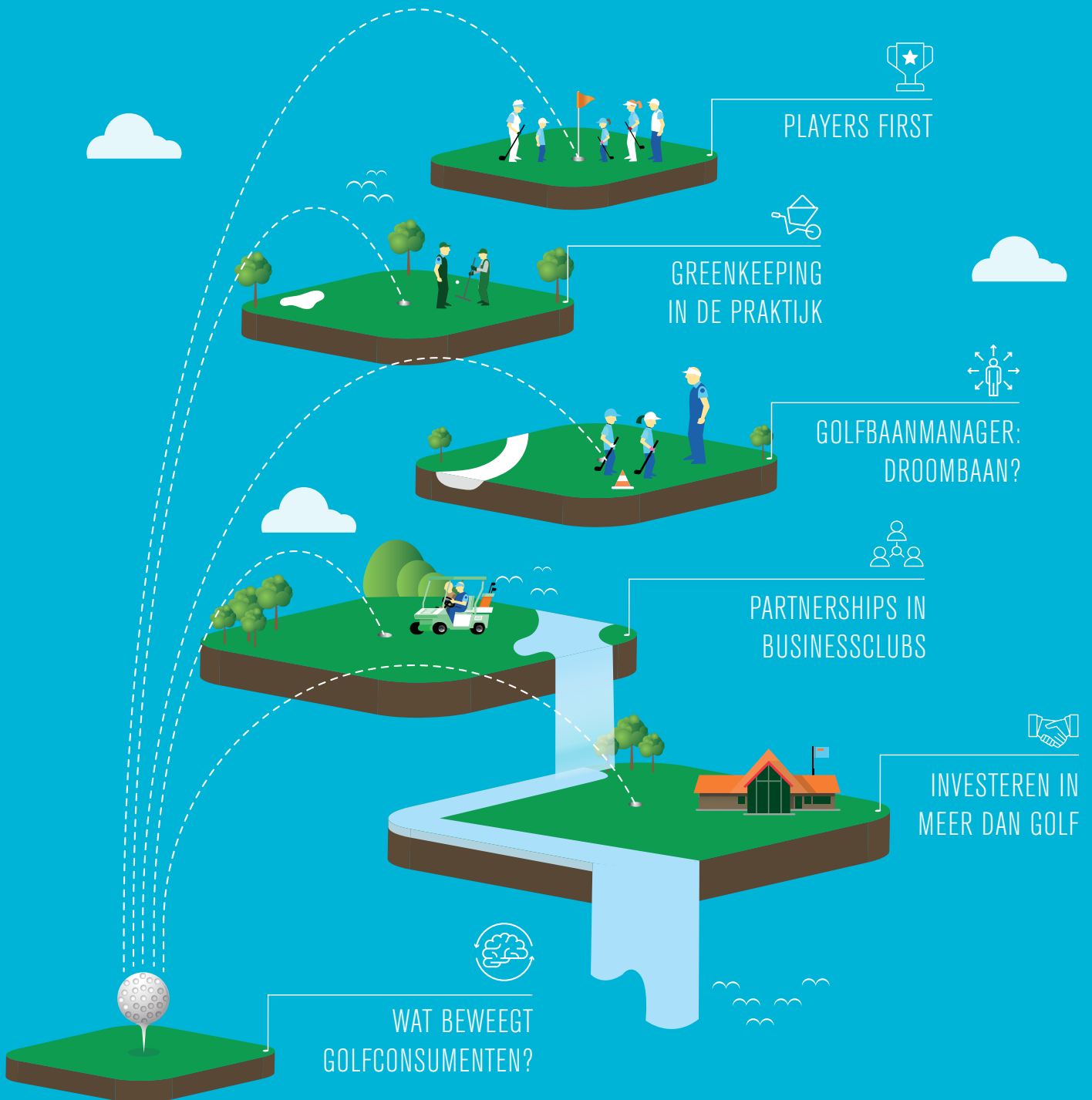




# GolfMarkt

## DE WAARDE VAN GOLF





WINNABAR  
TEAM RAAK



# Laat zien wat golf is

De coverstory van de negende editie van GolfMarkt gaat over waarden. Specifieker: de waarden van golf. Nog specifieker: de vele waarden van golf. Dit zijn tijden waarin niet alleen aan producten, maar ook aan gedachten, theorieën en plannen prijskaartjes worden gehangen. Vaak niet ten onrechte, want geld is schaars, budgetten staan onder druk. Daarom is het goed dat Europese stakeholders zoals de *PGA of Europe* en *The R&A* hebben becijferd welke economische waarde golf in ons werelddeel heeft. Uit dat onderzoek blijkt dat de sport een interessante bijdrage levert.

Betrouwbare Nederlandse cijfers zijn er niet. Dat moet een uitdaging zijn voor de NGF, NVG en PGA Holland. Maar golf is meer dan geld. Veel meer dan dat.

Het mooie van de sport is namelijk dat er zoveel verschillende facetten zijn. En die facetten kun je vertalen naar waarden. Het is zaak die aan de man te brengen. Het imago van golf is nog altijd niet geweldig, maar het beeld dat veel mensen hebben, is vaak gebaseerd op een gebrek aan kennis.

Met andere woorden: de golfwereld staat voor een uitdaging. We moeten met zijn allen in staat zijn om nog beter te laten zien wat golf is. En wel op basis van harde feiten. In dit nummer doen we een eerste aanzet.

*De redactie*

# In dit nummer:



**Golf is meer waard** Golf is van grote maatschappelijke betekenis. De kunst is om dat over het voetlicht te brengen.



**De Olympic Experience** Golf populair onderdeel op het Scheveningse strand.



**Vier succesvolle concepten** Investeren in meer dan alleen golf.



**Wat beweegt de golfconsument?** Om meer mensen naar uw golfbaan te trekken, moet u weten wat die mensen willen.



**Players First** Handige tool voor het verzamelen van feedback van uw klanten.



**Golfbaanmanager** Droombaan of hell of a job?

## Achtergrond

### 21 De nieuwe app GOLF.NL

Haal het maximale uit iedere slag!

### 27 Juridisch

Wie is er aansprakelijk bij een bal op het hoofd van een speler?

### 46 RAAK!

Juniorclub stevent af op doorbRAAK.

### 48 Blij met het KLM Open

De burgemeester van Lingewaal kijkt uit naar hét golfevenement van het jaar.

## Beleid

### 17 Wie maait het gras?

Greenkeeping op vier banen.

### 22 Een veilige baan

Wettelijke zorgplicht. Wat houdt dat in?

### 24 Arbeidsrelaties

De VAR is verdwenen. Hoe zit het nu met uw zzp'ers?

### 54 Bussinessclubs

Ga op zoek naar partnerships.

## In de praktijk

### 14 Baanmanager

Ans Breukers van Land van Thorn.

### 30 Voorzitter

Wim Spierings van de Wouwse Plantage.

### 40 Directeur

Hans Blaauw van Het Rijk Golfbanen.

### 50 Golfprofessional

Menno Pelk van de Rosendaelsche.

### 62 Greenkeeper

Koert Donkers van Princenbosch.

## Rubrieken

### 04 Kort nieuws

uit de golfbranche

### 16 Voor u gespot

Golf in Canada

### 32 Voor u gespot

Leuker kunnen we het niet maken...

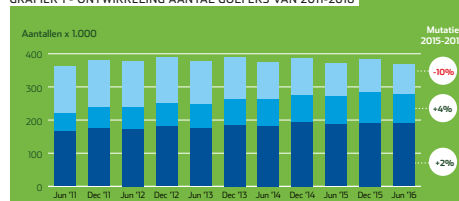
### 33 Column

Een perfecte digitale storm

### 34 NGF GolfMarkt Dashboard

Halfjaarlijkse update

GRAFIEK 1 - ONTWIKKELING AANTAL GOLFFERS VAN 2011-2016



### 52 Kort nieuws

uit de golfbranche

### 58 Voor u gespot

Trends in de sportbranche

### 65 Column

Heeft de golfbranche nog toekomst?

### 66 Kalender & Transfers

### 68 Colofon

## GolfMarkt Digitaal lezen

GolfMarkt is als bladerbaar tijdschrift te lezen via ISSUU.

> [issuu.com/nederlandsegolffederatie](http://issuu.com/nederlandsegolffederatie)



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

> [ngfinformatieplein.nl](http://ngfinformatieplein.nl)



## Linked in

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

## CIJFERS

## 62

The Dutch, gastheer van het 97<sup>ste</sup> KLM Open, is de 62<sup>ste</sup> en nieuwste golfbaan in de lange rij die in ons land GEO-gecertificeerd is. En met dat feit wordt nog maar eens bevestigd dat Nederland internationaal koploper is. De NGF streeft er overigens naar om in 2020 tweehonderd banen te hebben die voldoen aan de eisen die de GEO stelt. Meer informatie: [www.golfenvironment.org](http://www.golfenvironment.org)

## 9

'Nine is Fine for Golf': een slogan die golforganisaties in Groot-Brittannië en Ierland gebruiken om het spelen van negen holes te promoten. Tal van topspelers en -speelsters steunen dit initiatief in een video die te zien is op de website van de Royal and Ancient: [www.randa.org](http://www.randa.org).



Short on Time?  
Play Nine.

## 11

De Europese vereniging van golfbaaneigenaren (EGCOA) organiseert van 2 tot en met 4 november in Amsterdam voor de elfde keer de Golf Business Conference Europe. De organisatie verwacht honderdvijftig tot tweehonderd deelnemers. Thema is *the BIG opportunity*. Banen en clubs die er in een veranderende markt in zijn geslaagd om succes te boeken, staan centraal. Meer informatie: [www.egcoa.eu](http://www.egcoa.eu)

## Director of Golf: de logische stap

De NGF, NVG en PGA Holland slaan de handen ineen. Vertegenwoordigers van de voornaamste stakeholders in golf gaan vanaf dit najaar een werkgroep vormen die als taak heeft een profiel van de functie van director of golf te schetsen. Er is al een profiel dat is samengesteld door de *PGA of Europe*, maar om de (toekomstige) functie goed in te vullen, is een aanpassing aan de Nederlandse situatie noodzakelijk. Ook worden exameneisen op papier gezet. A-professionals zitten nu in niveau 4 en een director of golf wordt aan niveau 5 gekoppeld. Met andere woorden: je moet A-pro zijn om director of golf te kunnen worden. Uitgangspunt is dat de toekomstige directors of golf (als bijvoorbeeld lid van het management van een club of -baan) een goede praktische invulling aan het begrip sportief beleid kunnen geven, een van de speerpunten van het nieuwe beleidsplan van de NGF. De NGF, NVG en PGA Holland werken al intensief samen als het om het 9-stappenplan en De Golf Academie gaat. In dat licht bezien is een goede invulling van de functie van director of golf belangrijk. Immers, de theorie van een beleidsplan moet door de juiste man of vrouw op de juiste plaats in praktijk worden omgezet.

Mail voor meer info naar [ramon.vanwingerden@ngf.nl](mailto:ramon.vanwingerden@ngf.nl)

## Basisworkshops marshalling

Sinds 2012 zijn via de basisworkshop Marshalling 450 marshals opgeleid bij 118 clubs en banen. Ook waren er veertig clubs zogenaamde incompany workshops waarmee nog eens 747 marshals werden geschoold. Dat deze workshops aan de verwachtingen voldoen, blijkt wel uit het grote aantal positieve reacties. Een greep daaruit: 'Heel positief' ... 'Interactief leren vanuit de praktijk' ... 'Helder en praktisch gericht' ... 'Nuttige workshop met veel leermomenten' ... 'Leerzaam en heel toepasbaar' ... 'Nieuwe tools' ... 'Voor iedere marshal een aanrader' De NGF heeft voor komend najaar opnieuw twee basisworkshops voor (nieuwe) marshals gepland: donderdag 13 oktober en woensdag 2 november. Beide vinden plaats op Golfbaan Heelsum. De bijdrage is 25 euro per persoon, inclusief drankjes, lunch en werkboek.

Voor meer informatie en aanmeldingen: [janke.vanderwerf@ngf.nl](mailto:janke.vanderwerf@ngf.nl) of [marshals@ngf.nl](mailto:marshals@ngf.nl)



## Energie dankzij crowdfunding

Golfclub Gaasterland in het Friese Oudemirdum neemt als natuurgolfbaan een bijzondere plaats in. "In het verlengde hiervan bestond een diep gekoesterde wens om ons imago te versterken door het zoveel mogelijk opwekken van eigen energie via zonnepanelen", vertelt voorzitter Reyer Koudenburg. "De daken van ons clubgebouw zijn hiervoor uitermate geschikt." Voor de investering was veertigduizend euro nodig. Dit bedrag heeft Gaasterland vorig jaar in twee weken tijd bij elkaar gekregen. Het toverwoord? Crowdfunding. Koudenburg: "We hebben onder de leden certificaten van 1000, 500 en 250 euro in omloop gebracht, die recht geven op een jaarlijkse bijschrijving op het 'bar-tegoed'. Dat maakt ieder lid wel op. De certificaten betalen we in termijnen terug met een beetje rente. De actie was meteen een groot succes! Elke sportclub kan deze formule overnemen. Het kost de club nagenoeg niets en de leden in feite ook niet. De zonnepanelen staan mooi op het dak, we zijn er erg tevreden over."

Informatie over subsidiemogelijkheden Duurzame Energie? [zakelijk@ngf.nl](mailto:zakelijk@ngf.nl)



## HeerenCup als trekpleister nieuwe leden

“Het ledental van G & CC 't Sybrook zit flink in de lift”, meldt bestuurslid Robert Nijhuis van de club die onderdeel is van Het Rijk Golf-banen. “Dat bereik je alleen als je iets extra’s kunt bieden. Immers, de calculerende golfer speelt voornamelijk op greenfeebasis.” Een van de onderscheidende factoren op 't Sybrook is de HeerenCup die in de periode april tot medio september op woensdagmiddag/-avond wordt gespeeld. De deelnemers zijn vooral werkende mannen. Het aantal is de laatste jaren hard gegroeid en de HeerenCup is inmiddels een trekker voor nieuwe leden. “Met enige regelmaat zijn er op woensdag vanaf half vier ongeveer vijftig deelnemers aan de

achtthien-holeswedstrijd (tot handicap 24) en vervolgens nog vijftien voor de negen-holeswedstrijd”, aldus Nijhuis. “Het overgrote deel blijft ook eten. Vaak zitten we met meer dan vijftig man aan tafel. Het is een vriendenclub geworden die de woensdagavond op de golfbaan niet wil missen. Ieder nieuw lid wordt attent gemaakt op deze unieke club en kan goed aansluiting vinden: laagdrempelig, informeel, erg gezellig en vooral serieus golf.”

De HeerenCup in deze vorm is nu twintig jaar jong (de vereniging bestaat in 2017 25 jaar) en dat feit wordt deze maand gevierd met een vijfdaagse trip naar Ierland. Maar liefst 58 HeerenCup-leden gaan mee.



**NATIONAAL  
GOLF &  
GROEN  
SYMPOSIUM  
2016**  
**8 DECEMBER  
DRIEBERGEN**

### SAVE THE DATE

## Nationaal Golf & Groen symposium op 8 december 2016

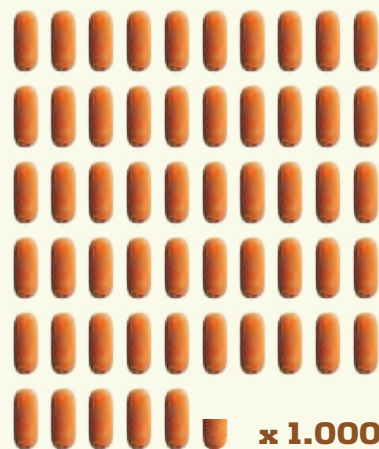
Iedereen die op zijn of haar baan en club te maken heeft met het onderhoud en het beheer moet 8 december in de agenda zetten. De deelnemers aan het Nationaal Golf & Groen Symposium 2016 wacht een dagvullend programma, van ongeveer kwart voor tien tot half zes, waarin de huidige stand van zaken en nieuwe ontwikkelingen worden geschetst. Na het symposium vindt ook de verkiezing van de Greenkeeper van het Jaar plaats.

Voor meer informatie: [monique.madsen@ngf.nl](mailto:monique.madsen@ngf.nl)

## COMPETITIE FUN FACTS

### KROKETTEN

- > 2.366 teams in ongeveer 500 poules = **5.000 wedstrijden**
- > 2.366 teams van circa 5 spelers = **15.000 golfers**
- > 1.850 teams spelen 27-holes of 36-holes competitie. Die 1.850 teams lunchen 5 keer met 6 spelers = **55.500 kroketten**



### WERELDGOLF

- > 550 teams spelen 36-holes competitie is circa 110 poules = 1.100 wedstrijden = **39.600 holes**
- > 1.300 teams spelen 27-holes competitie is circa 260 poules = 2.600 wedstrijden = **70.200 holes**
- > 510 teams spelen 18-holes competitie is circa 102 poules = 1.020 wedstrijden = **18.360 holes**

In totaal is dat:

**128.160 holes**

Stel dat alle holes worden uitgespeeld. Een hole is gemiddeld 300 meter, dan kan er voor 128.160 x 300 meter =

**38.448.000 meter**

golf worden gespeeld. De omtrek van de aarde is 40.000 km. Dus tijdens de competitie speelt iedereen samen bijna

**1 x de aarde rond**

(Bron: NGF Competitie)



# Golf is meer waard

GOLF IS EEN SPORT VOOR HET LEVEN. GOLF HEEFT EEN STERKE RELATIE MET DE NATUUR. GOLF HEEFT EEN ECONOMISCHE WAARDE. MAAR DOET DE SPORT VOLDOENDE OM DE STERKE PUNTEN OVER HET VOETLICHT TE BRENGEN?

TEKST JAN KEES VAN DER VELDEN



**Misschien moet de bekende reclame-uiting van creditcard-maatschappij MasterCard als basis dienen om aan te geven wat golf waard is. MasterCard somt in commercials eerst de kosten voor onder meer een bezoek aan een sportwedstrijd op. Dat is exact te berekenen. Maar het gevolg van de aanschaf van de kaartjes is de wedstrijd. En dat is beleving. En, zoals MasterCard het treffend uitdrukt, die is priceless.**

Sport heeft vele kanten en dagelijks beleven honderden miljoenen mensen plezier aan het zelf beoefenen of kijken. Wat daar de economische waarde van is? En: is alles wel in geld uit te drukken? Het Centraal Bureau van de Statistiek en de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen kwam in 2012 na onderzoek tot de conclusie dat sport voor de Nederlandse economie een toegevoegde waarde van 4,7 miljard euro heeft. Maar een uitsplitsing per sporttak is niet gemaakt en de bonden zelf hebben de waarde van hun sport niet berekend. Ook golf niet. Wat is de bijdrage van golf aan de Nederlandse economie? Hoeveel geven consumenten uit? Hoeveel mensen zijn er werkzaam? Het zijn voor de hand liggende vragen waar momenteel geen gedetailleerd antwoord op kan worden gegeven. "Maar het economische aspect is niet zaligmakend", zegt NGF-directeur Jeroen Stevens. "Ja, we weten dat golf kapitaalintensiever is dan nagenoeg alle andere sporten. Commerciële banen zullen meer op winst zijn gericht dan clubs, al zullen die laatste ook niet in de rode cijfers willen belanden. Maar grote geldstromen zijn voor de NGF geen doel op zich. Het is een middel om andere doelstellingen te bereiken."

#### SERIEUZE BEDRIJFSTAK

Toch ziet ook Stevens het belang bepaalde zaken te kwantificeren. "Om te weten welk resultaat de dingen die je doet opleveren. Dan is het zeker waardevol om in-

zichtelijk te maken hoeveel rondjes er worden gespeeld. En door wie, zodat je weet hoeveel frequente golfers je hebt en hoeveel mensen die af en toe spelen. En ja, het is goed met de stakeholders in kaart te brengen hoeveel golf bijdraagt aan de Nederlandse economie, al was het maar om aan te tonen dat het een serieuze bedrijfstak is waarin veel mensen een boterham verdienen. Maar als we even teruggaan naar wat ik eerder zei, dat golf kapitaalintensief is, dan bedoel ik vooral dat de aanleg van een golfaccommodatie niet goedkoop is. Als je je dat realiseert vormt geld in golf een voorwaardelijke factor."

## "De veranderingen in de verzorgingsstaat vormen in belangrijke mate het decor voor de leefsituatie in Nederland"

#### GEZONDHEIDS- EN SOCIALE WAARDE

Golf kent meerdere waarden. Waarden die de beoefenaren prijzen. Golf is een gezonde sport omdat je hem tot op hoge leeftijd – letterlijk in je eigen tempo – kunt beoefenen. Een rondje golf van 18 holes betekent een kilometer of zes bewegen. Golfers leven langer, was ooit de conclusie van een Zweeds rapport. Maar men vergat er wel bij te zeggen dat veel golfers uit hogere sociale klassen kwamen – en komen – en daarin is de levensverwachting vanwege andere factoren al hoger. Maar golf kan er zeker toe bijdragen dat mensen langer blijven bewegen en als gevolg daarvan ook gezonder blijven. In deze tijd van vergrijzing kan naast deze gezondheidsfactor ook de sociale waarde van golf een belangrijke rol spelen. Volgens een rapport van het Sociaal Cultureel Planbureau groeit het aantal huishoudens tot 2030 met vier tot dertien procent en ook zullen er in dat jaar meer alleenstaanden zijn. Nu zijn dat er 2,9 miljoen en in 2030 maximaal 3,7 miljoen. Omdat de komende vijftien jaar de totale bevolking groeit, betekent dit dat het aantal 65-plussers (drie miljoen mensen) met 37 tot 42 procent zal toenemen. Nu is een op de zes Nederlanders 65 jaar of ouder, in 2030 geldt dat voor ongeveer een op vijf en in 2050 voor een op de vier landgenoten. Omdat de samenstelling van de bevolking ingrijpend zal veranderen, neemt onder andere de vraag naar zorg (van ouderen) toe. Terecht zegt Sociaal en Cultureel Planbureau in het rapport *Strategische Koers 2015-2020*: 'De veranderingen in de verzorgingsstaat (zoals mantelzorg, red.) vormen in belangrijke mate het decor voor de leefsituatie in Nederland. Veranderende instituties beïnvloeden namelijk ook de mogelijkheden voor burgers – zeker voor kwetsbare groepen – om mee te doen in het maatschappelijk leven. En tot dat maatschappelijk leven behoort ook de tijd die aan recreatie kan worden besteed.'

#### SPORTIEVE WAARDE

Drempels verlagen staat centraal in NGF's nieuwe beleidsplan *Meer door Beter Golf*. Deze naam is niet voor niets gekozen. De laatste jaren zijn namelijk ongeveer net zoveel mensen met golf begonnen als gestopt. Veel nieuwkomers geven er al na een jaar de brui

## SLECHT IMAGO

Nederland telt zo'n vierhonderdduizend golfers, ofwel twee procent van de bevolking. Bij de andere 98 procent van de Nederlanders heeft de sport bepaald geen goed imago. Dat constateerde ook het Pim Mulier Instituut in het in 2011 uitgebrachte rapport *Van Evenbeeld tot Tegenpool*, waarin de resultaten van onderzoeken onder de Nederlandse bevolking over de imago's van meerdere sporttakken werden gepubliceerd. Een peiling onder Nederlandse mannen van zestien jaar en ouder bekrachtigt het veronderstelde buitengewone karakter van de sport. Van 26 sporttakken vinden de mannen golf de elitairste (70 procent, positie 1), saaiste (53 procent, positie 1), intellectueelste (25 procent, positie 1) en afstandelijkste sport (22 procent, positie 1). Ook associëren zij golf nauwelijks met dynamiek (4 procent, positie 24), voor iedereen (4 procent, positie 25) en agressie (0 procent, positie 23).



## “Golf kan er zeker toe bijdragen dat mensen langer blijven bewegen en als gevolg daarvan ook gezonder blijven”

aan. Dat is niet alleen een Nederlands probleem. In een recent rapport naar aanleiding van een onderzoek van de belangrijkste Canadese stakeholders (Canadian Golf Consumer Behaviour Study) werd deze ontwikkeling eveneens geschetst. Een citaat uit het NGF-beleidsplan: ‘De sport is vooral wat golfers bindt aan de club en baan. Onze overtuiging is dat iedere golfer een sportieve ambitie heeft. En we weten inmiddels dat hoe vaardiger mensen worden vanaf hun allereerste kennismaking, hoe langer ze aan de sport verbonden blijven. Daarmee erkennen we het belang van effectief sportief beleid’. Sportief beleid, sportieve ambitie. Termen die de NGF een lading, een waarde geeft met De Golf Academie en het daaraan gekoppelde 9-stappenplan. Golf is niet de gemakkelijkste sport en het wordt pas echt leuk als je het een beetje kan. Juist De Golf Academie en het 9-stappenplan geven golfers van alle niveaus een helder en zeer begrijpelijk inzicht om hun spelniveau te verhogen en dus hun handicap te verlagen. Het handicapsysteem, dat niveaoverschillen tussen golfers in de eindscore verrekent, maakt de sport speltechnisch gezien heel toegankelijk. Ook het Pim Mulier Instituut erkent dit unieke systeem als een manier om de drempels te verlagen. Van de andere mondiale sporten is golf de enige waarin de beste speler – Jason Day – het in een rondje op welke baan dan ook kan opnemen tegen iedere willekeurige golfer. Je kunt kritiek hebben op de huidige handicapsystemen en het streven naar een wereldwijde herziening en vereenvoudiging, maar het is wel de basis van de sport. Een basis die golf voor miljoenen spelers en speelsters zo aantrekkelijk maakt.

### NATUURWAARDE

Een van de onmiskenbare sterkste punten van golf is de bijdrage die aan natuur en milieu wordt geleverd. Pakweg dertig jaar geleden was het voor de buitenwereld een sport waarin elk ongewenst plantje werd platgespoten. Golf was een vorm van knikkeren voor volwassenen op een soort groene snelweg. Die tijden liggen ver achter ons. Natuur- en milieuoorganisaties zijn partners van de NGF geworden. Met de Natuur- en Milieufederatie (NMF12) is een overeenkomst gesloten. Er worden projecten met de Vogelbescherming en de Vlinderstichting opgezet. “NMF12 hoopt dat het mogelijk wordt dat golfclubs hun hekken ook openen voor niet-golfers om van de natuur te genieten”, zei Corinne de Jonge van Ellemet van NFM12 vorig jaar bij de ondertekening van de samenwerkingsovereenkomst. “Op die manier laat je ook zien hoeveel op golfbanen al aan natuurbehoud wordt gedaan. Golf in het algemeen en de NGF in het bijzonder vervullen in de sportwereld een voortrekkersrol. Dat komt ook omdat er nogal wat kennis is en dat het beleid professioneel wordt gevoerd en begeleid.”

Louwe Kooimans van de Vogelbescherming zei vorig jaar in dagblad Trouw dat alle golfterreinen samen een belangrijke bijdrage leveren aan de Nederlandse natuur: “Alleen al door hun gezamenlijk areaal. Alle banen samen hebben een geschat oppervlak tot vier keer de Oostvaardersplassen. En dat is bepaald niet allemaal standaard, strak gras. Twee derde van de terreinen bestaat uit gevarieerde natuur. De clubs kunnen daar hun eigen beheer op loslaten en je ziet dat steeds meer beheerders daar hoge ambities bij hebben, waar het gaat om de natuurwaarde. Daarmee kunnen de verschillende golfterreinen een soort stapstenen vormen tussen andere natuurgebieden, waar vogels relatieve rust genieten.” Nog een sterk geluid van Lieke Coonen van de Vewin, de overkoepelende organisatie van Nederlandse drinkwaterbedrijven: “Golf is al lange tijd met

duurzaam beleid bezig. GEO is daar een goede basis voor en met de Green Deal zorgt de sportsector op eigen wijze voor een draagvlak voor duurzaamheid." Geen betere, geen betrouwbaardere informatie dan die afkomstig is van partijen met een uitstekend imago. *Green Deal. GEO.* Twee begrippen die golf in een groen daglicht stellen. GEO is de internationale standaard als het gaat om een goed, verantwoord beleid van golfbanen en -clubs. Nederland is met zestig GEO-gecertificeerde banen internationaal dé koploper. En nog vindt de NGF het onvoldoende; in 2020 moeten het er tweehonderd zijn. GEO is de basis voor een succesvolle Green Deal. Golf heeft het in eigen hand om over vier jaar te voldoen aan de strenge eisen van de overheid. Alleen als golf zijn zaakjes voor elkaar heeft, is een uitzonderingspositie (lees: het spaarzaam gebruik van 'medicijnen') mogelijk. Goed, breed laten zien waar golf nu bezig is, kun je als een must zien. Niet alleen de NGF, NVG, PGA Holland en Nationale Greenkeepers Associatie spelen daar een belangrijke rol in. Het gaat ook om de clubs, de banen die in hun eigen gemeenschap moeten laten zien hoe groen, hoe natuur- en milieuvriendelijk golf is. Dat verhaal, gebaseerd op beschikbare, harde feiten, is er. Het moet echter niet één keer, maar vele malen worden verteld. In dat licht bezien is het terecht dat een belangrijke man van de *Royal and Ancient*, Steve Isaac, recentelijk een interessant artikel schreef. De Director Golf Course Management opende zijn betoog met: *Fed up of the negative perceptions that seem to plague golf? Is it really the elitest, socially exclusive, land hungry polluter that we hear about in the press?* Isaac toont zich begripvol als het om minder goede zaken gaat: *some elements of the sport deserve to be categorised.* Maar hij

## NIEUWKOMERS WELKOM!

De banen en clubs spelen een belangrijke rol bij de praktische invulling. Hoe activeer je je golfers? Hoe ontwikkel je – in samenwerking met je PGA Holland-pro's – producten die aanslaan? Niet alleen voor de huidige generatie golfers die al regelmatig rondjes spelen, aan clubwedstrijden meedoen en les nemen. Het gaat er vooral om om de grote groep met handicap 54 – die we vroeger de GVB'ers noemden – en mogelijk in golf geïnteresseerden te halen, te hebben en te houden. Te veel clubs, te veel banen laten kansen liggen om de sterke kanten van golf – de waarden – over het voetlicht te brengen. Dat vraagt om een open beleid, om als club een groter deel van de gemeenschap te zijn.

Is dat een nieuwe invalshoek? Nee, dit tijdschrift heeft daar al regelmatig over bericht. Het was een belangrijk element van de GolfMarkt Themadag van dit jaar. Het is ook een van de kernpunten van het beleidsplan. Stevens: "Je kunt niet vaak genoeg benadrukken dat de drempels lager moeten. Nieuwe golfers moeten zich welkom voelen in golf."

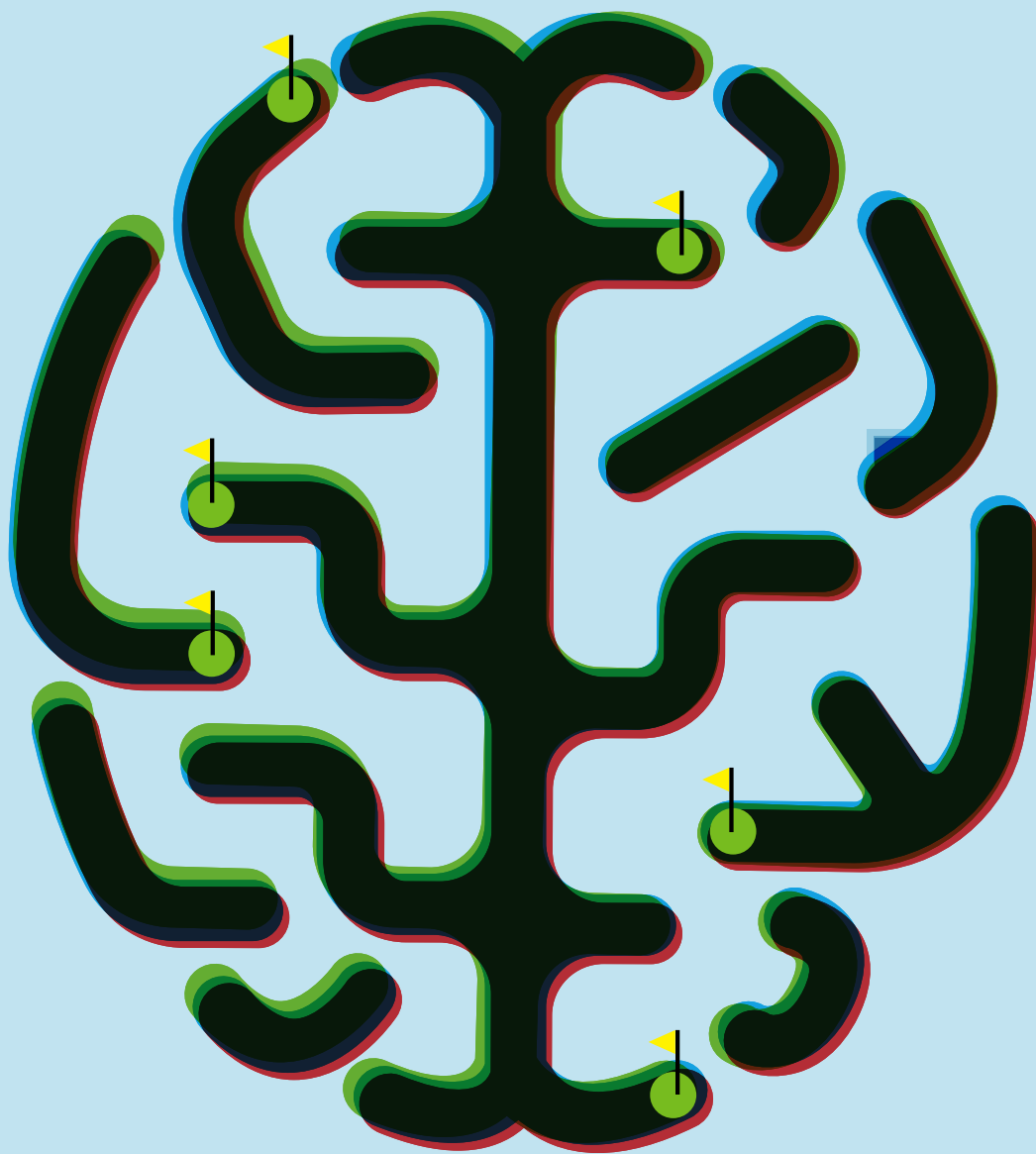
stelt terecht dat iedereen die bij golf betrokken is *should go on the offensive to get the messages across to those who knock the sport.*

## ECONOMISCHE WAARDE

In de aanval dus. Maar dan wel met een munitie in de vorm van feiten. Die zijn er, al moet op het gebied van de economische waarde nog wel wat werk worden verzet. Er is een onderzoek uit 2013 dat in opdracht van partijen als de Europese Tour, de Europese Golf Associatie en de Europese vereniging van golfbaaneigenaren werd uitgevoerd. *The Economic Impact of Golf on the Economy of Europe* toont aan dat die impact vijftien miljard euro per jaar is. Omdat de markten in alle landen verschillend zijn, is het niet mogelijk om op basis van dit onderzoek te bepalen wat de cijfers voor Nederland zijn. In andere landen zijn er wel rapporten verschenen waarin de grootte van de golfmarkt werd berekend. De Sheffield Hallam University toonde dit voorjaar in *A Satellite Account for Golf in the UK* aan dat Britse golfconsumenten jaarlijks 4,3 miljard pond aan hun sport besteden, dat de gemiddelde golfclub een jaaromzet van 750.000 pond heeft en dat de Britse golfmarkt goed is voor 54.000 fte's. In Oostenrijk is in 2013 een rapport verschenen van de Wirtschaftskammer Osterreich. De directe omzet van golfers (103.000 geregistreerde spelers) en toeristen bedroeg volgens dit onderzoek 750 miljoen euro. Nogmaals, geen markt is hetzelfde en de Europese cijfers geven een globaal beeld. Duidelijk is wel dat golf een goede bijdrage levert aan de economie. Duidelijk is ook dat de Nederlandse golfwereld nauwelijks afhankelijk is van subsidies. Investerings in accommodaties en organisaties komen uit de particuliere sector. Het zou daarom goed zijn als de Nederlandse stakeholders – zoals de NGF, de NVG en de PGA Holland – een opdracht formuleren voor een Nederlands onderzoek. Elk feit dat kan bijdragen aan een beter beeld van golf, is immers welkom.

**"Grote geldstromen zijn voor de NGF geen doel op zich. Het is een middel om andere doelstellingen te bereiken."**





# Wat beweegt de golfconsument?

SINDE DE JAREN NEGENTIG IS HET AANTAL GOLFERS VERDRIEVOUDDIGD. TOCH IS DEZE GROEI GEEN ONVERDEELD SUCCES WANT VEEL NIEUWKOMERS BEOEFENEN DE SPORT TE WEINIG OF KEREN HAAR HELEMAAL DE RUG TOE. HET LIJKT EROP DAT ZE EEN ESSENTIEEL DEEL VAN HET VERHAAL NIET MEEKRIJGEN EN ONVOLDOENDE BESEFFEN WAT GOLF SOCIAAL EN SPORTIEF VOOR HEN KAN BETEKENEN. HOE KUNNEN GOLFCLUBS EN -BANEN DAAR VERANDERING IN BRENGEN?

TEKST **JEROEN KUYPERS** | FOTO **RONALD SPEIJER**

In het boek *Golfdreams* beschrijft de Amerikaanse romancier John Updike zijn successen en frustraties gedurende veertig jaar golf. Hij verhaalt over caddies die klagen over de te lage fooi, banen in Ierland en Schotland waar het eeuwig lijkt te regenen maar ook over gewonnen wedstrijden en het immense gevoel van voldoening na een perfecte slag. De herinneringen aan die succesvolle slagen zitten de speler ook dwars, meent Updike. Terwijl hij geleerd heeft hoe hij moet staan en slaan negeert hij die lessen wanneer hij zijn spieren spant om die ene formidabele swing te evenaren – en slaat de bal ver uit de richting.

#### TWEE BREINDELEN

“Een Amerikaans bedrijf lanceerde de *Brain Athlete*, een soort band om het hoofd die de golfspeler via sensoren neuro-feedback van zijn hersengolven moet bieden zodat hij geconcentreerd blijft,” zegt Roeland Dietvorst. “Of het apparaat echt werkt, moet nog bewezen worden. Het lijkt me wat al te makkelijk. Maar het principe erachter klopt wel. Ons brein bestaat uit een reflexmatig deel, dat heel snel veel informatie kan verwerken en onder meer onze motoriek aanstuurt, en een bewust deel, dat veel trager werkt. Sporters gebruiken dat eerste deel optimaal als ze in the flow zijn. Vandaar al die bijgelovige rituelen om in de juiste stemming te komen. Zodra ze namelijk te bewust gaan denken, schakelen ze ook dat tweede deel in. Dat interfereert en zorgt voor missers.”

#### HET ONBEWUSTE ALS IJSBERG

Roeland Dietvorst is directeur van Neurolabs in Rotterdam, een bureau dat de nieuwste inzichten op het gebied van hersenonderzoek toepast op bedrijfscommunicatie en dus op de jongste tak aan de al honderd jaar oude marketingboom. Neuromarketing onderzoekt wat er in de hersenen van consumenten gebeurt als ze een beslissing nemen. Dat levert heel wat betrouwbaardere gegevens op dan de zelf gegeven antwoorden op de traditionele vragen van marketeers. “Als je consumenten zelf naar hun motivatie vraagt, is dat niet de beste weg om grip te krijgen op de processen die tot een koopbeslissing leiden. We nemen veel minder beslissingen met ons nieuwe brein – de cortex – dan met het oudere, reflexmatige deel. Wetenschappers kunnen er nog geen exacte percentages op plakken maar de vergelijking met een ijsberg, waarbij het bewuste deel boven water uitsteekt en het onbewuste onder het oppervlak zit, is aardig correct. Als de golfverenigingen en -banen zich met succes op de golfconsument willen richten, zullen ze zich dus op dat onbewuste deel moeten concentreren.”

#### GEEN MAGIC BULLET

Roeland Dietvorst waarschuwt meteen dat neuromarketing geen wondermiddel is. “Er zijn geen magic bullets.

Het is vooral een kwestie van aanpassingen maken op je boodschap, zodat die op den duur steeds meer mensen aanspreekt. Wat nu te veel gebeurt, is dat banen en verenigingen een beroep doen op het bewuste deel van de hersenen. Er wordt gesproken over de kwaliteit van de green, over prijzen en faciliteiten. In wezen wordt er een rationele opsomming gegeven waarvan de consument zich geen voorstelling kan maken en die hem dus ook nauwelijks raakt. Wil je het onbewuste deel aanspreken, maak er dan een verhaal van. Zorg ervoor dat de consument zich letterlijk en figuurlijk een voorstelling kan maken. Fabrikanten van printers ontdekten dit al eerder. De boodschap dat je printer het papier twee procent sneller door het apparaat jaagt of dat het tien procent minder inkt verbruikt, zegt de gebruiker nauwelijks iets. Wanneer die boodschap is dat de wachtrijen bij het apparaat een stuk korter worden, is de interesse ineens wel gewekt.”

Maar zoals er geen magic bullet is, zo is er geen magic story. Het vinden van de optimale verwoording en illustratie is een kwestie van trial and error. “Als je bijvoorbeeld via mail correspondeert met nieuwe sporters, stuur de eerste groep dan een bericht dat net iets anders is verwoord dan de tweede en meet het effect daarvan. Geleidelijk ontdek je dan welke woorden en plaatjes aanslaan bij een grotere groep. Uiteindelijk gaat het vaak om kleine aanpassingen. Zo is het bewezen dat blikken soep beter verkopen als je geen sec plaatje van een bord soep laat zien, maar een bord met een lepel erin. De lepel suggereert de daad van het eten. Nog beter is als de lepel rechts in het bord staat, want de meeste mensen zijn rechtshandig. Met de inzichten en methoden van neuromarketing geef je de consumenten met andere woorden figuurlijk alvast de lepel in de mond.”

## “Sporters gebruiken het onbewuste deel van het brein optimaal als ze in the flow zijn”





**“PAS ALS JE IN EEN GROEP SPEELT, BESEF JE DAT IEDEREEN GEREGLD EEN FOUTE BAL SLAAT, DAT DIE NET ZO GOED BIJ HET SPEL HOORT EN DUS NIET ALLESBEPALEND IS VOOR JOUW NIVEAU.”**

**DE GOLFPRAKTIJK**

Lodewijk Klootwijk, directeur van de Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties (NVG), is ook van mening dat we de golfconsument meer op zijn instinct moeten aanspreken en niet alleen op zijn verstand. "De mens is – plat gezegd – een kuddedier. We willen graag ergens bij horen want pas in de groep ben je ook echt iemand. Daarom moeten we de sociale kanten van golf onderstrepen en het meer als teamsport dan als individuele sport promoten. De perfecte bal komt pas werkelijk tot zijn recht wanneer je in een groepje speelt. Als niemand die swing heeft gezien, heb je er nog niet half zoveel plezier van. Maar hetzelfde geldt voor die verschrikkelijke misser. Pas als je in een groep speelt, besef je dat iedereen geregeld zo'n foute bal slaat, dat die net zo goed bij het spel hoort en dus niet alles-bepalend is voor jouw niveau."

**INLEVEREN OP STARTTIJDEN**

Golfconsumenten zullen dus, zoals alle consumenten, bewust of onbewust, gevoelig zijn voor argumenten die het sociale karakter van de sport benadrukken. Maar dan moet die 'belofte' vervolgens wel waargemaakt worden want anders loopt de consument alsnog weg. Helaas wordt de nieuwkomer te vaak direct al gecon-

fronteerd met een sociale kloof, meent Herman van der Vlis, voormalig directeur van Golfbaan Delfland. "Als de club een ballotagecommissie heeft en de prime-time-uren voor zichzelf opeist, staan de greenfeespeers op het tweede plan. Zo sluit je je voor anderen af in plaats van je voor hen open te stellen. Je moet iets van je starttijden inleveren, je moet er iets voor over hebben nieuwkomers met je baan kennis te laten maken, anders heb je als vereniging geen lang leven meer."

**"We moeten de sociale kanten van golf onderstrepen en het meer als teamsport dan als individuele sport promoten"**

**MET DE FAMILIE**

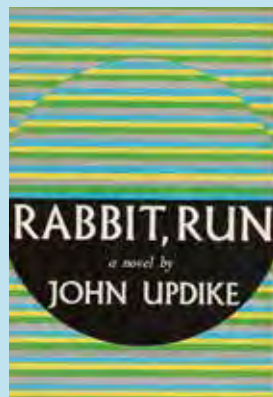
Het sociale karakter van golf zit 'm er ook in dat je het heel goed met de hele familie kunt spelen. Nog een argument waar de golfconsument voor zal openstaan. Van der Vlis pleit er dan ook voor een ruim budget voor pr & marketing vrij te maken, vooral om jeugd en de ouders te bereiken. "Nu nemen niet alleen te weinig vaders en moeders hun kinderen mee naar de baan, maar ook bereiken we scholen over het algemeen nauwelijks. Werk daarvoor samen met andere verenigingen in andere sporten want tennis en hockey kampen langzamerhand met hetzelfde aanwasprobleem en gedeelde smart is halve smart, ook financieel. Als andere sporten een open dag houden, kun je je daarbij aansluiten, maar je kunt nog verder gaan. Ik zou bijvoorbeeld op zaterdag gezamenlijk een bus huren die een heel parcours van woonwijken aflegt. De bus haalt kinderen 's ochtends om negen of tien uur op en zet ze af bij de diverse clubs. 's Middags om vier uur brengt hij ze weer naar huis. Desnoods behang je die bus met affiches van sponsors om de actie te financieren."

**TOERISTEN ALS GOLFCONSUMENT**

Een andere invalshoek is om toeristen als golfconsument te bekijken en te waarderen. Als je als golfer op vakantie bent en je krijgt een laagdrempelig aanbod om een rondje te spelen, zal je daar allicht op ingaan. Van der Vlis vindt dat golfbanen meer de samenwerking moeten zoeken met hotels. "Veel toeristen slaan graag een balletje tijdens hun bezoek aan een stad. 's Avonds een rondvaart op de grachten, 's middags shoppen en 's ochtends even de baan in. Uit ervaring weet ik dat weinig hotels direct oren hebben naar zo'n voorstel. Je zult er dus in eerste instantie wat meer moeite voor moeten doen om managers van hotels en eigenaren van B & B's te overtuigen, maar de praktijk wijst uit dat die arrangementen veel greenfeespeers kunnen opleveren."

**SOCIAAL KADER**

John Updike werd beroemd met de romanreeks over Rabbit Angstrom. In het eerste boek, *Rabbit, Run* (1960), leert Rabbit golfen. Het hoofdstuk dat Updike hieraan wijdt, wordt gekenmerkt door troosteloosheid. De drie personages spelen los van elkaar. Ballen gaan verloren, schoenen belanden in modder, insecten steken. De eerste keer dat Rabbit speelt, lijkt op de eerste maal dat Updike zelf golfde. De schrijver ging door, maar zijn personage haakt af. Wie op een neuromarketingtechnisch verantwoorde wijze zou willen weten wat er mis kan gaan bij de kennismaking met golf, moet dit hoofdstuk lezen. Het zijn niet de fysieke tegenslagen die Rabbit teleurstellen; die horen bij de sport. Het is het ontbreken van een sociaal kader, van kameraadschap, van menselijke warmte. De Nederlandse golfsport hééft dat sociale kader echter in ruime mate. Wil de golfwereld de duizenden aspirant sporters die nu niet verder komen dan dat stadium overtuigen, dan zal ze die vanaf het begin sociaal moeten kaderen en vanaf de eerste swing duidelijk maken dat golf geen eenzame en frustrerende slag is maar een teamsport vol kameraadschap.





# “Gastvrijheid zit bij onze leden in de genen”

ALS VOORVECHTER VAN HET NIEUWE GOLF BEWIJST ANS BREUKERS, MANAGER VAN HET LAND VAN THORN, DAT LAAGDREMPELIG GEEN NEGATIEF WOORD IS IN DE GOLFWERELD. STERKER NOG: ZE VINDT HET EEN MUST!

**ANS BREUKERS** | LEEFTIJD 54 | FUNCTIE Eigenaar en manager Land van Thorn, samen met haar man Harry | HANDICAP Recreatief, ongeveer 36 | WOONPLAATS Hunsel, op de golfbaan.

TEKST EN BEELD BERT VAN DER TOORN



**ANS BREUKERS runt samen met haar man Harry de negenholes golfbaan Land van Thorn die ligt tussen de achttienholesbanen Crossmoor (Weert) en Herkenbosch (bij Roermond). Met het omarmen van het woord laagdrempelig en door goed contact met de regio weten zij een gezonde golfclub in stand te houden. We vroegen Ans naar haar visie op de toekomst van golf.**

**GOLF NU ELITAIR OF LAAGDREMPELIG?** “In Limburg wordt golf nog steeds als een elitaire sportgezien. De sport zit al honderd jaar in sfeer van country clubs en je hebt wat lef nodig om dat te veranderen. Limburgers functioneren graag in een groep: als Piet dat doet, dan doet Jan het ook wel, en anders wacht Jan gewoon af. Daarom organiseren we al jaren kennismakingscursussen in groepen, dat werkt goed. Vanuit daar kun je verder gaan. Het valt mij op dat golf ook in de rest van Nederland allerm minst laagdrempelig is. De prijzen verlagen is niet genoeg. Die grote dure clubhuizen schrikken nog steeds af, dus je zult je nek uit moeten steken om mensen aan het golfen te krijgen. Wij hebben bewust gekozen voor een eenvoudig en niet-pretentieus ingericht clubhuis waar mensen uit de regio zich prettig bij voelen. We hebben geen business club, we hebben geen restaurant, alleen een kleine kaart, maar de gastvrijheid zit bij onze leden in de genen en de gasten zijn enthousiast. Je moet van mensen houden. Wij bedienen juist de groep mensen met een volle agenda

die snel negen betaalbare holes willen spelen op een mooie baan. Toch maak je het jezelf niet altijd makkelijk met deze opzet, golfers willen toch vaak dat gouden randje.”

**WAAROM DAT GOUDEN RANDJE?** “Dit wordt nog steeds gevoed door de magazines, ook de NGF werkt daar helaas aan mee. Ik leg af en toe de bladen van de NGF niet op tafel omdat ik beginnende golfers niet op die manier wil laten kennismaken met de sport. Die cover waarbij Joost Luiten in het casino staat is zo’n voorbeeld. Ik snap dat je eens wat anders wilt, maar zo plaats

je golf wel in een bepaalde hoek, terwijl je de sport toegankelijk wilt maken. Ik vind dat de NGF veel bewuster moet omgaan met wat zij communiceren.”

**HOE MAAK JE GOLF GROTER IN NEDERLAND?** “Begin eens met drivingranges in bijvoorbeeld de Bijlmer, zodat jonge kinderen onder begeleiding regelmatig lekker balletjes kunnen slaan in plaats van op straat rond te hangen. Daar zitten ongetwijfeld talenten tussen. Kijk maar eens naar het voetbal. De meeste jongens aan de wereldtop komen niet uit rijke gezinnen. Dat zijn de jochies van de straat die een betere toekomst wilden. Dat spreekt tot de verbeelding en daarmee maak je een sport populair.”



**“Begin met drivingranges in bijvoorbeeld de Bijlmer, zodat jonge kinderen lekker balletjes kunnen slaan”**

**HOE MAKEN JULLIE GOLF POPULAIR IN DE REGIO?**

“Wij zoeken alle kansen om in contact te komen met scholen. De gemeente startte een project om meer jeugd te laten sporten. Wij hebben vier middagen golfles gegeven aan scholen die in de pilot zaten. Ook leden brengen ons in contact met de scholen waar hun (klein-) kinderen op zitten. Jeugd die misschien anders nooit iets met golf zou doen, doet vaak wel mee met zo’n project. Dat werkt geweldig. In het voorjaar neem je ze mee en zien ze hoe leuk de golfbaan is. Voor de wintermaanden gaan we een programma uitschrijven voor gratis golflessen in gymzalen. Je moet hierin investeren. De kinderen gaan misschien niet

direct op golf, maar ze praten er wel over. Verder doen wij alleen zaken met bedrijven uit de regio, zoals bakkers of schilders, zodat er steeds meer over golf en onze golfbaan gesproken gaat worden.”

**WAT IS DE WAARDE VAN GOLF?** “Er is twee jaar geleden door een student van de Hogeschool Zuyd een onderzoek gedaan naar de economische impact in Limburg. Het bleek dat onze sport een waarde vertegenwoordigt van 45 miljoen euro op jaarbasis. Golf is dus economisch van belang en verdient het om op de politieke agenda te verschijnen.”

VOOR U GESLOT

# Canada

## GOLFMARKTEN TONEN SOMS OVEREENKOMSTEN

Niet alleen in Nederland is de golfmarkt druk bezig om te ontdekken hoe je golfers kunt vinden en – vervolgens – aan je moet binden. Een paar jaar geleden al lieten de stakeholders van de Canadese golfmarkt – waaronder de federatie en vereniging van baaneigenaren – een studie verrichten naar het gedrag van consumenten in het algemeen en golfers in het bijzonder. Het rapport ‘Canadian Golf Consumer Behaviour Study’ levert een beeld op dat op tal van vlakken gelijk is aan de Nederlandse situatie en zo goed als zeker in de meeste andere Westerse landen.

‘There is a large pool of people who play the game – Yet there is only a small pool of people who are engaged in the game’, is een van de voornaamste conclusies. Is dat anders in ons land? Waarschijnlijk niet. De aanbevelingen zijn dan ook verplichte kost voor iedereen die bezig is zijn aandeel in de golfmarkt te vergroten.

Download het onderzoek.

# Wie maait het gras?

HET ECHTE KAPITAAL VAN EEN CLUB IS DE BAAN. DAAR GEBEURT HET, DAAR WORDT HET VERSCHIL GEMAAKT. MAAR HOU JE GREENKEEPING IN EIGEN HAND OF GA JE MET EEN EXTERNE PARTIJ IN ZEE? GOLFMARKT VROEG HET AAN VIER BANEN.



TEKST JAN KEES VAN DER VELDEN | BEELD KOEN SUYK

**DE HOGE KLEIJ**

Bob Schiller is zes jaar baancommissaris van de Leusdense club, die zo'n dertig jaar oud is. Praat met hem en je merkt wat enthousiasme gekoppeld aan visie teweeg kan brengen. "Ik denk dat onze gedachten over greenkeeping niet kunnen worden losgekoppeld van de renovatie van de baan. Met architect Frank Pont hebben we De Hoge Kleij mooier, beter en spannender gemaakt. Dat doe je niet zo maar. Dat moet je goed met je leden bespreken. Je neemt ze als het ware bij de hand en zorgt voor de goede informatie. Onderdeel van de renovatie was het opstellen van een bos- en beheerplan. En daar is greenkeeping een integraal geheel van. We hebben het onderhoud van de baan jaren zelf verzorgd, maar na lang wikken en wegen zijn we vier jaar geleden met de firma De Ridder in zee gegaan. De greenkeepers zijn overgestapt naar dit bedrijf en de ervaringen zijn ronduit

## "De continuïteit is verzekerd: er zijn altijd voldoende mensen om het werk te doen"

goed. De hoofdredenen om voor uitbesteding te kiezen waren in de eerste plaats het ontbreken van voldoende kennis in ons eigen team. In de tweede plaats is er een team van zes personen nodig om onze baan het jaar rond op het door ons gewenste peil te brengen en te houden. Vooral in de zomertijd – als alles hard groeit – hadden we vaak maar drie mensen tot onze beschikking. Met alle gevolgen van dien. Je merkt aan alles dat we gebruik kunnen maken van de kennis en ervaring van De Ridder. Daardoor is de continuïteit verzekerd: er zijn altijd voldoende mensen om het werk te doen. Daarnaast weet je dat er altijd een goede en ruime inzet van machines mogelijk is. Het werk wordt daardoor

niet alleen goed maar ook vlotter gedaan; minder hinder dus voor je leden. Een ander mooi punt is de uitwisseling met andere clubs die ook met De Ridder werken. Zo zijn twee mensen van ons een paar weken op Anderstein bezig geweest. En ze kwamen met nieuwe ideeën terug. Kortom, de goede ervaring – ook tijdens de maandelijkse vergaderingen – heeft ertoe geleid dat de overeenkomst met De Ridder is verlengd."

**DE SWINKELSCH**

In 2013 voltooiden de agrarische ondernemers Hendrik en Harrie Swinkels bij het Noord-Brabantse Someren de 27-holesbaan van de Swinkelsche. Het ontwerp van architect Frank Pont wordt terecht geroemd voor de manier waarop de uitstekende golfbaan perfect in het landschap past. "Het was van meet af aan duidelijk en voor de hand liggend dat we het onderhoud zelf zouden verzorgen", zegt manager Derk Jolles. "De achtergrond van de eigenaren heeft daar vanzelfsprekend alles mee te maken; zij hebben verstand van zaken, kennis van de grond en het gebruik van machines. We zijn ook van mening dat het in eigen beheer houden van greenkeeping je flexibeler maakt. Toen de baan in aanleg was, kwamen er wel een paar offertes van externe partijen binnen. Dat begrijp ik best, maar we hebben ze meteen terzijde gelegd. Natuurlijk winnen we advies in van experts. Jan van Mondfrans komt een paar keer per jaar langs en dat geldt ook voor Frank Pont. In ons geval is het een voordeel dat we ook het onderhoud van De Golfhorst, bij het plaatsje America, verzorgen. Er is één hoofdgreenkeeper. Op zowel de Swinkelsche als De Golfhorst werken daarnaast drie greenkeepers. Ik had het al over flexibiliteit en die is door de combinatie van de twee banen alleen maar groter geworden. Je kunt soms op een van de twee banen meer greenkeepers inzetten. Op de Swinkelsche werden we in juni overvallen door noodweer: een zware onweersbui met hagelstenen zo groot als tennisballen. De schade aan baan en clubhuis was enorm. En toch waren we in staat om alle holes in drie dagen tijd weer speelbaar te krijgen. Dan zie je overigens ook hoe de eigenaren tegen dit soort situaties aankijken. Geen paniek, maar wel een reactie in de trant van *dat is nu eenmaal de natuur*. En vervolgens is het een kwestie van de mouwen opstropen en aan de slag. Ook dan is het volgens mij een voordeel dat je je eigen mensen hebt. Je weet dat de betrokkenheid groot is."

De Hoge Kleij



De Swinkelsche



## BROEKPOLDER

Op de nu ruim dertig jaar oude baan op de grens van Maasland en Vlaardingen is de afdeling greenkeeping altijd in eigen hand gehouden. De course ligt op een moeilijke ondergrond maar is in de loop der jaren uitgegroeid tot een uitstekende parkbaan, die gastheer is geweest van nationale toernooien en ook van Opens van zowel de Challenge als de Ladies European Tour. Terecht worden de greens van Broekpolder vaak hoog gewaardeerd. "Natuurlijk houd je niet alleen de kwaliteit van het onderhoud maar ook de kosten goed in de gaten", zegt baancommissaris en bestuurslid Paul Roszbach. "We leven nu eenmaal in een tijd waarin het niet meer logisch is dat veel mensen lid worden van een golfclub. De budgetten kunnen daardoor onder druk komen te staan. We zijn heel tevreden over onze greenkeeping-staf van acht man. Ik denk dat wij daarmee een stuk slagvaardiger zijn dan met een externe partij. Waarschijnlijk zijn eigen mensen ook meer betrokken. Onlangs hadden we een weekeinde met veel regen. Dan zie je dat niemand moeilijk doen om extra te werken. Je merkt het ook aan de leden. Ze kennen de greenkeepers, weten bijvoorbeeld wanneer ze jarig zijn. Eigen mensen zijn ook breder inzetbaar en daardoor bespaar je kosten. Denk aan kleine reparaties rond het clubhuis. Bij externe partijen ligt bijna alles vast. Waar nodig huren we wel mensen van buiten in. Denk aan het uitbaggeren van waterhindernissen. En vanzelfsprekend zijn er externe experts, zoals NL Adviseurs, die ons bijstaan."

## DE GELPENBERG

De begin jaren zeventig geopende achttien-holesbaan in Aalden, even ten westen van Emmen, had 42 jaar een bijzondere manier van werken als het om greenkeeping gaat. Onder leiding van de hoofdgreenkeeper werd de baan verzorgd door vijftien tot achttien mensen die afkomstig waren van EMCO, een in Emmen gevestigd bedrijf dat de Wet Sociale Werkvoorziening uitvoert. "Hoofdgreenkeeper Roelof Lanting had veel handjes

**"We waren bang dat het een soort eenheidsworst zou worden. Maar de firma Vos kon toch een overtuigend plan van aanpak presenteren."**

tot zijn beschikking", zegt Ellen Kroes, manager van De Gelpenberg. "En dat werkte uitstekend." *Ik ben heel secuur*, zei Lanting een paar jaar geleden in een interview met het vakblad De Greenkeeper. *Maar ik moet wel flexibel zijn. Het is belangrijk dat ik rekening houd met het niveau van mijn medewerkers.* Maar door een wetswijziging kon De Gelpenberg met ingang van 1 januari 2015 geen beroep meer doen op nieuwe instroom; veel greenkeepers hadden hun pensioenleeftijd bereikt en dat kon EMCO niet meer aanvullen met jonge aanwas. Niet alleen de kennis glipte weg maar ook de continuïteit was niet meer gewaarborgd. "We stonden voor de beslissing om het onderhoud zelf te gaan doen of met een externe partij in zee te gaan", zegt Ellen Kroes. "Het liefst in eigen beheer omdat je dan de touwtjes helemaal in eigen hand hebt. Maar dat bleek niet haalbaar vanwege de hoge kosten en toen hebben we voor uitbesteding gekozen." Kroes en de baancommissaris lieten diverse bekende bedrijven langskomen. Uiteindelijk ging De Gelpenberg met de firma Vos Ruinerwold in zee. "Een bedrijf dat in het noorden van ons land al op meerdere banen werkzaam is", legt Ellen Kroes uit. "Dat was de reden dat we aanvankelijk onze twijfels hadden. We waren bang dat het een soort eenheidsworst zou worden. Maar de firma Vos kon toch een overtuigend plan van aanpak presenteren. Ik denk dat we met elkaar tot een goede deal zijn gekomen. We hebben eerst een nulmeting laten doen om een goed startpunt te creëren. We hebben een contract voor zeven jaar. Er is een staf van vijf man onder wie een paar medewerkers van EMCO. We werken nu een half jaar met elkaar samen en zijn uitermate tevreden."

**TIP: Lees ook het artikel in GolfMarkt#6 over Uitbesteden**

Broekpolder



De Gelpenberg



# Learn, unlearn and relearn.

(vrij naar Alvin Toffler, futuroloog)



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





## Haal het maximale uit iedere slag!

DÉ APP VOOR GOLFEND NEDERLAND

De NGF introduceert de app GOLF.NL, die onder meer golfers stimuleert meer rondes te spelen en (nog) actiever gebruik te maken van het handicapsysteem. Te veel golfers (ruim tweehonderdduizend) blijven steken op een hoge handicap en keren ons de rug toe. NGF is ervan overtuigd dat een golfer met minimaal handicap 28, de sport minder snel verlaat. Daarom is er nu de app GOLF.NL, om spelers aan te moedigen hun handicap te verlagen.

Actieve golfers in het handicapsysteem zorgen ervoor dat zij veel rondes spelen om zo hun handicap te verbeteren. Elke sporter vindt het immers leuk om progressie te boeken. In de tijd dat zij aan het golfen zijn, is er voldoende tijd om kennis te maken met de sport, omgeving en club. En als de golfer zijn sportieve doelstelling behaalt en uiteindelijk handicap 28 of lager heeft, is hij/zij verbonden aan de sport. Dat is het idee.

### MET DANK AAN ING PRIVATE BANKING

De app is mede mogelijk gemaakt door ING Private Banking. Als hoofdsponsor van het Nederlandse golf heeft ze een actieve rol gehad in de ontwikkeling ervan, via een financiële bijdrage en ook met inhoudelijke kennis en expertise. Deze app past in het beleid van zowel de NGF als ING Private Banking om de golfsport te verjongen en vernieuwen.

### DIGITALISERING

Sinds de introductie van de nieuwe website van GOLF.NL (maart 2015) is de handicapranking een van de best bezochte webpagina's van het platform. Golfers konden daar terecht om zichzelf te meten met hun omgeving en zagen in één oogopslag op welke positie ze stonden ten opzichte van alle leden van de golfclub, alle golfers uit de woonplaats of van alle golfers in Nederland. Met de app GOLF.NL zet de NGF in op een verdere digitalisering. Er zijn al veel initiatieven, maar deze app probeert alle golfers in Nederland aan elkaar te verbinden. De nadruk ligt vooral op de digitale scorekaart, gamification (rankings) en het delen van de prestatie in de sociale omgeving.

### FACILITEREN VAN GOLFCLUBS

De NGF ziet het als een van haar kerntaken golfclubs te faciliteren. Om die reden helpt de NGF clubs met de handicapadministratie via de app. Golfers hebben nu de mogelijkheid om, naast de reguliere manieren, via de app hun qualifying rondes te verwerken. Deze scorekaart wordt automatisch doorgestuurd naar de club waar de golfer lid is. Hierdoor blijft de handicap actueel en up-to-date. De club blijft als handicapautoriteit verantwoordelijk voor de handicap en de golfer kan alleen gebruikmaken van deze tool als die lid is bij een golfclub.

Golfclubs en golfbanen kunnen voor informatie over het handicapsysteem contact opnemen met Christine Saxton (christine.saxton@ngf.nl) of met Robert Hage (robert.hage@ngf.nl). Technische vragen over de app kunnen worden gestuurd naar app@golf.nl.

*Kijk voor meer informatie op [www.golf.nl/app](http://www.golf.nl/app) of op het NGF Informatieplein onder project Handicap Systeem.*



# Zorgen voor een veilige golfbaan

**Aandacht voor veiligheid en zorgplicht is noodzakelijk voor het goed exploiteren van een golfbaan. Maar wat betekent dit? Waar moet een vereniging of baaneigenaar voor zorgen?**

Om verenigingen en banen te helpen bij het onderwerp veiligheid en zorgplicht, heeft de NGF Jan Polman van Arbo & Veiligheid Buitenruimte om advies gevraagd. Dit heeft geresulteerd in de uitgave *Wegwijs in veiligheid en zorgplicht voor golfbanen* plus een daarbij passende veiligheidsscan. In de brochure staat wat de wettelijke zorgplicht inhoudt voor onder andere de baaneigenaar, het bestuur, de werkgever, de spelers en vrijwilligers. De inspanningsverplichtingen zijn in twintig aandachtsgebieden, die voor veel golfbanen relevant zijn, nader uitgewerkt. Bijvoorbeeld: veiligheid rondvliegende ballen, extreme weers-

omstandigheden, omgevingsveiligheid, legionellabestrijding, tekenbeten, boomveiligheid, BHV, uitbesteden van werkzaamheden en diverse arbo-onderwerpen. Met de veiligheidsscan kunnen golfbanen op een praktische wijze deze aandachtsgebieden beoordelen. Naast de specifieke risico's worden hiermee ook de zorgplicht en inspanningsverplichtingen inzichtelijk gemaakt. Als op een bepaald punt verbetering noodzakelijk is, wordt er gericht advies gegeven. Bij alle beoordelingspunten staat een verwijzing naar de concrete informatie uit *Wegwijs in veiligheid en zorgplicht voor golfbanen*. De veilig-

heidsscan is in de eerste plaats dus een oplossingsgericht instrument. Maar door het toepassen ervan krijgt een baan ook een gestructureerd overzicht van wat er al dan niet aangepakt moet worden. Daarmee kan de golfbaan aantoonbaar maken hoe zij de risico's aanvaardbaar heeft gemaakt. Nul risico bestaat immers niet, maar voldoende inspanning voor de zorgplicht wel.

## PILOT VEILIGHEIDSCAN

Voor het ontwikkelen van de veiligheidsscan is een aantal golfbanen bezocht waar de scan uitgetoetst is. De banen die de NGF hiervoor selecteerde, hebben uiteenlopende kenmerken zoals een commerciële baan en een baan in eigendom van de vereniging, de omvang en speelruimte en de ligging van de holes ten opzichte van de omgeving. Tijdens deze pilot is ook naar de aanwezige ver-

---

*De bezochte banen vinden dat een 'frisse blik' van een externe een grote meerwaarde heeft*

---



## Niet alle golfbanen weten welke verantwoordelijkheid zij hebben bij het inhuren van personeel, een groenbedrijf of een zzp'er

zekeringspakketten gekeken. Op basis van de kenmerken van de golfbaan is beoordeeld of de verzekeringen daar goed bij passen. Soms was de baan dubbel verzekerd, op een verkeerde naam of te weinig aangepast aan de actuele omstandigheid. Na deze pilot blijkt dat het zinvol is de uitvoering van de scan door een deskundige te laten doen. De bezochte banen vinden dat een *frisse blik* van een externe een grote meerwaarde heeft. Ook bleken er veel gelijksoortige knelpunten en oplossingen te zijn. Een gezamenlijke aanpak kan dus aan de hele golfsector ten goede komen.

### AANDACHTSPUNTEN

Voor de uitvoering van de veiligheidsscan zijn naast de pilotbanen nog meer golfbanen bezocht. Een aantal overeenkomstige risico's en aandachtgebieden komt daarbij naar voren. In de meeste gevallen zijn kleine verbeteringen nodig. Vaak kan dit met een geringe investering geregeld worden, en soms kan het zelfs geld opleveren. Zo wordt de legionellabacterie vaak te omvangrijk, dus te duur, bestreden. Ook kan de aanpak van de boomveiligheid en de eikenprocessierups in veel gevallen efficiënter. Drie andere belangrijke, geconstateerde aandachtspunten staan hieronder.

#### 1. Drivingrange

De positionering van de drivingrange in het ontwerp van de golfbaan is sterk bepalend voor de te nemen veiligheidsmaatregelen voor afzwaaiende ballen. De naastliggende holes of verbindingspaden zijn risicovolle plekken. Vaak is er een gebrek aan ruimte voor een betere inrichting. Vangnetten zijn een goede maatregel. Al is er geen veilige standaardhoogte en -positie te geven. Ook houdt een dichte, hoge beplanting

veel ballen tegen. Een andere gevaar zijn de naar achter zwaaiende clubs. Een goede inrichting van de looproute achter de afslagplekken is de beste oplossing. Dit kan visueel met bijvoorbeeld een lijn of met een fysieke afscheiding met een hekwerk. Bij overdekte afslagplaatsen bestaat de kans dat een bal afketst en daarvoor iemand raakt.

#### 2. Bedrijfshulpverlening (BHV)

De BHV is vaak te algemeen ingevuld. Calamiteitsplannen, opleidingen en oefeningen moeten zo goed mogelijk op de werkelijke situatie van de golfbaan zijn afgestemd. Het invoeren van externe hulpdiensten zoals een ambulance moet goed georganiseerd zijn. Zeker als er verschillende partijen bij betrokken zijn. Zo moeten ook de spelers weten welk telefoonnummer ze moeten bellen. Dit kan bijvoorbeeld op de scorekaart of bij de holes vermeld staan.

#### 3. Uitbesteden van werkzaamheden en inhuren van personeel

Duidelijke veiligheidsafspraken over het werken op een golfbaan zijn noodzakelijk voor mensen die daarmee onbekend zijn. Niet alle golfbanen weten welke verantwoordelijkheid zij hebben bij het inhuren van personeel, een groenbedrijf of zzp'er. Maar ook voeren clubleden vrijwilligerstaken uit waarbij het bestuur als werkgever wordt gezien. Het is bij al deze situaties noodzakelijk de toebedeelde zorgplicht goed te kennen zodat de juiste maatregelen getroffen kunnen worden.

#### BELEID EN ORGANISATIE

Over de veiligheidsscan stelt de directie of het bestuur vaak de vragen: *Dat hebben we geregeld, toch?* of *We zijn toch goed verzekerd?* Een eenduidige bevestiging of ontkenning van zulk

soort vragen is er niet. Veiligheid en zorgplicht worden vaak als een *containerbegrip* ervaren. Juist daarom is het belangrijk deze vragen voor individuele golfbanen concreet en specifiek te maken:

- Wat denkt u momenteel geregeld te hebben?
- Wie moet dat feitelijk doen?
- Welke zaken moeten volgens de actuele wetgeving geregeld worden?

Een bestuur, commissie of directie moet structuur geven aan de aanpak van veiligheidsaspecten zodat die overzichtelijker en eenvoudiger toepasbaar worden. Het beperken van veiligheidsrisico's is dan ook niet meer de verantwoordelijkheid van een individu maar een taak van een functie of commissie. Bij veel golfbanen is niet precies bekend wie de zorgplicht heeft terwijl dat wel zou moeten. Een specifieke zorgplicht kan ook gedeeld zijn. Bijvoorbeeld de veiligheid bij een toernooi of de preventie van tekenbeten.

*De publicatie Veiligheid en Zorgplicht is te downloaden via het NGF Informatieplein onder NGF Zakelijk. Vragen over Veiligheid en Zorgplicht? Stuur een email naar [zakelijk@ngf.nl](mailto:zakelijk@ngf.nl).*



## VAR afgeschaft

# Hoe vult u uw arbeidsrelaties met zzp'ers in?

De Verklaring Arbeidsrelatie (VAR) is per 1 mei 2016 verdwenen. De nieuwe wet Deregulering Beoordeling Arbeidsrelatie (DBA) regelt nu dat naast de zzp'er ook de opdrachtgever verantwoordelijk is voor de juiste fiscale invulling van de arbeidsrelatie.

TEKST: ARNO PLOEG (ADVOCAAT MET FOCUS OP DE GOLFWERELD)

In de golfwereld zijn veel zzp'ers actief, de zelfstandigen zonder personeel. In de arbeidsrelatie tussen die zzp'ers en golfclubs en -banen is de kernvraag of er al dan niet sprake is van een dienstbetrekking. Hoe kan deze vraag worden beantwoord? De wet geeft drie criteria waaraan voldaan moet worden, wil van een arbeidsovereenkomst (dienstbetrekking) sprake zijn:

1. loon;
2. gezagsverhouding;
3. het persoonlijk verrichten van arbeid (geen vrije vervanging).

Is één van deze criteria niet van toepassing, dan is er in principe geen arbeidsovereenkomst. Hoe dit werkt voor veel voorkomende arbeidsrelaties met zzp'ers op de golfbaan leest u op de pagina hiernaast.

## TOCH EEN DIENSTVERBAND

Als de belastingdienst achteraf

oordeelt dat er sprake is geweest van een (verkapte) dienstbetrekking, kan dit betekenen dat de opdrachtgever alsnog gehouden is loonheffingen en werkgeverspremies af te dragen. Bovendien zijn dan mogelijk ook nog andere wettelijke regelingen, zoals het ontslagrecht en de verplichting tot loondoorbetaling bij ziekte, op de arbeidsrelatie van toepassing.

## WERKEN MET EEN MODEL-OVEREENKOMST

De DBA geeft de mogelijkheid gebruik te maken van modelovereenkomsten om vooraf zekerheid te kunnen krijgen over de invulling van de arbeidsrelatie (lees: een dienstverband uit te sluiten). Hiervoor is wel vereist dat de beschrijving van de arbeidsrelatie in de modelovereenkomst overeenkomt met de werkelijke situatie. Het gebruik van een modelovereenkomst is niet verplicht.

## WAT STAAT ER IN EEN MODEL-OVEREENKOMST?

De belastingdienst heeft inmiddels meerdere modelovereenkomsten. De kern hiervan is dat expliciet wordt opgenomen dat partijen civielrechtelijk een overeenkomst van opdracht sluiten en niet een arbeidsovereenkomst. En ook dat partijen de fiscale regeling van de fictieve dienstbetrekking buiten toepassing laten. Daarna wordt, afhankelijk van de soort modelovereenkomst, de gezagsverhouding uitgesloten of de mogelijkheid van vrije vervanging opgenomen.

## TOT SLOT

Er is nog veel onduidelijk over de uitwerking van de DBA. Laat u bij het opstellen van uw overeenkomsten dan ook bijstaan door een juridisch deskundige. Als u vragen heeft, kunt u ook bij NGF Zakelijk terecht. Stuur een email naar [zakelijk@ngf.nl](mailto:zakelijk@ngf.nl).

## VOORBEELDEN VAN MODEL-OVEREENKOMSTEN

### MODEL-OVEREENKOMST GEEN WERKGEVERSGEZAG

Dit model is bruikbaar als in de arbeidsrelatie geen sprake is van daadwerkelijk werkgeversgezag, maar eerder van de bevoegdheid van de opdrachtgever om bij de uitvoering van de overeenkomst aanwijzingen te geven. Uit de bepalingen in de Modelovereenkomst Geen Werkgeversgezag moet het volgende blijken:

1. de opdrachtnemer is verantwoordelijk voor het juist uitvoeren van de werkzaamheden;
2. de opdrachtnemer deelt de werkzaamheden zelf in;
3. de opdrachtnemer voert de werkzaamheden geheel zelfstandig uit;
4. de opdrachtgever verklaart zich ermee akkoord dat de opdrachtnemer ook werkzaamheden voor andere opdrachtgevers verricht.

### MODEL-OVEREENKOMST GEEN VERPLICHTING TOT PERSOONLIJKE ARBEID

Het uitgangspunt van de Modelovereenkomst Geen Verplichting tot Persoonlijke Arbeid is, dat de opdrachtnemer zich vrij moet kunnen laten vervangen. De belastingdienst neemt aan dat er geen sprake is vrije vervanging als:

1. de opdrachtnemer zich slechts met toestemming van de opdrachtgever door een derde mag laten vervangen;
2. de opdrachtgever de vervanging zelf regelt;
3. de opdrachtnemer zich uitsluitend mag laten vervangen door een derde, die deel uitmaakt van een aan de opdrachtgever bekende kring van personen.

Meer informatie over modelovereenkomsten is te vinden op de website van de belastingdienst.

## Drie veel voorkomende arbeidsrelaties

### GOLFPROFESSIONAL

**GEZAGSVERHOUDING** Bij een golfprofessional die zelfstandig ondernemer is, zal niet snel een gezagsverhouding kunnen worden aangenomen. Zo'n pro handelt immers, binnen zeer ruime kaders, volledig zelfstandig. Hij is zelf de contractspartij met de golfers of partijen die hem inhuren en sluit over het algemeen overeenkomsten met een exploitant of vereniging, die hem een grote mate van vrijheid geeft om zijn werkzaamheden te richten. Een aandachtspunt zou kunnen liggen in de trend dat sommige golfpro's de opdracht krijgen een bepaalde doelgroep te bedienen, bijvoorbeeld de jeugd. Of advies te geven aan de vereniging voor een bepaald aantal uren.

**VRIJE VERVANGING** Over het algemeen kiest een golfer (of een golfvereniging) een specifieke golfpro om les van te

krijgen. En deze golfer zal dus niet snel genoeg nemen met iedere willekeurige andere pro. Bovendien ligt het in de rede dat als een vervanger wordt geregeld, deze eveneens als golfprofessional actief is op dezelfde golfbaan. En dus deel uitmaakt van een bekende kring van personen.

**PER SALDO** Bestaat er geen rechtsverhouding tussen een golfprofessional en een exploitant of vereniging anders dan een mathuurovereenkomst of iets dergelijks, dan blijft de DBA in beginsel buiten beeld; er is (waarschijnlijk) geen sprake van een dienstbetrekking. Als de situatie minder zwart-wit is, is het zinvol om bij het opstellen van een overeenkomst het ontbreken van een gezagsverhouding (zie Modelovereenkomst Geen werkgeversgezag) te benadrukken om zo een dienstbetrekking uit te sluiten.

### GOLFBAANMANAGER

**GEZAGSVERHOUDING** Een golfbaanmanager kan behoorlijke vrijheid krijgen bij de uitoefening van zijn functie. Zeker bij de manier waarop hij zijn werkzaamheden uitvoert en indeelt. Een exploitant of vereniging mag, zonder onmiddellijk in de knel te komen met de kenmerken van *geen werkgeversgezag*, aanwijzingen en instructies geven voor het resultaat van de opdracht. Als uitgangspunt kan een exploitant of vereniging zich, met inachtneming van het voorgaande, het goed vinden dat de golfbaanmanager ook op andere golfbanen werkt.

**VRIJE VERVANGING** Dit is vaak niet aan de orde. Alleen al vanwege de complexiteit en het grote belang van de functie voor het reilen en zeilen van een golfbaan. Daarbij komt dat juist ook de specifieke kwaliteiten en persoon van de manager mede bepalend zijn voor een succesvolle exploitatie. Met andere woorden, een golfbaanmanager laat zich niet zo eenvoudig vervangen door een derde.

**PER SALDO** Bij het opstellen van een overeenkomst kan het ontbreken van een gezagsverhouding (zie Modelovereenkomst Geen werkgeversgezag) een dienstbetrekking uitsluiten.

### (HOOFD)GREENKEEPER

**GEZAGSVERHOUDING** Hoewel de functie van (hoofd-)greenkeeper met een grote mate van zelfstandigheid vervuld kan worden, is enige aansturing, met name van de indeling van de werkzaamheden, maar ook van de manier waarop gewerkt moet worden, onvermijdelijk. Het is over het algemeen niet gebruikelijk dat een (hoofd)greenkeeper op meerdere banen actief is.

**VRIJE VERVANGING** Over het algemeen is het niet gebruikelijk dat een (hoofd)greenkeeper zich eigenmachtig door een derde mag laten vervangen. Bovendien zal een vervanger al gauw deel uitmaken van een bekende kring van personen.

**PER SALDO** De arbeidsrelatie van een (hoofd)greenkeeper (zzp'er) zal vaak de kenmerken hebben van een dienstbetrekking. Mogelijk dat bemiddeling of payroll hier uitkomst kan bieden.



# Deloitte.

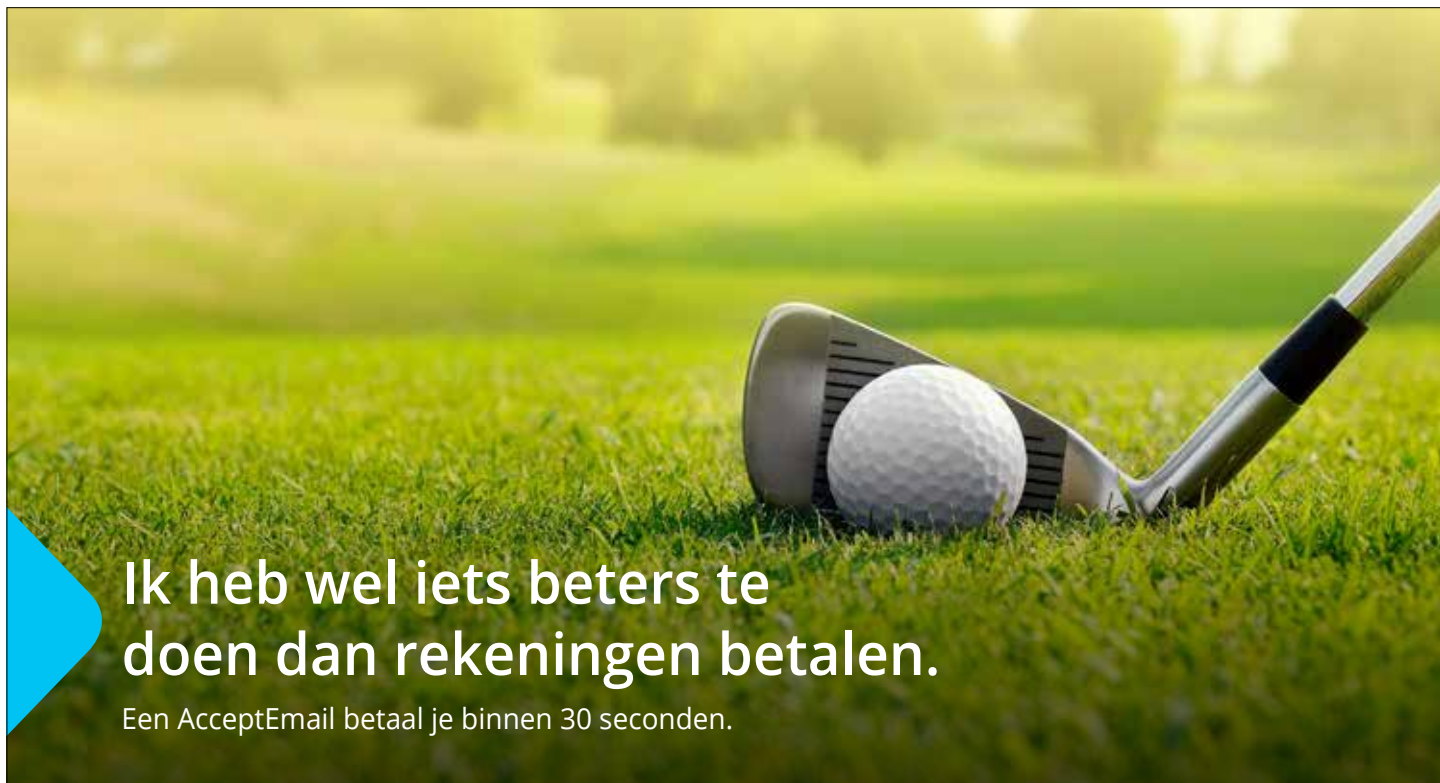
## Risk powers performance

Door de opkomst en exponentiële groei van nieuwe technologieën verandert de wereld de aankomende jaren radicaal. De security & privacy experts van Deloitte volgen de ontwikkelingen op het gebied van Cyber Security op de voet. Zij vertalen kansen naar concrete klantoplossingen om de mogelijkheden die de digitale wereld biedt optimaal te benutten.

[www.deloitte.nl/cyber](http://www.deloitte.nl/cyber)

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.nl/about](http://www.deloitte.nl/about) for a more detailed description of DTTL and its member firms.

© 2016 Deloitte, The Netherlands.



## Ik heb wel iets beters te doen dan rekeningen betalen.

Een AcceptEmail betaal je binnen 30 seconden.

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

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



**AcceptEmail**  
Maakt betalen van rekeningen simpel.

# Golfer slaat bal op hoofd andere speler: aansprakelijk of eigen risico?

**Hoe zit het met de aansprakelijkheid bij een ongeluk op de golfbaan? Blijft letsel als gevolg van een afzwaaijer voor je eigen risico of kun je daar de veroorzaker op aanspreken? Advocaat Onno Hennis legt het uit aan de hand van een zaak die in 2013 diende voor de rechtbank Amsterdam.**

TEKST: ONNO HENNIS (ADVOCAAT EN VERBONDEN AAN HET IN AMSTERDAM GEVESTIGDE AMS ADVOCATEN, LID VAN DE NOORDWIJKSE)

Aanleiding voor de bewuste rechtszaak was een ongeluk tijdens een golftoernooi voor tandartsen. Het ongeluk gebeurde op de onoverzichtelijke negende hole: vanaf de tee was vanwege twee heuvels op de fairway de baan niet volledig te overzien. Daarom was er halverwege de hole een bel geplaatst, waarmee spelers de achteropkomende flight kunnen aangeven dat zij buiten schootsafstand staan. Bij de afslagplaats was een bord geplaatst met de tekst *Please wait with your tee-off for the bell to ring 3 times*.

## BAL OP HET HOOFD

Eén van de deelnemers aan het toernooi had zijn afslag naast de fairway geslagen. Hoewel hij de bal niet meer kon zien, speelde de speler op advies van flightgenoten géén provisionele bal. Zij verwachtten dat de bal nog vindbaar was. De achteropkomende spelers hadden ondertussen de tee van hole negen bereikt. Omdat zij niemand op de fairway zagen en naar eigen zeggen het waarschuwbordje niet hadden gezien, hebben zij – zonder het klinken van de bel af te wachten – afgeslagen. Eén van de drives is op het hoofd van de speler beland met oogletsel tot gevolg.

## AANSPRAKELIJKHEID?

Op grond van de jurisprudentie geldt er bij sport- en spelsituaties een zogeheten ‘verhoogde aansprakelijkheidsdrempel’. Dit betekent dat in het geval van schade en/of letsel dat ontstaat tijdens de uitoefening van een sport minder snel aansprakelijkheid wordt aangenomen. Van sporters mag worden verwacht dat zij met bepaalde ‘slecht gecoördineerde,



verkeerd getimede en onvoldoende doordachte handelingen’ rekening houden. Zo moeten voetballers er bijvoorbeeld rekening mee houden dat zij door een tackle geblesseerd kunnen raken. Risico van het vak, zo is de ratio. Volgens de Hoge Raad is een bepaalde gedraging pas onrechtmatig, als deze ‘buiten de normale beoefening van het spel valt en een grove onzorgvuldigheid oplevert.’ In de procedure stelde het slachtoffer primair dat er geen sprake was van een sport- en spelsituatie en dat de verhoogde aansprakelijkheidsdrempel daarom niet gold. Als de rechtbank daarin mee zou gaan, zou de aansprakelijkheid zo goed als vaststaan. Voor zover de verhoogde aansprakelijkheidsdrempel wel zou gelden, stelde de eiser dat deze was overschreden omdat de veroorzaker een abnormaal risico had gecreëerd door niet af te wachten tot de bel.

## VERWEER

De veroorzaker stelde dat hij vijf minuten (de tijd die golfers op grond van de NGF-regels hebben om naar een bal te zoeken) had gewacht alvorens af te slaan. Volgens hem had hij daarmee voldoende gedaan om

het ongeluk te voorkomen. Verder verweerde hij zich door te stellen dat hij het waarschuwbordje niet had gezien (het was voor hem – net als voor het slachtoffer – de eerste keer dat hij op de desbetreffende baan speelde). Tot slot, betoogde hij dat het ongeluk deels door het slachtoffer veroorzaakt was, doordat hij in strijd met de NGF-regels geen provisionele bal had gespeeld. Had hij dit wel gedaan, zo beredeneerde de veroorzaker, dan had hij zonder te zoeken kunnen doorspelen en was het ongeluk niet gebeurd.

## OORDEEL RECHTBANK

De rechtbank oordeelde in het voordeel van het slachtoffer. Volgens de rechtbank was in dit geval de ‘verhoogde aansprakelijkheidsdrempel’ overschreden. De rechtbank overwoog dat de het klinken van de bel bedoeld is om ongelukken zoals deze te voorkomen. De bel moet worden afgewacht, ongeacht de wachttijd daarvoor, aldus de rechtbank. De reglementaire vijf minuten – die bovendien bedoeld zijn om een vlot spelverloop te bevorderen – zijn niet een voldoende voorzorgsmaatregel. Dat de veroorzaker het bordje niet heeft gezien, komt voor zijn eigen rekening. Deze was duidelijk zichtbaar. Voorts is er ook geen sprake van eigen schuld van het slachtoffer. De rechtbank is er niet van overtuigd dat nalaten van het slaan van een provisionele bal een oorzaak van het ongeluk is geweest. Kortom, bij blinde afslagen altijd de bel afwachten! Boven alles vanwege de veiligheid van andere golfers. Maar ook in je eigen belang, namelijk ter voorkoming van mogelijke aansprakelijkheid.

# Golf populair bij Olympic Experience



De Olympic Experience op het strand van Scheveningen was een groot succes. Het evenement trok ruim 100.000 bezoekers waarvan er meer dan 11.000 golfballetjes sloegen op de golfafslag van de NGF.



Met het binnendragen van de vlag met de olympische ringen en natuurlijk het vuur werd de Olympic Experience op zaterdag 6 augustus officieel geopend.

**100.000 bezoekers in 2 weken**



In totaal werden 6000 gouden armbandjes en RAAK!-tattoos weggegeven aan kinderen die het hele parcours van het RAAK!-Funpark hadden afgelegd.



Tijdens de Olympic Experience keken duizenden mensen iedere avond op grote schermen naar de verrichtingen van de Nederlandse olympiërs.

## 700 mensen per dag bij de golfafslag



Terwijl Joost Luiten in Rio het Nederlandse golf vertegenwoordigde, maakten vijftig vrijwilligers en NGF-medewerkers in Scheveningen heel veel kinderen enthousiast voor de sport. Er werden ruim 550 kaartjes voor RAAK! ingevuld en 190 ingevulde formulieren voor de 'proefles-actie bij een club in de buurt' opgehaald.



Twee weken lang Braziliaanse sferen: Copacabana in Scheveningen.



Op vrijdag 12 augustus stond golf extra in de schijnwerpers. Minister Edith Schippers van Volksgezondheid en Sport bracht een bezoek en bondscoach Maarten Lafeber verplaatste zich in de rol van golfambassadeur.



Van de ruim 11.000 bezoekers die op het zand van het RAAK!-Funpark met golf aan de slag gingen, was 70 procent kind.



Duizenden kinderen beleefden tijdens twee weken Olympic Experience een topdag in Scheveningen. Zon, zee, veel gouden medailles en meer dan dertig sporten die beoefend konden worden. Mooi voor golf: de golfafslag was een van de populairste onderdelen.

## 6000 armbandjes en RAAK!-tattoes



# “Ik kan niks alleen, je moet het samen doen”

INVESTEREN IN DE JEUGD EN ZIJN GOLFBAAAN GOED POSITIONEREN IN DE REGIO ZIJN ZAKEN WAAR WIM SPIERINGS, VOORZITTER VAN DE WOUWSE PLANTAGE EN ACTIEF ONDERNEMER, ZICH STERK VOOR MAAKT.

**WIM SPIERINGS** | LEEFTIJD 64 | FUNCTIE Voorzitter sinds november 2015 | OPLEIDING Erasmus Universiteit Rotterdam, afgestudeerd in Organisatiekunde | WERKERVARING Voorzitter Raad van Bestuur van een grote onderneming. Zeventien jaar lid Wouwse Plantage, voorheen drie jaar in het bestuur gezeten: 'Ik wilde zelf achter het stuur!'

TEKST EN BEELD BERT VAN DER TOORN



**WIM SPIERINGS is voorzitter van de Wouwse Plantage in Bergen op Zoom. Deze fraaie bosbaan staat behoorlijk hoog op de ladder van beste golfbanen van Nederland, de vereniging zit aan het maximaal aantal leden, maar toch zal er de komende periode flink wat veranderen.**

**WAAROM VERANDEREN?** “We bestaan dit jaar 35 jaar en in die tijd is er een geweldige basis gelegd. Er was rust in de club, maar uiteindelijk ook stilstand. Nu vinden wij met het huidige bestuur dat het tijd is om verder te bouwen. We willen in de bovenlaag zitten en we moeten ons aanpassen aan het hedendaagse golf met de focus op het aantrekken van jeugd.”

**HOE INVESTEER JE IN DE JEUGD?** “Als de ledenvergadering akkoord gaat, willen we jeugdleden aannemen zonder dat ze contributie hoeven te betalen. Tot ze baanpermisatie hebben, betalen ze niks. Daarna kunnen ze voor een zeer laag tarief lid worden. We geven golflessen in kleine groepjes tegen een zeer gereduceerd tarief en we gaan golfsetjes aanschaffen. De setjes, inclusief tas, kunnen worden gehuurd voor 2,50 euro per maand. We willen zelfs een jeugdhonk bouwen. De lessen zijn niet verplicht en de oefenballen zijn gratis, zo houden we drempel zo laag mogelijk.”

**WAT HOOP JE MET DE JEUGD**

**TE BEREIKEN?** “Kinderen nemen vrienden mee, zeker als het niks kost om alleen een balletje te slaan. Ook ouders die misschien nog weinig met golf hebben, kunnen, door ze mee te laten doen met bijvoorbeeld putt-wedstrijdjes tegen de kinderen, enthousiast raken. Jeugd hoort op een golfbaan. Wij zijn een relatief jonge club, maar ik zou graag meer kinderen zien. Dat geeft toch een andere sfeer in je clubhuis. Na deze zomer gaat het programma draaien. Er zijn al kinderen die volgens dit principe lid zijn, maar het is nog niet officieel.”

**IS HET MOEILIJK OM JEUGD NAAR DE WOUWSE TE KRIJGEN?** “Ons probleem is dat de golfbaan, in tegenstelling tot de hockey- en voetbalvelden, niet in een woonwijk ligt maar in een afgelegen gebied met een bos.

Ook al zitten we maar negen kilometer van stedelijk gebied, ouders laten hun kinderen niet graag door een bos fietsen. Ze moeten dus gebracht worden en dat is een extra hobbel. Golf is ook bijna nooit de eerste of tweede sport. Wij geven de lessen daarom op de woensdagmiddag of in het weekend, nooit op avonden.”

**HOE PAST DE AANSTELLING VAN PRO MARJET VAN DER GRAAFF IN DIE JEUGDPLANNEN?** “Marjet is bescheiden, speelt nog fantastisch, is heel sociaal, is graag onder de mensen en was vroeger al *kind van de club*. Ze geeft uitstekend les en kan heel goed met jeugd omgaan.

Haar golfverleden en haar jeugdige look dragen daar zeker aan bij. Het is toch anders dan wanneer, met alle respect, een oudere man les staat te geven. Marjet wil heel graag bij de NGF als coach blijven werken, maar wij hopen van harte dat de NGF toestaat dat coaches niet alleen aan de federatie gebonden zijn. Als een NGF-coach ook bij een club werkt, versterken die functies elkaar.”

**WELKE AANPASSINGEN STAAN NOG OP STAPEL?**

“De horeca is sinds kort in eigen beheer met een chef-kok uit een toprestaurant in Bergen op Zoom. Financieel zijn we aan het kijken of we de participatie kunnen laten vervallen en we willen het entree-

geld flink verlagen. Bovendien zal de baan de komende twee jaar flink worden verbeterd. Golfbaanarchitect Bruno Steensels heeft voor elke hole een prachtig plan getekend en samen met specialisten willen we de baan droger maken en de greens verbeteren. Dit moet vanaf september gaan rollen, hole voor hole.”

**WAT IS UW SPECIFIEKE INBRENG ALS VOORZITTER?** “Ik vind het belangrijk dingen samen te doen. Alleen kan ik niks. Ik zei in het bedrijfsleven wel eens: *Als de telefoniste de telefoon niet opneemt, kom ik niet aan nieuwe klanten*. Iedereen in een onderneming is belangrijk. Zo zie ik dat bij een golfclub ook. De leden zijn ontzettend belangrijk, maar het personeel ook. Wij gaan hier normaal met elkaar om en we hebben respect voor elkaar.”



**“Als de telefoniste de telefoon niet opneemt, kom ik niet aan nieuwe klanten”**

VOOR U GESPOT

## Leuker kunnen we het niet maken...

### ONDERNEMERSCHECK

Ben je als ZZP'er ondernemer voor de inkomstenbelasting? Het antwoord hierop bepaalt op welke aftrekposten je recht hebt. Anders dan weleens wordt gedacht, ben je geen ondernemer voor de inkomstenbelasting uitsluitend omdat je als zelfstandige werkt of een modelovereenkomst hebt gesloten. Om meer inzicht te krijgen over je fiscale status als ondernemer heeft de belastingdienst de ondernemerscheck ontwikkeld:

> [www.belastingdienst-ondernemerscheck.nl](http://www.belastingdienst-ondernemerscheck.nl)

### SPORTVERENIGINGEN EN BELASTINGEN

De belastingdienst heeft zijn website aangepast. Belastingzaken voor sportverenigingen zijn nu bijeengebracht op de pagina Belastingen en sport:

> [www.belastingdienst.nl](http://www.belastingdienst.nl)



# Een perfecte digitale storm

Moore's law is een ware sluipmoordenaar. Veel bedrijven hebben zich er de laatste jaren door laten verrassen. Maar wat is Moore's law? Dat is het gegeven dat de computerkracht elke achttien maanden verdubbelt tegen gelijkblijvende kosten. Daardoor wordt technologie in hoog tempo krachtiger en goedkoper. In het begin merk je er

weinig van. Een verdubbeling in online aankopen van 0,2 naar 0,4 procent zie je niet, maar van 4 naar 8 procent kan dramatisch zijn. Dat is wat er in de afgelopen jaren is gebeurd op veel digitale terreinen: eCommere, social netwerken, penetratie smartphones, internetsnelheid, etc. Het versterkt elkaar tot een *perfect digital storm* met ingrijpende gevolgen voor alle traditionele marktpartijen. Ook in de golfbranche.

Internet gaf ruimte aan nieuwe virtuele golfconcepten. ANWB is de grootste virtuele golfclub met meer dan 36.000 leden. Allemaal golfers die voorheen aangewezen waren op een fysieke golfclub. Virtuele golfverenigingen bieden voordelen die fysieke clubs niet of in beperkte mate bieden: lage kosten, flexibiliteit en een groot aanbod van banen. Je kunt ook meedoen aan wedstrijden en de officiële NGF-competitie. Erg aantrekkelijk dus voor een substantiële groep golfers. Waarom zou je 1250 euro per jaar betalen terwijl je voor 50 euro lid kunt worden van een virtuele golfclub? Hoewel het aantal leden van D-Clubs sterk steeg (en overigens nog steeds stijgt, sinds 2011 gemiddeld tien procent per jaar) werden er nog altijd golfbanen aangelegd waarvan het exploitatiemodel gebaseerd was op (deels) vaste leden. Zoals vaker gebeurt, zagen de bestaande clubs het gevaar niet. Er waren immers nog wachtlijsten, dus wat kon hen gebeuren? Toen kwam ook nog 2008, de inleiding op een groot aantal economische, politieke en sociale ontwikkelingen die ook op golfbanen grote invloed heeft. De wachtlijsten bij veel clubs zijn inmiddels verdwenen en de waarde van participatiebewijzen is in het gunstigste geval zwaar verminderd en is in een aantal gevallen tot nul gereduceerd.

En hoewel virtuele verenigingen een grote aantrekkingskracht lijken te hebben, zijn de golfclubs niet bij voorbaat kansloos in deze storm. Net zomin als de grote bedrijven. Wel vereist het een radicaal andere manier van denken. Net zoals gewone bedrijven, moeten ook golfclubs digitaal transformeren. De moraal daarbij is dat je spelregels van de nieuwe spelers moet eigen maken. Het biedt golfclubs kansen om zich te onderscheiden: een combinatie van een offline golfbaan met online services: golfdates voor leden die elkaar niet kennen, virtuele marktplaatsen, online laddercompetities, geautomatiseerde welkomstberichten en after sales voor greenfeespelers, wachttijdreductie in de baan met iBeacons ... Kortom, kansen te over. Voorwaarde? Visie en leiderschap. Traditioneel besturen is voorgoed voorbij.

*Eduard de Wilde is director bij VODW Digital en helpt bedrijven bij hun digitale transformatie. Hij is lid van De Hoge Kleij.*

# NGF GOLFMARKT DASHBOARD

# 369.387

geregistreerde golfers  
in Nederland op 30-06-2016

## Mutaties 2015-2016

(Peildata 30-06-2015 t/m 30-06-2016)

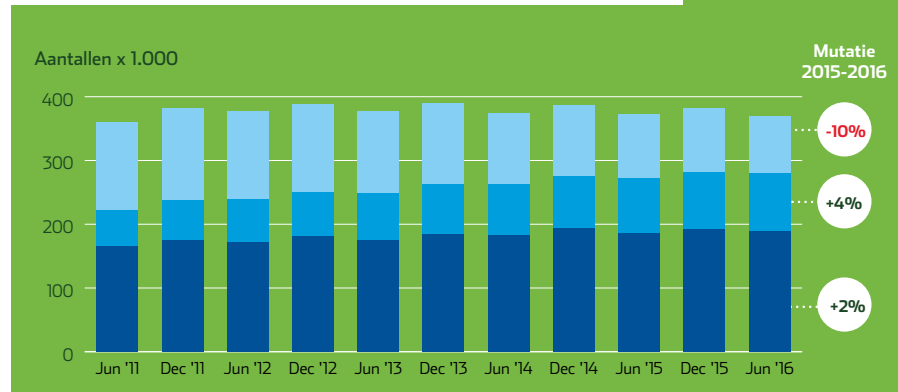
Golfers met homecourse	+2%	↑
Golfers zonder homecourse	+4%	↑
Golfers Stichting Golfsport	-10%	↓
<b>TOTAAL</b>	<b>-1%</b>	<b>↓</b>

## Legenda

De vermelde categorieën zijn:

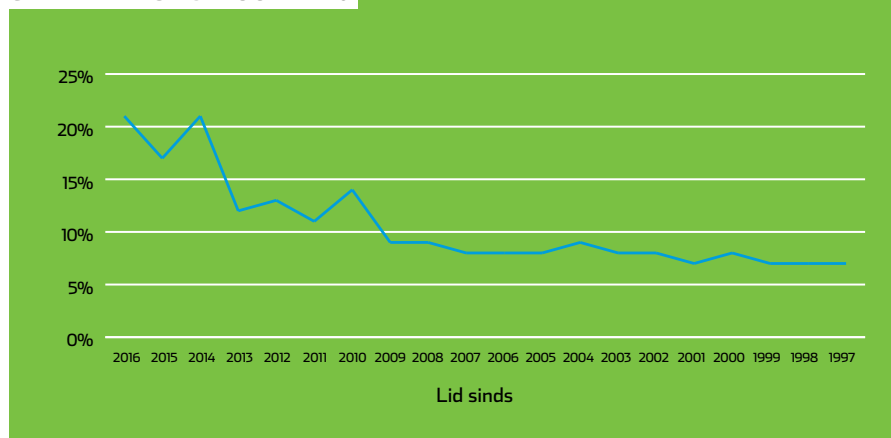
- Golfers met homecourse
- Golfers zonder homecourse
- Golfers Stichting Golfsport

GRAFIEK 1 - ONTWIKKELING AANTAL GOLFERS VAN 2011-2016



**Grafiek 1** Op 30-06-2016 zijn we in Nederland met 369.387 golfers en dat is -0,8% minder dan een jaar geleden. Ten opzichte van vijf jaar geleden zien we een stijging van 2,5%. In deze periode hebben 49.108 golfers de St. Golfsport verlaten, maar positief dus dat ruim 57.000 golfers ergens anders hun plek hebben gevonden. Het sluiten van de St. Golfsport zorgt dus voor een lichte daling van het aantal leden, maar door de stijging van het aantal leden bij actieve golfclubs stijgt hopelijk ook het aantal actieve golfers.

GRAFIEK 2 - UITSTROOM IN %

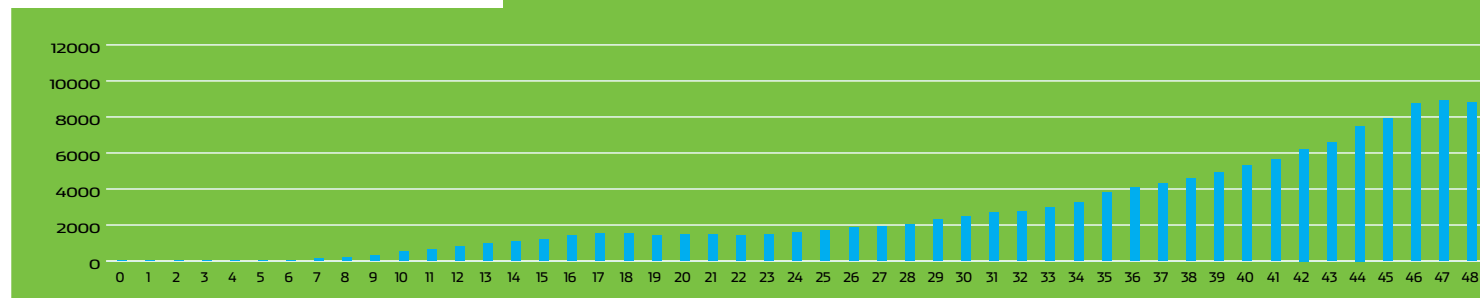


**Grafiek 2** Er zijn half 2016 ruim 84.000 golfers die sinds 2014 lid zijn. Vanaf 2009 laat de uitstroom een totale stijging en een wat grillig verloop zien. Het blijkt lastig de nieuwe generatie golfers lang(er) te behouden. Het is belangrijk erachter te komen waarom die de golfsport zo snel de rug toekeert. In het beleidsplan van de NGF wordt als een van de redenen genoemd het spelniveau. Pas als golfers een handicap van 28 of lager hebben, zijn ze echt verbonden aan de sport.

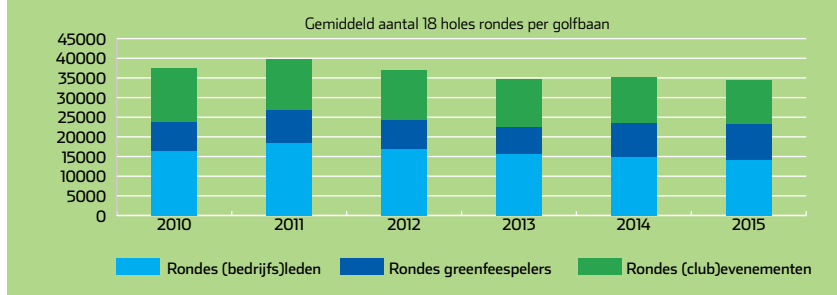
**Grafiek 3** In GolfMarkt 8 hebben we er al kort aandacht aan besteed en we komen er nog even op terug, de forse toename van het aantal golfers van 70 jaar. Het is nu zelfs de grootste groep met 10.453 golfers. Golf is een sport voor alle leeftijden en kan dus ook zeker op hogere leeftijd beoefend worden. Golf houdt je

vitaal, zorgt voor een goede conditie en brengt mensen bij elkaar. Tegelijkertijd moeten we ook aan de toekomst denken en zou het mooi zijn als we meer jeugd, jongeren en families aan golf weten te binden of in ieder geval laten kennismaken met de sport.

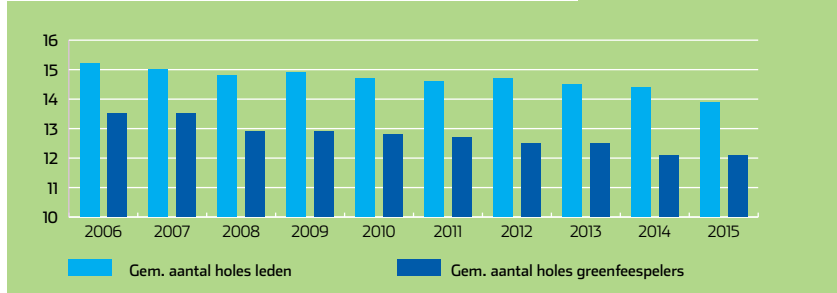
GRAFIEK 3 - AANTAL GOLFERS PER LEEFTIJD



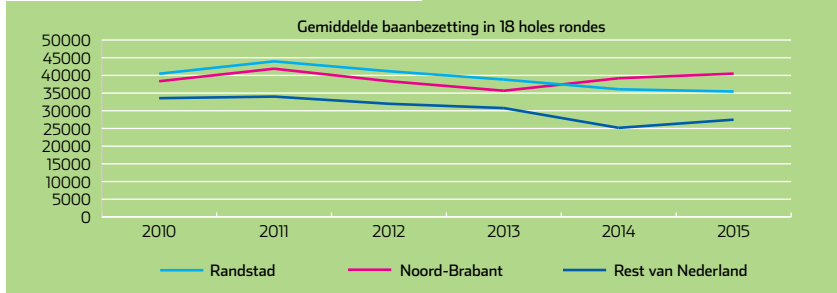
GRAFIEK 4 - GESPEELDE RONDES



GRAFIEK 5 - GEMIDDELD AANTAL HOLES PER RONDE



GRAFIEK 6 - BAANBEZETTING TOTAAL



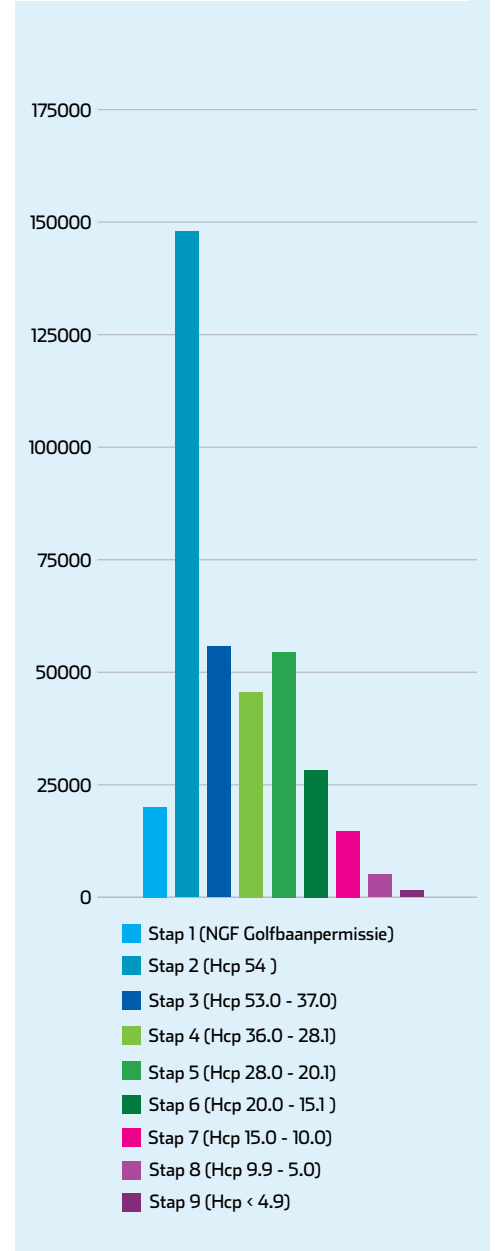
**Grafiek 4** Het aantal gespeelde rondes door (bedrijfs)leden laat een dalende trend zien. Van 16.309 in 2010 is het aantal rondes gedaald naar 14.124 in 2015. De voor de hand liggende verklaring kan zijn dat het aantal (bedrijfs)leden de afgelopen jaren is gedaald. Daartegenover staat een stijging van het aantal greenfeespelers van 7.535 naar 9.105. Het aantal rondes gerelateerd aan club-evenementen is ook iets afgenomen.

**Grafiek 5** Volgens dit plaatje is het gemiddeld aantal gespeelde holes per ronde afgenomen. Zowel clubleden als greenfeespelers kiezen er kennelijk steeds vaker voor om negen holes te spelen.

**Grafiek 6** De totale baanbezetting is sinds 2010 met 3% afgenomen naar 40%. De regio Noord-Brabant laat al sinds 2013 herstel zien in de baanbezetting. Voor de rest van Nederland is dat een jaar later het geval. De Randstad blijft nog een beetje achter en daalt sinds 2011.

**Bron: NVG Golfindex i.s.m. Intogolf. Cijfers komen van 38 golfbanen. Getallen zijn in 18-holesequivalenten.**

GRAFIEK 7 - VERDELING 9 STAPPENPLAN

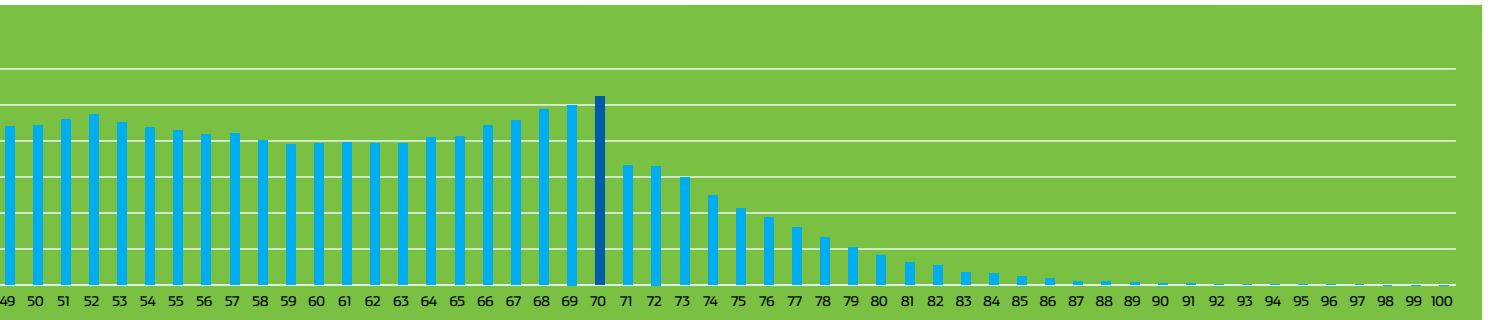


**Peildatum 30 juni 2016**

Voor meer marktgegevens zie de digitale bijlage op [GOLF.NL/GolfMarkt](http://GOLF.NL/GolfMarkt) en NGF Informatieplein.

© NGF2016

> [Meer informatie via zakelijk@ngf.nl](mailto:zakelijk@ngf.nl)





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



Directe koppeling met golfvereniging



Vrienden uitnodigen en elkaar motiveren



Beloond worden voor geleverde prestaties



Ga naar [golf.nl/app](https://golf.nl/app)



iPhone



Android



# Meer inzicht met Players First

ALS JE ZOU WETEN WAT JE LEDEN EN GREENFEESPELERS NU ÉCHT VAN JE CLUB EN BAAN VINDEN, ZOU JE BETER KUNNEN INSPELEN OP HUN BEHOEFTE. DAARVOOR IS ONDERZOEK NODIG. DE NGF, NVG EN PGA HOLLAND HEBBEN MET PLAYERS FIRST EEN TOOL GEÏNTRUCED WAARMEE CLUBS CONTINU ENQUÊTES KUNNEN HOUDEN. MET DANK AAN DE DENEN.

TEKST JAN KEES VAN DER VELDEN | BEELD RAW MILK | FOTO KOEN SUYK

**Als je doet wat je deed, krijg je wat je kreeg. Een marketing-cliché dat lang niet altijd meer opgaat. Ongewijzigd beleid leidt in een tijd van steeds meer vluchtige consumenten tot mindere resultaten. Maar waar ligt dat aan? Heeft de klant altijd gelijk? Is dat een natuurwet of kunnen clubs en banen proberen aan te tonen dat het speelgedrag van golfers toch te beïnvloeden is? In Denemarken denken ze van wel. Daar is de Deense Golf Unie in zee gegaan met Raw Milk, een bedrijf dat is gespecialiseerd in Customer Experience Management.**

Een paar jaar geleden kwam Jonas Meyer Jansen van de Deense Golf Unie in contact met de managing director van Raw Milk, Jacob Buksted. Dat leidde tot een interessante gedachtenwisseling waarbij Meyer Jansen snel in de gaten had dat Raw Milk een belangrijke rol kon spelen bij de verdere ontwikkeling van golf in Denemarken. Players First was geboren. Jonas Meyer Jansen: "Het voornaamste doel was en is om clubs gezond te houden, om te zorgen dat je je beleid kunt bepalen op basis van wat nieuwe en meer ervaren leden willen, wat ze van je clubs en baan denken."

## VERLIES BEPERKEN

De federatie betrok de Deens PGA bij het beleid en in 2013 werd een pilot gestart. Acht clubs deden daaraan mee. "Dat was heel succesvol", zegt Jacob Buksted. "Toen we in 2014 echt van start gingen, nam het aantal deelnemende banen snel toe. De clubs hadden het er met elkaar over. De mond-tot-mondreclame was heel belangrijk in dit proces. Anno 2016 doet het leeuwendeel van de Deense clubs mee aan Players First." "Een paar kleinere negen-holesclubs ziet de voordelen niet en neemt niet deel", voegt Jonas Meyer Jansen toe. "Aan de fee kan het niet liggen: die is jaarlijks ongeveer net zo hoog als het bedrag van een lidmaatschap. Een van de redenen dat we Players First per se van de grond wilden krijgen, is het verlies van nieuwe golfers. Jaarlijks beginnen veel mensen met golf, net als in Nederland. En net als de NGF heeft de DGU te maken met een te hoog percentage spelers dat in het eerste jaar afhaakt. Ons doel is om via Players First die groep tien procent kleiner te maken. Lukt dat, dan zal het aantal golfers flink groeien, in plaats van gelijk blijven."

## ZEE AAN INFORMATIE

De strategie van de Deens federatie trok de aandacht van tal van organisaties in andere landen, ook van de NGF, Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties en PGA Holland. De contacten



## PILOT GOLFBAAN SLUISPOLDER

Golfbaan Sluispolder bij Alkmaar was een van de deelnemers aan de pilot. Manager Renate Roeleveld vindt het een "fantastisch programma". Een belangrijk element is wat haar betreft het feit dat het navigeren binnen het systeem heel gemakkelijk is. "Dat zorgt ervoor dat je eenvoudig de juiste gegevens kunt ophalen. En die geven je een duidelijk beeld als het om je sterke en zwakke punten gaat. Dat je je gegevens kunt benchmarken. Op de een of andere manier zorgt Players First er ook voor dat we meer reacties krijgen. De directe feedback is vele malen groter dan als we een stukje in het clubblad zetten. Een ander punt: we hebben nog nooit een opmerking gekregen over onze toiletten. Niet een. Maar via Players First werden we er op gewezen dat daar toch echt iets aan moet worden gedaan. Wat de greenfeespelers betreft denk ik dat we vanwege de gerichte vragen een eerlijk en duidelijk beeld gaan krijgen. En ook daar hebben we heel veel aan."



**“Clubs en banen hebben met Players First een uitstekend inzicht in wat goed gaat en wat lager scoort. Precies wat je nodig hebt om je product te verbeteren.”**

met Raw . Precies wat je nodig hebt om je product te verbeteren. Milk en de DGU leidden tot een pilot in Nederland met negen clubs die in 2015 werd uitgevoerd. NGF-directeur Jeroen Stevens: “De deelnemende clubs toonden zich erg tevreden en dat is de reden dat de federatie, samen met de NVG en PGA, Players First gaat aanbieden aan clubs en banen.” Maar hoe werkt het systeem? Wat kun je als bestuur, eigenaar of exploitant leren? Wie het Players First-programma gebruikt, stuurt per email een enquête naar leden die al enige tijd aan de club zijn verbonden, aan nieuwe leden, aan vertrokken leden en aan gastspelers. De resultaten van deze enquêtes worden weergegeven op een realtime dashboard. Met andere woorden: dagelijks vindt een update van de resultaten plaats. “Clubs en banen krijgen zo een zee aan informatie”, zegt NVG-directeur Lodewijk Klootwijk. “Ze hebben met Players First een uitstekend inzicht in wat goed gaat en wat lager scoort. Precies wat je nodig hebt om je product te verbeteren. Heel belangrijk is dat de Nederlandse golfwereld nu een tool heeft waarmee nieuwe golfers beter leren kennen en waarmee kan worden voorkomen dat ze al snel afhaken en golf vaarwel zeggen.”

#### LAGE FEES

Een andere sterk punt van Players First is dat je data kunt vergelijken met andere banen, vindt Stevens. “Dat zet je eigen beleid in een nog veel beter perspectief.” Belangrijk is dat deze gegevens anoniem zijn. Ook de NGF, NVG en PGA hebben toegang tot de landelijke – eveneens anonieme – resultaten. Stevens: “Iedereen kan zich voorstellen dat een organisatie als de NGF niet kan wachten om landelijke gegevens te analyseren. Dat gaat ons nog beter helpen om onze programma’s en het meerjarenbeleidsplan uit te voeren en waar nodig bij te stellen. Om clubs en banen te helpen hun data nog beter te analyseren, worden trainingsbijeenkomsten georganiseerd. Clubs worden van harte aangemoedigd mee te doen: de NGF, NVG en PGA stellen de enquêtes voor nieuwe golfers en vertrekkende leden drie jaar lang gratis ter beschikking. Onderzoeken voor leden (vijfhonderd euro per jaar) en greenfeespelers (driehonderd euro per jaar) kunnen de deelnemende club bijbestellen. “Dat

## DE VIER SURVEYS IN PLAYERS FIRST

### LEDEN

Deze enquêtes vinden drie tot vier keer per jaar plaats, maar ieder lid wordt maar een keer per jaar gevraagd mee te doen. Aan het einde van het jaar worden alle deelnemers gevraagd nog een enquête in te vullen. De vragen hebben betrekking op alle relevante parameters die mogelijk invloed hebben op de tevredenheid van de leden over de club. Het invullen van de vragenlijst duurt twaalf tot vijftien minuten.

### NIEUWE LEDEN

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

### VERTROKKEN LEDEN

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

### GASTSPELERS

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



zijn ook voor Nederlandse clubs en banen bedragen die opmerkelijk laag zijn”, zegt Jonas Meyer Jensen van de DGU. “Om een zo groot mogelijke deelname te bereiken, moet dat ook. We hebben vanaf dag één gemikt op een bedrag dat ongeveer gelijk is aan wat een lid per jaar aan contributie betaalt. We wilden als DGU een Formule 1-programma, maar we hadden geld voor een middenklasser. En toch is het gelukt om met Players First een hoogwaardig product te vervaardigen. Mooi dat nu ook Nederlandse clubs een beter inzicht krijgen in wat hun leden en gastspelers als goed en minder goed beschouwen.”



# “Duurzaamheid is geen hobbyisme”

OP DE VIER BANEN VAN HET RIJK GOLFBANEN IS DE DUURZAME GEDACHTE EEN INTEGRAAL ONDERDEEL VAN HET BELEID. DIRECTEUR HANS BLAAUW VERTELT WAAROM DAT NOODZAKELIJK IS.

**HANS BLAAUW** | LEEFTIJD 57 jaar | WOONPLAATS Malden | HANDICAP 22,3 | FUNCTIE Directeur van Het Rijk Golfbanen |  
MOTIVATIE Bouwen aan succes

TEKST JAN KEES VAN DER VELDEN | BEELD RONALD SPEIJER

**Half juni kregen directeur HANS BLAAUW en hoofdgreenkeeper Gerhard Teunissen uit handen van NGF-bestuurslid Marieke van Rhijn het GEO-certificaat uitgereikt, als bewijs dat op de 45-holesbaan van Het Rijk van Nijmegen in Groesbeek een gezond duurzaam beleid wordt gevoerd.**

**HET RIJK VAN NIJMEGEN IS DE ZESTIGSTE BAAN DIE EEN CERTIFICAAT KRIJGT. WAAROM IS DIT NIET EERDER GELUKT?** “We wilden wel maar omdat we we zagen het als een onderdeel van een proces om alle vier de banen – ook Sybrook, Nunspeet en Margraten – naar een hoger plan te tillen. We hebben eerst de kwaliteit van de banen verhoogd, vervolgens is er naar de horeca en oefenfaciliteiten gekeken. Dat heeft de nodige investeringen gevergd en deelname aan NGF-programma’s als Committed to Jeugd en Familie vergde ook extra inspanningen. Daarna hebben we ons op duurzaamheid gericht. Dat hebben we heel strak en planmatig aangepakt. Dat was en is ook de enige manier om succesvol te zijn.”

**HOE WAS DIE AANPAK?**

“We hebben met hulp van buitenaf – Buiting Advies – een plan opgezet. Bij veel banen is het GEO-proces het gevolg van een gemotiveerde greenkeeper of een enthousiast lid met een groene achtergrond. Mooi, maar ik denk dat zo’n traject alleen kans van slagen heeft als je duurzaamheid structureel een integraal onderdeel van je beleidsplan maakt. In ons plan 2017-2019 staan vier ankerpunten: gezond verdienmodel, de manier waarop je met leden en gastspelers omgaat, een goed personeelsbeleid en duurzaamheid.”

**HOE VERKOOP JE JE LEDEN DE BOODSCHAP VAN DUURZAAM BELEID?**

“Vertel het eerlijke verhaal. We hebben op Nunspeet 750 bomen gerooit. Altijd een gevoelig onderwerp. Toen we vertelden wat de positieve gevolgen voor onder andere de zichtlijnen en beheer waren, snapte iedereen het. Anno 2016 is het zaak dat je als baan een open blik richting je omgeving hebt. Je moet je niet afsluiten van de gemeenschap. Wat je

dan merkt, is dat er ook heel anders naar je baan wordt gekeken. De contacten tussen Het Rijk van Nijmegen en Het Rijk van Margraten met de lokale gemeenschap zijn goed. Maar eerlijk is eerlijk, op de andere twee banen moet nog wel wat werk worden gedaan.”

**SOMMIGE BANEN ZIEN DE GREEN DEAL ALS EEN ZWAARD VAN DAMOCLES. BEGRIJP JE DAT?** “Als je eenmaal met het GEO-traject bent begonnen, weet je dat de Green Deal een goede zaak is. Het dwingt je je onderhoud anders, beter te doen. Gevolg is dat er tal van creatieve oplossingen worden gevonden. Bovendien is het, heel simpel, een must: je neemt als branche je verantwoordelijkheid of je krijgt in 2021 zeker problemen.”

**VIND JE DAT BANEN HUN VERANTWOORDELIJKHEID VOLDOENDE NEMEN?** “De geluiden die ik hoor, stemmen mij niet vrolijk. Er wordt veel gepraat en naar de NGF gekeken. De federatie komt met goede adviezen, maar je zult het zelf moeten doen. Je kunt een koepelorganisatie in een situatie als deze niet verantwoordelijk maken. Maar dan komt een er andere vraag op tafel: wie is op jouw baan of club uiteindelijk verantwoordelijk? De eigenaar? De exploitant? Een bestuurslid? De voorzitter? Dat moet je wel bepalen. Want als het misgaat en je hebt de zaken op 1 januari niet voor elkaar, moet het bij een controle duidelijk zijn wie er in het

politiebusje stapt. Klinkt dat overdreven? Nee, het is een feit. Op de banen van Het Rijk zal ik diegene zijn. Maar zover zal het niet komen.”

**HET RIJK VAN NIJMEGEN IS NU GECERTIFICEERD. HOE STAAT HET MET DE ANDERE BANEN VAN HET RIJK?**

“We hadden gepland om Nijmegen begin september 2015 afgerond te hebben. Dat is niet gelukt, ook omdat we goed hebben gekeken hoe er in den lande op GEO en de Green Deal werd gereageerd. Daardoor hebben we nu een goede en degelijke basis voor de andere drie banen. Ik verwacht dat die over een jaar – zo rond het KLM Open 2017 – ook gecertificeerd zijn.”



**“Als het misgaat, moet het bij een controle duidelijk zijn wie er in het politiebusje stapt”**



GOLFCENTER SEVE

TEKST JACO SCHIPPERS

# Investeren in meer dan golf

STEEDS MEER GOLFBANEN VERRUIMEN HUN BLIK EN DENKEN NA OVER HOE ZE HUN AANBOD KUNNEN VERRIJKEN. MET ECHT GOEDE HORECA BIJVOORBEELD OF EEN LEUKE VARIANT VAN GOLF. GOLFMARKT GING OP BEZOEK BIJ DRIE ONDERNEMENDE DIRECTEUREN DIE VERDER KIJKEN EN HUN NEK UIT DURVEN STEKEN.

Als je twee decennia geleden in een willekeurig weiland een bordje met golfbaan zette, stroomde de ledenlijst en agenda van de teaching pro's in no time vol. Maar die tijd ligt achter ons en de situatie is flink veranderd. Door de crisis is toevallig succesvol zijn er niet meer bij. Het gaat om de focus en uitstraling van de baan, het clubhuis, de horeca en het activiteiten aanbod, of een combinatie hiervan. Je moet bewuste keuzes maken voor doelgroepen en nog belangrijker, doen waar je goed in bent. Een aantal golfbanen in Nederland is met een concept gestart dat uitgaat van veel meer dan alleen golf. Zij hebben fors geïnvesteerd in de zaken rond hun baan om daarmee meer publiek te trekken. Wat is hun idee, hun sleutel tot succes en wat zijn de struikelblokken achter deze concepten? Golfcenter Seve, Golfbaan IJsselweide en Golfbaan Landgoed Bergvliet vertellen aan GolfMarkt wat zij hebben gedaan en waarom.

## GOLFCENTER SEVE

Rotterdam binnenrijdend vragen we ons af hoe hier een golfbaan past tussen alle kantoren en hoogbouw die de havenstad rijk is. Blijkbaar kan het, het bewijs ligt er. De ontvangst bij Golfcenter Seve is hartelijk en open en voor we het weten zitten we aan de koffie en horen we naast ons iemand twijfelen tussen hole 2 of hole 3. Het

blijkt te gaan om het lunchmenu; hoe kon het ook anders in dit op horeca gefocuste golfcentrum.

## SPAANSE TWIST

Eigenaar en creatief brein achter Seve is Robin Bravenboer die in 2003 het golfcenter overnam. Na een analyse van de omgeving en potentiële doelgroep, was de eerste investering een grondige verbouwing waarbij met name de *kantine* werd omgetoverd tot een prachtige eetgelegenheden die het hart van Seve vormt. "Wij hebben bewust voor een Spaanse architect gekozen omdat we onze horeca een Spaanse twist wilde geven", aldus Bravenboer. "Het voordeel van Spaans eten is dat je gemakkelijk *shared dining* kunt doen. Iets wat veel vrouwen aanspreekt, waardoor wij ook steeds meer golfende dames krijgen." Het concept is verder doorgetrokken door de enorme upgrade van de drivingrange met trackmansessies en golfprofessionals die allemaal vanuit dezelfde gedachte lesgeven. "Je kunt niet enkel een goede kok aannemen en verwachten dat er meer mensen komen golfen; het gaat erom dat het geheel goed moet zijn."

## EFFECT VAN DE INVESTERING

Toen Seve begon in 2003 had het ruim 1300 leden, momenteel hebben ze er 3600. "En die hebben we niet bereikt met vluchtige acties en aanbiedingen waarmee je veel tijdelijke bezoekers trekt. Wij hebben bijvoorbeeld nog nooit een advertentie geplaatst. Ik

**“Je kunt niet enkel een goede kok aannemen en verwachten dat er meer mensen komen golfen; het gaat erom dat het geheel goed moet zijn.”**

geloof juist in het principe van de deur achter iemand dichtdoen. Daarmee bedoel ik dat wij bezoekers het gevoel willen geven onderdeel te zijn van iets waar ze bij willen horen. Een bepaalde exclusiviteit. Mensen kiezen op lange termijn niet voor een actie, maar voor uitstraling van het hele concept. Dan komen ze bij je terug en vertellen ze jouw verhaal verder. Betere promotie bestaat er niet!” Op de vraag of je het concept ook elders zou kunnen opzetten, antwoordt Bravenboer overtuigd. “Jazeker! Ik zou dit bijvoorbeeld ook wel in Spanje willen doen, maar je hebt wel de juiste omstandigheden nodig. Seve ligt praktisch in het centrum van een grote stad. Dat maakt dat we een enorme doelgroep dichtbij hebben wonen. Die doelgroep wil even de drukte van de stad ontvluchten door ballen af te slaan met een hapje eten en dan naar huis of weer aan het werk te gaan. Dat moet je in Spanje nog maar zien te vinden.”

#### GOLFBAAN IJSSELWEIDE

Een andere golfbaan die heeft besloten het roer om te gooien, is Golfbaan IJsselweide in Gouda. Komend vanaf de verhoogde dijk die langs de IJssel loopt, is duidelijk te zien op welk concept de golfbaan zich richt; met een compleet adventurepark met dino's, watervallen, grotten en natuurlijk een achttien-holes minigolfbaan zet de baan in op het aantrekken van families.

#### INGESLAGEN BOM

Directeur Michel de Meijer zag na de gouden golfjaren '80 en '90 zijn ledenaantal problematisch teruglopen, met name bij de jongere doelgroep. In overleg met de leden en de vereniging is een aantal voorstellen gedaan om te veranderen, maar veel bleef bij het oude omdat mensen hun gewoontes maar moeilijk konden afleren. Eind jaren '90 zag De Meijer op de PGA-show in Orlando een grote kunstmatige berg met midgetgolf erin, waar trappen, verhogingen en attracties het voor de bezoekers uitdagend maakten. “Opvallend was dat de berg van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat enorm druk bezocht werd.” Een complete berg bouwen ging wat ver, maar de aandacht was getrokken. Na een zoektocht van ruim een jaar langs diverse succesvolle Adventure Golfbanen in Engeland en Amerika besluit De Meijer dit concept op zijn golfbaan op te zetten. Na het vinden van een investeerder en het regelen van de vergunning, wordt het plan voorgelegd aan de leden. Dit slaat in als een bom bij een kleine groep die dreigde met opzeggen, maar de grote meerderheid is positief verrast en vooral nieuwsgierig. “Wij hebben er heel duidelijk voor gekozen om het plan in één keer te brengen en niet via een poldermodel te introduceren. Belangrijk hierbij is dat je als golfbaan veel tijd steekt in het persoonlijke contact en het uitleggen

#### GOLFBAAN IJSSELWEIDE





**LANDGOED BERGVLIET:  
GOLF IS CORE BUSINESS...**

*Foto: Business Open Nederland*



**...MET PROFESSIONELE  
HORECA, OOK VOOR ANDERE  
DOELGROEPEN...**



**...EN MET NIEUWE  
RECREATIEWONINGEN NAAST  
DE GOLFBAAN.**

van je plannen. Hierbij heeft de goede samenwerking met de vereniging ook erg geholpen. Leden die opzegden, hebben we allemaal nagebeeld. Niet om hen over te halen te blijven, want mensen kiezen uiteindelijk toch zelf, maar om informatie te krijgen hoe wij onze service kunnen verbeteren.”

#### OMGEVING BETREKKEN

Door nauw samen te werken met de gemeente Gouda die, naast het verstrekken van de vergunning en het bouwen van een nieuwbouwwijk naast de golfbaan, zeer actief bleek te zijn met het promoten van de stad onder toeristen, krijgt het project veel aandacht. En een aantal lokale Albert Hein-winkels werkte van de zomer mee om in het kader van hun dinoplaatjes-actie korting te geven op het toegangsbewijs van Adventure Golf. “Wees bewust van je omgeving”, aldus De Meijer. “Zo hebben we ook een groep vissers een plek op ons terrein gegeven waar ze kunnen vissen. Dit levert misschien niet direct geld op, maar allemaal vertellen ze het verhaal van onze golfbaan, dat is veel meer waard!”

#### DOORPAKKEN

Nu het adventurepark ruim een half jaar open is, kan voorzichtig een eerste balans worden opgemaakt en die is positief. “Omdat het een totaal nieuw concept is in Nederland, kregen we veel nieuwsgierige bezoekers. Met kerst zat onze brasserie voor het eerst sinds jaren helemaal vol. Het is aan ons om de komende twee jaar te laten zien dat we kunnen doorpakken en niet alleen een tijdelijk *aandachtproject* zijn. Het is nu de kunst om de grote groep nieuwe bezoekers aan ons te binden. Met bijvoorbeeld het aanbod van kinderfeestjes waarbij de ouders ballen kunnen slaan op de drivingrange. Op die manier trekken we de aandacht voor het dinopark door naar de golfbaan.” Toevallig of niet, op dat moment stapt er een vrouw op De Meijer af om hem te vertellen over de fantastische middag die haar kinderen hebben beleefd en dat ze in de tussentijd zelf de golfbaan ontdekt heeft. “Hopelijk is dit het beeld dat wij in de toekomst steeds meer gaan zien.”

#### GOLFBAAN LANDGOED BERGVLIET

Landgoed Bergvliet ligt midden in de natuur tussen de weilanden, naast Breda. De golfbaan bestaat nog niet zo heel lang maar heeft al veel ontwikkelingen meege-

maakt. In 2006 geopend en inmiddels is er een achttien-holesbaan, een negen-holes par-driebaan, een golfschool met mooie faciliteiten, professionele horeca, een feestlocatie en sinds kort een aparte lunchroom langs de weg voor fietsers en wandelaars. Er wordt naar gestreefd om in 2017 te starten met de verkoop van recreatiewoningen naast de golfbaan en de aanleg van een wellnesscentrum van drieduizend vierkante meter.

---

**“Een goed resultaat is mogelijk omdat we een totaalconcept hebben waarin de onderdelen elkaar versterken”**

---

#### VOOROP BLIJVEN LOPEN

Directeur Paul Wesel, vanaf het eerste moment betrokken bij Bergvliet, gelooft in een totaalconcept waarbij kwaliteit vóór prijs komt. “Vanaf de start hebben we geprobeerd zo toegankelijk mogelijk te zijn, top in gastvrijheid en met een goede keuken. Ook onderscheiden we ons omdat we alles in eigen beheer doen. Zo zijn onze drie golfpro’s in loondienst. Golf is onze *core business*, dan vinden wij het niet logisch dat je het opleiden uitbesteedt. Juist daar moet je het verschil maken. Golfbanen die uit dezelfde vijver vissen zien elkaar nog regelmatig als concurrenten, terwijl ze beter elkaar zouden kunnen helpen de golfsport in zijn geheel verder te brengen. De concurrentie zit ‘m meer in andere sporten en hobby’s. Wij proberen met onze tijd mee te gaan en zelfs een beetje voorop te lopen, onder meer door goed te luisteren naar onze klanten en te kijken naar de omgeving. Wij hebben veel wandelaars, fietsers en mountainbikers in de buurt en daarom hebben we aan de weg een restaurantje geplaatst om deze mensen iets te drinken en te eten te bieden. Mooi voor de omzet én goed voor de mond-tot-mondreclame.”

#### RENDEMENT

De investering in de recreatiewoningen en het wellnesscentrum past in het idee van een totaalaanbod. Wesel: “Met de huisjes richten wij ons op een doelgroep die zelf wil genieten maar ook inzet op een mooi rendement via verhuur. De kans is groot dat deze mensen al bij ons golfen of dat op korte termijn gaan doen. Met het wellnesscentrum zullen we veel weekend- en dagjesmensen aantrekken die niet direct lid zullen worden maar misschien wel een rondje willen spelen en van de horeca gebruik willen maken.” Wesel verwacht dat de vereniging ook baat zal hebben bij deze investering. “De leden komen natuurlijk in eerste instantie voor het golfen maar we kunnen hun straks een veel breder pakket aanbieden met wellness, fitness en wellicht ook yoga. Dit heeft voor ons als voordeel dat de winterperiode drukker gaat worden omdat mensen hier aan hun fitheid kunnen werken. Kortom, een goed resultaat is mogelijk omdat we een totaalconcept hebben waarin de aparte onderdelen elkaar versterken.”

---

**“Met de huisjes richten wij ons op een doelgroep die zelf wil genieten maar ook inzet op een mooi rendement via verhuur”**

---



**KENNISMAKEN MET GOLF  
MET EEN KNIPOOG NAAR ANDERE  
SPORTEN EN SPELLETJES**



# Juniorclub stevent af op doorbRAAK!

RAAK! IS EEN INITIATIEF VAN DE NGF EN ING PRIVATE BANKING OM JEUGD IN AANRAKING TE BRENGEN MET GOLF. WANT MEER JUNIOREN OP DE BANEN IS NOODZAKELIJK VOOR DE TOEKOMST VAN DE SPORT. IN APRIL 2016 ZIJN DE TROSSEN LOSGEGOOD EN SINDSDIEN ZET DE JUNIORCLUB KOERS RICHTING EEN DOORBRAAK!

Inmiddels was het vrolijke funpark van RAAK! al present tijdens de ING Golf Week en Olympic Experience, vonden er diverse clubevenementen plaats en was mascotte SPOT steeds een goedlachse verschijning. Op een andere, speelse manier - met een knipoog naar andere sporten en basiselementen van golf - maken kinderen kennis met de sport. Bijvoorbeeld door hen te laten knotsgolven, sumoworstelen en minigolven in teams, onder begeleiding van enthousiaste begeleiders.

### NIEUWE GEZICHTEN

Circa 120 banen hebben het initiatief al omarmd. Zij bieden RAAK!-leden de mogelijkheid om op vertoon van de lidmaatschapspas voor tien euro een ronde te spelen en gratis gebruik te maken van de drivingrange. De golfbanen ontvangen RAAK!-leden die lid zijn bij andere clubs of kinderen zonder homecourse, wat zorgt voor nieuwe gezichten en mooie kansen. Als een kind na de eerste ervaring met een tevreden glimlach thuiskomt en daarna nog een paar keer op een leuke manier met

golf in aanraking komt, laat hij of zij de keuze misschien wel vallen op onze mooie sport. Als club kun je actief meehelpen om jeugd aan golf te krijgen. Organiseer een aantrekkelijke activiteit die prikkelend is voor alle leeftijden, met een goede borrel voor de ouders. Ingewikkelder hoeft het niet te zijn.

### BINDEN

RAAK! zal niet meteen morgen een groei in jeugdleden laten zien, evenmin een zichtbare verbetering van het niveau van de actieve jeugdleden. De doelstelling van RAAK! is gericht op de langere termijn en de uitdaging zit 'm in het binden van de RAAK!-leden aan uw baan, uw jeugdleden de kans bieden om vriendjes en vriendinnetjes te introduceren en deel te nemen aan de leuke activiteiten. Op naar de grote doorbRAAK!

### MEER INFORMATIE?

Wilt u zich aansluiten bij RAAK!, uw jeugdleden een passende activiteit bieden of mede-ambassadeur zijn van jeugdgolf in Nederland? Neem dan contact op met Florence Brugmans, coördinator Jeugdgolf bij de NGF: [florence.brugmans@ngf.nl](mailto:florence.brugmans@ngf.nl).



MASCOTTE SPOT



LEKKER MEPPEN



ENZO KNOL IN DA HOUSE



TEKST JAN KEES VAN DER VELDEN | | LUCHTFOTO GOLFERS MAGAZINE/POPPE DE BOER | FOTO PAUL VAN DER KLEI

# Blij met het KLM Open

HET KLM OPEN ZAL VOOR HET EERST OP THE DUTCH IN SPIJK, GEMEENTE LINGEWAAL, GESPEELD WORDEN. HOE GA JE ALS KLEINE GEMEENTE OM MET DE KOMST VAN EEN VAN DE GROOTSTE SPORTEVENEMENTEN VAN ONS LAND? IN LINGEWAAL ZIJN ZE ER NA EEN GEDEGEN VOORBEREIDING HELEMAAL KLAAR VOOR.

De Haagsche, Noordwijkse, Kennemer, Hilversumsche, Domburgse, Toxandria, De Pan, Eindhovenische en de Rosendaelsche. De vorige 96 edities van het Internationaal Golfkampioenschap van Nederland werden op deze banen gespeeld. En daar komt een tiende bij: The Dutch. De in 2010 in gebruik genomen en door Colin Montgomerie ontworpen baan ligt in het Gelderse Spijk. Een dorp met zo'n negenhonderd inwoners, behorende tot de gemeente Lingewaal, dat bestaat uit vijf kernen die samen ruim elfduizend inwoners hebben. "We zijn als Lingewaal trots om drie jaar lang gastheer te zijn van het KLM Open", zegt burgemeester Loes van Ruijven-van Leeuwen. "We zijn geen grote gemeente, maar dat maakt zeker niet uit. Het gaat om de ambities die je hebt." De hele voorbereiding op het KLM Open is een toonbeeld hoe je als baan en organisatie veel partijen bij zo'n project betreft. De tijd dat de golfwereld alles zelf zonder betrokkenheid van anderen wilde regelen, ligt gelukkig achter ons.

## IN EIGEN HAND NEMEN

Lingewaal, de meest westelijke gemeente in de provincie Gelderland, kijkt graag vooruit. "Als college heb je vier jaar", zegt de burgemeester. "Maar als je ambitie hebt, dan denk je niet alleen na over wat je in die periode wilt bereiken, maar kijk je ook verder. In 2009 hebben we met inwoners, jong en oud, en met ondernemers

gesproken. De concrete vraag was: hoe zie je Lingewaal voor je in 2030? Dat heeft in 2010 geleid tot het door de gemeenteraad vastgestelde Manifest van Lingewaal, waarin de beleidskaders van de gemeente tot en met 2030 in hoofdlijnen zijn vastgesteld. Het Manifest is de toekomstvisie voor Lingewaal en is als zodanig een verbond tussen gemeente en inwoners. Een belangrijk accent ligt op meer eigen verantwoordelijkheid en eigen initiatief van inwoners. De kwaliteit van leven en ontspanning is belangrijk. Topsport draagt daaraan bij. Daarom zijn we ook blij met The Dutch binnen onze gemeentegrenzen." Als we vragen naar een voorbeeld van hoe inwoners betrokken zijn bij hun gemeente, dan volgt het verhaal over de sporthal in de kern Asperen (3.500 inwoners) die gerenoveerd moest worden. "Plaatselijke sportverenigingen maakten gebruik van de hal en basisschoolleerlingen kregen er gymles. De eigenaar wilde graag dat de gemeente zou bijdragen aan de renovatie, maar we hebben op het standpunt dat je geen publiek geld steekt in private ondernemingen. Uiteindelijk hadden gemeente en vooral clubs twee jaar de tijd om met een oplossing te komen. De verenigingen hebben zelf voor elkaar gekregen dat er onlangs een nieuwe sporthal is geopend. Met een eigen projectleiding en steun van de wethouder die sport in zijn portefeuille heeft. Dat bedoel ik met de kracht van dat manifest: zaken in eigen hand nemen."

## VROEGE VOORBEREIDING

Een KLM Open met in totaal zo'n veertigduizend toeschouwers, een groot tentendorp en veel verkeersbewegingen – dat regel je niet in een dag. "Gelukkig is het zo dat we al jaren ervaring hebben met het



**“We zijn als Lingewaal trots om drie jaar lang gastheer te zijn van het KLM Open”**

organiseren van grote evenementen”, zegt Niels Markensteijn van TIG Sports dat ook het KLM Open onder zijn hoede heeft. “Al is dit wel de eerste keer dat we op The Dutch zijn. Dat vraagt om extra aandacht maar gelukkig is er uitstekend overleg met de gemeente.” Burgemeester Van Ruijven: “Het KLM Open kent veel aspecten: bereikbaarheid, toegankelijkheid, veiligheid, om er een paar te noemen. Maanden geleden zijn we al begonnen met het overleg met TIG Sports en twee veiligheidsregio’s – we zitten immers op de grens van Gelderland en Zuid-Holland. En natuurlijk zijn we vorig jaar op de Kennemer geweest om ervaring op te doen. Een belangrijk punt is het parkeren. Dat gebeurt nu tegenover The Dutch. Dat is het resultaat van een goede voorbereiding waarvoor veel tijd is genomen.”

#### ZORGEN WEGNEMEN

Terecht werd door inwoners van Spijk gedacht aan de gevolgen van het KLM Open. “We hebben hen, samen

met TIG Sports, al heel snel geïnformeerd”, aldus Van Ruijven. “Op de eerste bijeenkomst waren zo’n honderdvijftig belangstellenden aanwezig. Zij vroegen bijvoorbeeld naar de bereikbaarheid en of hulpdiensten het dorp wel in konden. Na enige tijd volgde een tweede bijeenkomst en vervolgens was er nog de formele procedure rond het verstrekken van de vergunning. We hebben samen de inwoners optimaal betrokken bij de gang van zaken. En zo moet het ook. Je moet zorgen wegnemen.”

#### PROMOTIE LINGEWAAL

Ook op een andere manier heeft Lingewaal getracht de inwoners nog meer bij het KLM Open te betrekken. Studenten van de Hogeschool Arnhem Nijmegen (HAN) hebben Lingewaal daarbij ondersteund door na te gaan wat de economische spin-off voor de ondernemers kan zijn waarbij ook aandacht was voor eventuele positieve invloeden voor het toerisme. “We gaan als gemeente niet op de stoel van de ondernemers zitten”, stelt de burgemeester. “Maar we kunnen hen wel helpen en stimuleren. En dat heeft, na een paar bijeenkomsten, geleid tot resultaten. Een aantal plaatselijke ondernemers zal dan ook bij het KLM Open betrokken zijn. En we vinden het natuurlijk ook mooi om Lingewaal zelf tijdens het KLM Open te promoten. Lingewaal is een prettige gemeente waar het goed wonen, werken en recreëren is. Wij hebben bezoekers wat te bieden als het gaat om gastvrijheid, groen en ruimte. Lingewaal is gelegen in de Hollandse Waterlinie met de forten Asperen, Geofort (recent uitgeroepen tot het beste kindermuseum van de wereld) en Fort Vuren. En dat mogen de bezoekers van het KLM Open ook best weten.”

*Alles over het KLM Open is te vinden op [www.klmopen.nl](http://www.klmopen.nl)*



## “Heel eenvoudig: stel de leerling centraal”

DAT HET ENTHOUSIASME OP DE ROSENDAELSCHЕ GOLFLUB IS AANGEWAKKERD, BLIJKT ALLEEN AL UIT DIT CIJFER: VOORHEEN WERDEN DRIE KEER PER WEEK BALLEΝ GERAAPT, NU NEGEN KEER. “DE KRACHT VAN ONS PROTEAM IS DAT WE WERKEN VANUIT ÉÉN VISIE”, ZEGT MENNO PELK

**MENNO PELK** | LEEFTIJD 44 jaar | FUNCTIE PGA-professional, penningmeester PGA Holland | VERBONDEN AAN Rosendaelsche Golfclub, sinds 2013 | EERDER GEWERKT BIJ Het Rijk Golfbanen, Golfclub Heelsum | PERSOONLIJK DRIVE Mensen plezier en prestatie meegeven en een positieve invloed uitoefenen op de golfsport.

**MENNO PELK kwam in 2013 het team van de Arnhemse bosbaan versterken. Hij was een goede aanvulling door zijn specialisme putten en brede benadering van en ervaring in de golfsport.**

**WAT IS ER BIJZONDER AAN JULLIE TEAM?** “Wat je vraag ook is, je kunt altijd bij een specialist terecht. Ik vormde een goede toevoeging op de expertise van John, die de sporttechnische lijnen uitzet. We zijn altijd op zoek naar collega’s met competenties die we nog niet voldoende gecoverd hebben. Met Floris de Vries hebben we nieuw en jong elan in huis gehaald. Zijn speel-ervaring op het hoogste niveau is zeer waardevol. Tom Budding werkt met leden aan hun fysieke ontwikkeling en Jan Dorrestein is een zeer ervaren mentor.

**ZITTEN JULLIE ALTIJD OP EEN LIJN?** “Er is een duidelijke visie, maar door de veranderende omgeving voeren we in het team periodiek discussies en houden we de golftechnische visie tegen het licht. We zorgen altijd dat we hetzelfde zeggen tegen leerlingen. Naast de structuur in het technische beleid hechten wij veel waarde aan onze uitstraling. Met ons tenue zijn we herkenbaar en stralen we eenheid uit naar leden en leerlingen. Dat zorgt ervoor dat alle neuzen elke dag dezelfde kant op staan. De inhoud en structuur van de lessen staan als een huis en zo is het voor leden heel makkelijk van de expertise van de andere pro’s gebruik te maken. We houden in iGolfinstructor dossiers bij zodat iedereen altijd weet waar elke leerling aan werkt. Dat is ook een van de redenen waarom onze lesboeken vaak vol staan.”

**WELKE ROL SPEELT DE CLUB IN DE VOLLE LES-BOEKEN?** “Het bestuur van de Rosendaelsche moedigt leden actief aan les te nemen en geeft zelf het goede voorbeeld door zelf ook regelmatig te lessen en zo het plezier te ervaren van vooruitgang in je spel. We krijgen op bepaalde punten veel speelruimte en vertrouwen. Vaak bekostigen we nieuwe ideeën zelf en doen we een eigen investering om de club te laten zien wat er moge-

lijk is en om een bepaalde behoefte te creëren. Durf te investeren in mensen want zo is het ook hier begonnen. Wat ik nog steeds zie, is dat golfbanen en besturen vooral kijken naar de golftechnische inhoud. Bij ons is dat ook zeker een deel van het succes, maar de breedte is ook erg belangrijk. Wat willen de leden en waar kunnen we uitbreiden? Als pro sta ik breed in het vak. Ik heb een shop gehad, ben greenkeeper en clubfitter geweest en sinds 2008 professional. Sommige collega’s zijn uitstekende instructeurs, maar de achterkant van de Academy moet ook goed georganiseerd zijn. Dat wordt wel eens vergeten.”

**IS JULLIE SLEUTEL TOT SUCCES GEHEIM?**

“Nee, helemaal niet. Alle kennis die we hebben is vrij beschikbaar. Je moet het alleen wel komen halen, we komen het niet brengen. Elke maand krijgen we bezoek van collega’s of pro’s in opleiding. Als je kan delen, kan je ook vermenigvuldigen. We delen kennis, aandacht en tijd, en daarmee vermenigvuldigen we ons resultaat.”

**BIJ JE AANTREDEN WERD JE, SAMEN MET JOHN BOERDONK, GEVRAAGD EEN NIEUW JEUGDPROGRAMMA TE LANCEREN. HOE LOOPT DAT?**

“We hebben zes keer zoveel actieve jeugdleden. Vanaf de eerste les hebben we fysieke training een prominentere rol gegeven in het programma. Dus eerst 45 minuten oefeningen en vervolgens 45 minuten golfles. Kinderen willen in een veilige en vertrouwde omgeving bewegen en vrienden maken.

De jeugd vindt het geweldig en ervaart golf nu nog meer als een sport waar ze hun energie in kwijt kunnen. Goed worden is daar het gevolg van als je hen blijft uitdagen. Omdat het ProTeam goed staat kunnen nieuwe jeugdleden op elk gewenst niveau instromen. Ze hebben de keus uit meerdere professionals. Die aanpak werkt niet alleen bij jeugdleden want van de ongeveer 800 leden zitten er zo’n 550 volwassenen in de lesbak. Ons doel is om ook die laatste groep leden met een goed product op de mat te krijgen. Het geheim? Als je de leerling centraal stelt, is het heel makkelijk werken.”



Het team op de Rosendaelsche: Menno Pelk, Jan Dorrestein, Tom Budding, Floris de Vries en John Boerdonk

**“De structuur van de lessen staat als een huis en zo is het heel makkelijk gebruik te maken van de expertise van de andere pro’s”**

## BOEKEN



### Maak ze gek!

Online marketing is een relatief nieuw vakgebied maar kennis ervan is onmisbaar. Ook voor golfclubs. In *Maak ze gek!* vind je de geheime formule voor opvallende online marketing, plus tips hoe je klanten overtuigt via het onderbewuste en hoe je nieuwsbrieven schrijft die klanten direct openen.

Prijs: 22,50 euro



### Klantsignaalmanagement

Net als elk bedrijf hebben golfclubs te maken met signalen van klanten. Maar wat doe je daarmee? Het boek *Klantsignaalmanagement* helpt: Welke verbeteracties moeten als eerst opgepakt worden? Welke acties leiden tot het meeste resultaat? En hoe toon je aan dat klantbeleving geld oplevert?

Prijs: 24,95 euro (verschijnt eind september)

## Visie op de toekomst van PGA Holland

De PGA Holland heeft onlangs een nieuwe beleidsplan gepresenteerd. Voorzitter Peter Rijnvelds-hoek over het hoe en waarom.

*Waarom zo'n gedetailleerd beleidsplan?*

"Ik denk dat PGA Holland dat nodig heeft. In deze tijd kan geen enkele organisatie zonder zo'n plan. Anders kun je niet zeggen dat je een beleid gaat voeren. Als jij 's morgens de deur uitgaat zonder dat je weet waar je naartoe wilt, dan kom je mogelijk ergens aan, maar meestal niet op de juiste plaats. De PGA Holland wil ergens naartoe en ook nog eens binnen een bepaald tijdsbestek."

*En de bestemming is het verstevigen van de positie van de zeshonderd leden op hun club of baan?*

"Zo zou ik het niet direct willen uitdrukken. Het gaat erom dat de pro zich meer profileert en zich goed

richt op de veranderde markt en de diverse stakeholders. Daarmee maak je je positie vanzelf sterker. Er is een betere herkenning en erkenning van de pro's nodig. Daar kan de PGA Holland aan bijdragen, maar er moet veel van de pro's zelf komen."

*De NGF presenteerde dit voorjaar een beleidsplan: 'Meer door Beter Golf'. Is dat van invloed geweest op het plan van de PGA Holland?*

"Vanzelfsprekend, al is het natuurlijk zo dat de PGA zijn eigen verantwoordelijkheid, zijn eigen belangen heeft. De NGF heeft bijna vierhonderd-duizend golfers onder zijn hoede: de amateurs, al dan niet lid van een club. Onze zeshonderd leden hebben een relatie met die clubs en veel van hun leden. Sterker, zij verdienen hun boterham door de amateurs les te geven. Dan zou het raar zijn als ons beleidsplan heel anders zou zijn."



"Het gaat erom dat de pro zich goed richt op de veranderde markt"

## Workshop 'Besturen in golf'

Er is een nieuwe workshop van de NGF voor bestuursleden van golfbanen en -clubs. In twee dagdelen biedt deze cursus inzicht in trends en ontwikkelingen in het speelveld van de bestuurders. Daarnaast wordt praktische informatie geboden: algemene bestuurlijke kennis en vaardigheden, vertaald naar de golfwereld. Belangrijk onderdeel zijn de casussen, die deelnemers zelf kunnen aanreiken of waarvan de NGF heeft kennisgenomen tijdens clubbezoeken.

*Meer informatie? Stuur een email naar: zakelijk@ngf.nl*

## Monte Rei nieuwe topgolfpartner NGF

De Portugese golf- en countryclub Monte Rei is een van de partners van de NGF geworden en zal als uitvalbasis dienen voor de wintertrainingen van de Oranje selecties. Bondscoach Maarten Lafeber wil intensief gaan trainen met Oranje en de NGF-coaches. Vele trainingen worden ingepland in Nederland, echter in de winter volgen ook diverse trainingsstages in Zuid-Europa, waaronder bij de Portugese Monte Rei Golf & Country Club. Mede door dit partnerschap wordt het mogelijk gemaakt om Oranjetrainingen te houden onder betere weersomstandigheden. Hoewel het voor Nederland een nieuw concept is, is dit in de omringende landen al jaren gangbaar. Monte Rei is samen met Stern, Nationale Loterij, Deloitte, Ricoh en Footjoy een van de sponsors van de NGF. ING Private Banking blijft hoofdsponsor van de Nederlandse golfsport.



MONTE REI  
GOLF CLUB

## De waardevolle combinatie van sport en natuur

Het symposium *Buiten Sporten, Natuurlijk!*, georganiseerd door de NGF, de Natuur- en Milieufederaties (NMF) en NOC\*NSF, trok 19 mei jl. zo'n 85 deelnemers richting Papendal. De opkomst kenmerkt de breedte van het onderwerp en de interesse voor de combinatie van sport- en natuurbeleving en de toegevoegde waarde die dat heeft voor ons welzijn. Buiten sporten en natuur zijn verbonden in de beleving. Dit geldt in hoge mate voor sporten waarbij het landschap een wezenlijk onderdeel uitmaakt. Denk hierbij aan golfen, fietsen, watersport, roeien, de hippische sport, etc. De groep deelnemers was evenredig verdeeld en kwam uit de sportsector, de natuur-/terreinbeheersector en uit de hoek van preventie/gezonde leefstijl. De diverse invalshoeken maakten de discussie tijdens het interactieve deel bijzonder levendig en interessant.

### Presentaties

Hoogleraar Agnes van den Berg zette evidence-based de meerwaarde van een natuurlijke omgeving voor buitensport uiteen, Hans Rutten van het Ministerie van EZ lichtte de Rijksnatuurvisie toe (de overheid zet in op het verbinden van de natuur met de samenleving) en Albert Vliegthart van de Vlinderstichting vertelde over het initiatief van de Groene Tafel Sport & Natuur. Het sportieve perspectief werd door Richard Kaper van NOC\*NSF geschetst. Hij ging in op de populariteit van buitensporten en de recent gepubliceerde Sportagenda 2017 waarin een lans gebroken wordt om sport in



co-creatie te verbinden met nieuwe partners en sectoren. Tjisse Brookman liet zien hoe De Friesland Zorgverzekeraar aandacht besteedt aan het stimuleren van een gezonde leefstijl.

### Interactieve deel

In het interactieve deel was er een 'bloemlezing' van succesvolle voorbeelden van de verbinding van sport met natuur. Dit varieerde van het initiatief van parklopen tot

een fraai gedicht voorgedragen door Roeland Geertzen van het Waterschapverbond waarmee hij treffend aangaf welke unieke beleving watersport de mens biedt. Ook de golfsport en de samenwerking van de NGF met Vogelbescherming en ANWB Golf kwamen goed uit de verf. De gedeelde conclusie van dit interactieve deel: er vinden al interessante en succesvolle initiatieven plaats; een bewijs dat de combinatie sport en natuur de mens iets waardevols te bieden heeft. Het algemene gevoel was dat het tijd wordt om dat met elkaar nog beter te benoemen en in samenwerking verder te ontwikkelen. Daarnaast is het aan de beleidsmakers om de verbinding van sport en natuur een duidelijker plek te geven in beleidsvisies en in te zetten op ontwikkeling in partnerships.

*Vragen? Neem contact op met Joris Slooten: [joris.slooten@ngf.nl](mailto:joris.slooten@ngf.nl) of 030-2426370.*



## Fysiek en digitaal ontmoeten elkaar op de golfbaan

Van buiten naar binnen denken is voor elke golfbanen –club een must. Snel handelen, inspelen op nieuwe ontwikkelingen is eveneens een vereiste. Op Golfbaan Edda Huzid wordt een actief jeugd beleid gevoerd. Dat leidde dit jaar al tot een wedstrijd van de Junior League. Nu zijn ze nog een stapje verder gegaan: eind juli werd op de baan Pokégolf gespeeld. Je score op een hole werd omgezet in een Pokémon. Hoe minder slagen, hoe sterker de Pokémon die je mocht noteren. Daar waren wel speciale scorekaarten voor nodig. Daarmee gewapend gingen de golfers/vangers de baan in .

“Er wordt veel georganiseerd op de diverse golfbanen in ons land” aldus een medewerker van Edda Huzid. “Vooral in de breedte: laagdrempelig en spelenderwijs. Daar is zo'n Pokégolfwedstrijd een mooi voorbeeld van.”



Pokémon GO is in korte tijd één van de meest gespeelde mobiele games in de geschiedenis geworden. Het simpele maar revolutionair concept heeft een grote groep mensen aangesproken. Wat vooral interessant is aan de opkomst van Pokémon GO is niet per se de game op zich of de hype eromheen, maar hoe het symbool staat voor de toekomst van het web. Die gaat namelijk om het samenbrengen van de fysieke en digitale werelden. Bedrijven zullen gebruikmaken van hoogstaande technologie om onderdeel te kunnen zijn van het dagelijks leven van de consument.



# Partnerships in businessclubs

NETWERKEN EN GOLF, HET LIJKT ONLOSMAKELIJK MET ELKAAR VERBONDEN. MAAR OM EEN BUSINESSCLUB ECHT SUCCESVOL TE MAKEN, MOET JE OPRECHTE AANDACHT HEBBEN VOOR DE (ASPIRANT) LEDEN. GEEN KANT-EN-KLARE PAKKETTEN DUS MAAR GOED LUISTEREN NAAR WAT DE ONDERNEMER WIL.

TEKST EEFJE KIEVITS | FOTO TITELPAGINA KOEN SUYK | FOTO PAG. 55 [WWW.ZAKENGOLFSTER.NL](http://WWW.ZAKENGOLFSTER.NL)



**Businessclubs waren ooit vanzelfsprekend. Waardevolle, actieve en betrokken leden stapten overtuigend met de onderneming in een businessclub bij de vereniging waar zij lid waren. Initiatieven kwamen als paddenstoelen uit de grond en de lokale, maatschappelijke betrokkenheid was overal zichtbaar. Bedrijven hebben het de afgelopen jaren niet makkelijk gehad. Investerings werden uitgesteld. Ook golfclubs en -banen hebben dat gemerkt; waar eerder de businessclubs volstroonden, hebben besturen en menig management nu moeite om bedrijven c.q. sponsors aan zich te binden. Toch zijn er genoeg businessclubs die succesvol zijn. Wat is de sleutel van dit succes? GolfMarkt ging in gesprek met Hans Wognum en Etienne Verhoeff, twee van de eigenaren van Start2Create, gespecialiseerd in gastvrijheid in de sport.**

#### **WAAROM WIL IK EIGENLIJK EEN BUSINESSCLUB?**

Hans Wognum: "Stel jezelf de vraag waarom je überhaupt een businessclub wil starten. Zet dit voor jezelf op papier. Denk na over de financiële redenen, met wie je contact wil leggen in je omgeving, welke kennis je al in huis hebt en juist nog in huis wilt halen. En als je het inderdaad wilt, hoe past het dan binnen de club? Met wie ga ik het doen, is er draagvlak? Laat je inspireren door verhalen van andere golfclubs of clubs in andere sporten."

#### **WAT HEB IK TE BIEDEN?**

Als je eenmaal de knoop hebt doorgesneden om de businessclub te starten, vindt Hans Wognum de overtuiging een belangrijk ingrediënt. "Geloof ik je eigen kracht, ideeën en gevoel. Kijk eens om je heen. Je hebt een prachtige locatie, sfeervol clubhuis omringd door groen en je zit boordevol ideeën. De eerste indruk, een goede balans in gastvrijheid en een persoonlijke benadering

zijn de basis van een succesvol partnership." Etienne Verhoeff vult aan: "Zolang deze aspecten niet worden uitgedragen met passie en de ideeën van een andere businessclub worden gekopieerd, is het einde zoek. Je laten inspireren door andere businessclubs is dus belangrijk, maar houd vast aan je eigen plan."

#### **WAAR ZIT DE ONDERNEMER OP TE WACHTEN?**

Wognum: "Om te beginnen: ga de dialoog aan met ondernemers in de omgeving. Laat hen meedenken en inspraak hebben op de door jou aan te bieden producten en diensten. Wat is volgens hem de kracht van de locatie? Waarom zal deze ondernemer zijn relaties, maar ook zijn familie mee willen nemen? En misschien wel het belangrijkste: met welke andere ondernemers wil hij in contact komen? Kortom, wat is er, behalve de gezellige uitjes, van strategisch toegevoegde waarde?" Verhoeff benadrukt dat acquisitie met een aanbod van kant-en-klare pakketten weinig effect zal hebben. "Word lid van onze businessclub en kies uit het birdie-, eagle- of albatros-pakket, daar worden ondernemers doorgaans niet enthousiast van. Verbind je aan de prille contacten, luister naar hen en laat vooral niemand zwemmen. De kans dat jouw beoogde lid gaat 'shoppen' door businessclubs te vergelijken met elkaar, is dan groot. Dit geldt ook voor introducties die in een later stadium worden meegenomen. Een gastheer of -vrouw heeft er oog voor om 'zwemmende gasten' tijdens een evenement aan te spreken en op hun gemak te stellen."

#### **VUL DE AGENDA MET AFWISSELENDE ACTIVITEITEN**

Als eenmaal de basis is gelegd, verschillende leden elkaar gesproken hebben en aan boord zijn gestapt, is het belangrijk voor afwisseling en inhoud te zorgen. Wognum: "Bied de leden de mogelijkheid om voor hem interessante relaties mee te nemen naar de lunch met inspirerende speeddate, de gepaste zakenpartner te introduceren in het gezelschap als er een uitstapje wordt gemaakt naar een mooie voetbalwedstrijd en zijn vrouw te trakteren op een goed diner na een rondje spelen. Als niks moet, mag alles, kan alles en ontstaan er oprechte relaties waar eenieder baat bij heeft. Laat ook hierin jouw businessclubleden inspraak hebben; wat zien zij graag terug op de jaarplanning en wie wensen ze daar te ontmoeten?"





# OP EEN GOLFTRIP WIL JE GEEN GEDOE.

## JE WILT GOLFEN.



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

#### FORD TOURNEO € 75 PER DAG:

##### Inclusief

- Allrisk verzekering met WA-dekking
- 24-uurs alarmservice bij schade en/ of pech in binnen- en buitenland
- Kilometervrij, 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](http://www.stern.nl)



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

**STERN** | mobility matters

## “Als niks moet, mag alles, kan alles en ontstaan er oprechte relaties waar eenieder baat bij heeft”

### LAAT DE FOCUS OP GOLFEN EERST EVEN LOS, DAN KOMT DE REST VANZELF

De eerdere vraag *Wat heb ik te bieden?* heeft je doen nadenken over de mogelijkheden op jouw locatie, samenwerkingen met andere businessclubs en natuurlijk de golfbaan, maar Wognum adviseert om de focus op golf af en toe los te laten. “Het klinkt wellicht gek, maar als de focus ligt op de locatie met haar faciliteiten komt het golfen vanzelf. En als het golfen niet

komt, maar men komt met regelmaat voor een hapje en drankje, is dat toch ook mooi meegenomen? Businessclubs die hierin een mooi voorbeeld vormen, zijn die van Golfcenter Seve in Rotterdam en De Turfvaert in Rijsbergen. Vanuit een groot bestaand netwerk hebben zij mensen golfer laten worden en elkaar daarmee op hun locatie met elkaar verbonden. Als je dus invulling gaat geven aan de agenda, bedenk dan ook dat het erom draait dat iedereen zich op zijn gemak voelt.”

### HOUD JE RECEPT VOOR SUCCES NIET GEHEIM!

Een laatste tipje van de sluier op weg naar meer successen: “Houd je recept niet geheim, maar sta ervoor open om kennis en ideeën te delen en je te laten inspireren door andere clubs. Verdiep je in hoe andere businessclubs zijn ingericht, bundel van een aantal best practices de succesfactoren en bekijk wat er in die context het beste bij jouw ideeën past. Kijk hierbij niet alleen naar de golfbanen, maar bijvoorbeeld ook naar businessclubs bij andere sporten. Je zult niet in elkaars vaarwater zitten indien je je in andere regio bevindt. Successen delen, zorgt voor een positief sneeuwbaaleffect, delen is vermenigvuldigen.”

## DRIE ONDERNEMERS: WAT VINDEN ZIJ BELANGRIJK?



**Fenneke van Well (37)** is stijl- en imago-adviseur met haar bedrijf Well Dressed ([well-dressed.nl](http://well-dressed.nl)). Ze combineert haar netwerkevenementen graag met het blootgeven van haar diensten. Ze is lid bij Bites & Business, recht in haar doelgroep. “Wat ik het belangrijkste vind, is dat er bij evenementen

wederzijdse betrokkenheid te voelen is. Dit geldt overigens voor alle gelegenheden waar ik aanwezig ben. Ik wil het gevoel hebben dat het me geen moeite hoeft te kosten om mijn verhaal te kunnen doen. Wederzijds interesse, oprechte betrokkenheid en het gevoel dat ik niets hoeft te verkopen. Ik ben van mening dat het gebruiken van elkaars netwerken leidt tot de beste resultaten. Een afwisselend programma door het jaar heen houdt mij scherp.”



**Marloes Hoefnagels-Meijer (36)** is lid en coördinator van Businessclub Moerdijk. En nee, dit is niet bij een golfbaan. Met haar bedrijf Loef Company ([loefcompany.nl](http://loefcompany.nl)) ondersteunt en organiseert zij evenementen met zorg van A to Z. “Bij de businessclub waar ik lid ben, staat commitment voorop. Ieder lid

is enig in zijn of haar branche en is vrij om wekelijks iemand te introduceren. Ik ben dus de enige in mijn vakgebied, waardoor de gunfactor van de overige leden top of mind zit. Dat is voor mij de belangrijkste trigger geweest om hierin te stappen. Van vrijblijvendheid is geen sprake. ‘Verplichtingen’,

‘het moeten’ en ‘de randvoorwaarden’ hebben plaatsgemaakt voor ‘commitment’ en ‘elkaar gunnen’. Stiekem zijn dit dus de randvoorwaarden. Bij de meeste businessclubs wordt gewerkt met aspirant leden die na het behalen van een bepaalde omzet, worden ‘toegelaten’ als lid. Dit is een fijne stok achter de deur. Het zorgt ervoor dat je scherp blijft en je je inspant om bij iedere bijeenkomst je pitch op orde te hebben en het beste uit jezelf blijft halen. Een bepaalde omzet is nodig om de stap naar het lidmaatschap van de businessclub te kunnen maken. Het is mooi als ik als ondernemer gewaardeerd word en niet word gezien als een cashcow waar geld te halen is.”



**Ties Roodfeld (33)** is eigenaar van Alexander Roodfeld Herenmode, een gerenomeerde herenmodezaak in Dordrecht en omstreken ([roodfeld.nl](http://roodfeld.nl)). Het familiebedrijf is van oudsher gespecialiseerd in maatpakken en casual herenkleding. Hij is betrokken bij diverse netwerkclubs. “Ik

sluit mij aan bij Marloes. Het klinkt wellicht wat dwars, maar zodra ik word verplicht om deel te nemen aan, of wekelijks word geacht op te komen draven, is voor mij de ‘win-win’ niet voelbaar. Wanneer iemand mij uitnodigt om een rondje te golfen, gewoon in privésferen met elkaar kennismaken waarna ik een persoonlijke klik voel, zal de meerwaarde beginnen te leven en zal ik graag overwegen om de stap te zetten. Kennismaken en elkaar iets gunnen, is uiteindelijk ook een voorwaarde, maar dan op een natuurlijke manier, het ‘moeten’ is er dan vanaf.”

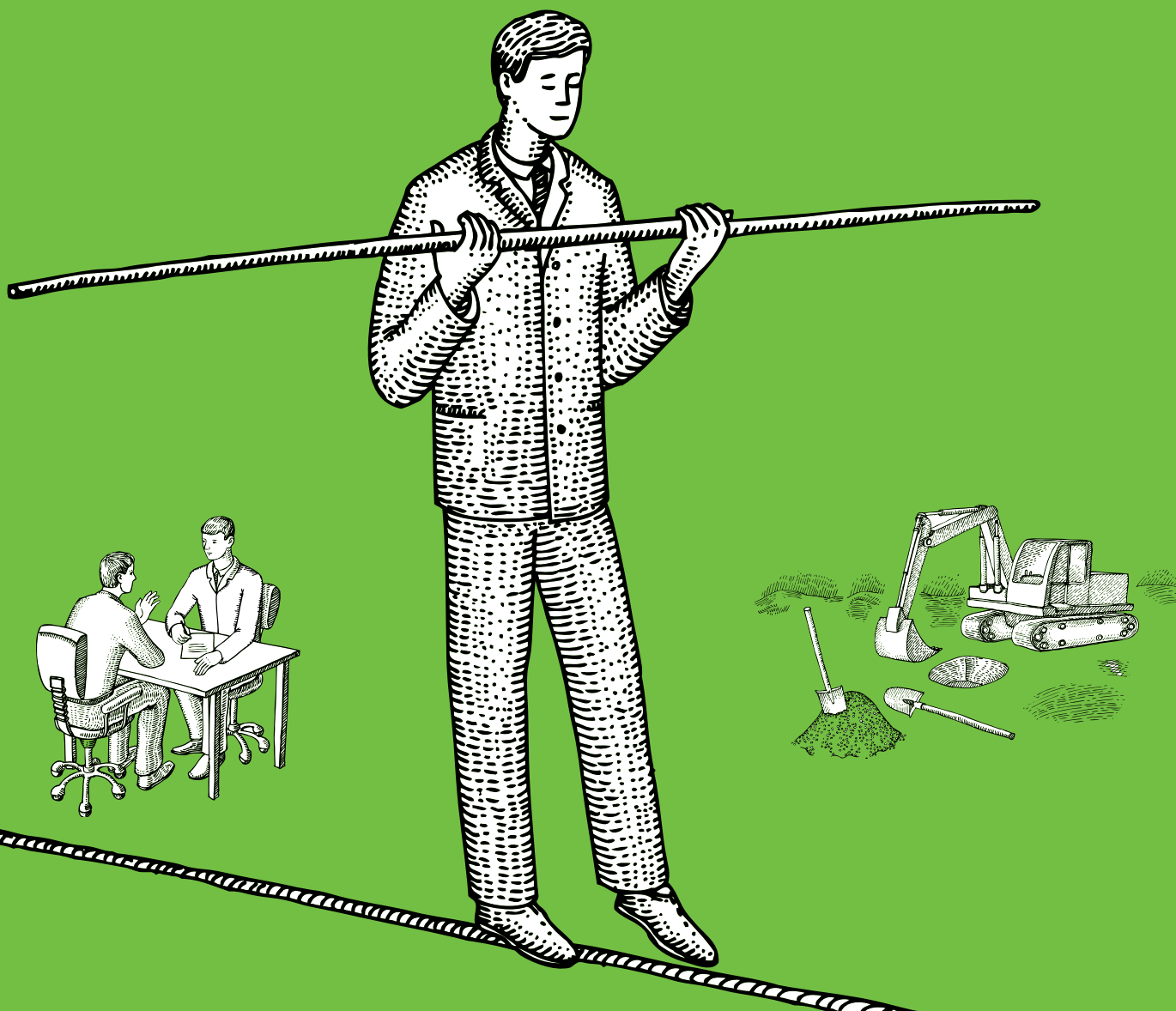
VOOR U GESPOT

## Trends in de sportbranche

De vraag naar sportartikelen neemt toe omdat een steeds grotere groep consumenten beweegt om gezondheidsredenen. Goedkopere sporten die in eigen tijd beoefend kunnen worden, bijvoorbeeld hardlopen, en sporten in de buitenlucht, zoals bootcamps, winnen aan populariteit. Maar door de toenemende branchevervaging boet de sport-speciaalzaak in aan populariteit, constateert de Rabobank in zijn visie op branches in het Nederlandse bedrijfsleven. Meer informatie over trends op de sportmarkt is te downloaden via:

> [www.rabobankcijfersentrends.nl](http://www.rabobankcijfersentrends.nl)





# Golfbaanmanager: droombaan of hell of a job?

DE FUNCTIE VAN GOLFBAANMANAGER KENT VEEL FACETTEN. JE ZIT TUSSEN HET BESTUUR, DE LEDEN EN GREENFEESPELERS IN EN WIL VOOR IEDEREEN HET BESTE TERWIJL DE CLUB (FINANCIËEL) GEZOND BLIJFT. IN DEZE TIJD IS DAT OP ZIJN EEN MINST EEN UITDAGING TE NOEMEN.

TEKST MANDY BOER (ADVISEUR NGF ZAKELIJK) | BEELD SHUTTERSTOCK

**G**olfbaanmanager. Een niet onbelangrijke functie in de golfwereld; een apart artikel waardig dus. Maar waar moet zo'n artikel over gaan? Wat zou ik er op een verjaardagsfeestje over vertellen? Allereerst natuurlijk dat het een geweldig baan moet zijn. Wie zou dat niet willen? Manager zijn van een golfbaan, een 'product' dat niemand schaaft met alleen maar positieve kanten: sporten in de natuur, voor alle leeftijden. En een product dat de kers op de taart is: je kiest er zelf voor omdat je er veel plezier aan beleeft en het leven alleen maar mooier maakt (soms niet). Geen product dat discutabele marketing nodig heeft om het aan de man te brengen. Als manager aan het roer staan van een golfbaan moet toch heel wat beter voelen dan manager zijn bij een bedrijf met discutabele producten voor nietsvermoedende consumenten (u kunt hier zelf bedrijfsnamen bij bedenken). Kortom een droombaan! Maar wat als ze dan zouden vragen waarom het niet mijn droombaan is? Om eerlijk te zijn lijkt het me een onnoemelijk ingewikkelde en zware functie. Kijk maar eens in het kader hieronder naar de functieomschrijving anno 2016. A hell of a job.

#### NAMENS HET BESTUUR

Als manager moet je veel, maar mag je soms weinig. Signaalwoorden hierbij zijn *namens het bestuur van een stichting*. Wat betekent dat eigenlijk? Even terug naar vroeger. Toen was het bestuur van een golfclub (bestaande uit vrijwilligers) verantwoordelijk voor alle taken die onder het managen worden verstaan. Maar in die tijd ging het niet om de ruime definitie van management; het kwam er in de praktijk vaak op neer dat het bestuur vooral veel tijd en aandacht besteedde aan het oprichten van de golfclub en het aanleggen van de golfbaan. En natuurlijk aan het bepalen van de spelregels: wie

## FUNCTIEPROFIEL VAN EEN GOLFBAANMANAGER IN 2016

- ▶ Is verantwoordelijk voor de dagelijkse leiding van een golfaccommodatie, namens het bestuur van een stichting (beheerder). Geeft leiding aan medewerkers en marshals.
- ▶ Is aanspreekpunt (gastheer/gastvrouw) voor leden en gasten.
- ▶ Is verantwoordelijk voor de exploitatie van de golfaccommodatie, namens het bestuur van een stichting (beheerder).
- ▶ Bewaakt budgetten, coördineert diensten van externe partijen (waaronder onderhoud golfbaan), zorgt voor een optimale invulling van de beschikbare capaciteit.
- ▶ Draagt bij aan de ontwikkeling van de golfbaan.
- ▶ Onderhoudt de contacten met de golfschool.
- ▶ Plus nog andere mogelijke taken en verantwoordelijkheden.

**“Veel golfbaanmanagers, met kennis en ervaring, hebben een functie namens een bestuur dat weinig tijd heeft en vaak wisselt van personen”**

kan er lid worden en onder welke condities. Daarna leek de golfclub zichzelf te managen. Financieel beheer vraagt niet enorm veel werk als financiering bijna vanzelf lijkt te gaan, alleen de inkomensstroom in bedwang moet worden gehouden en wisseling van leden altijd gepaard gaat met incidentele inkomensstromen (entreegelden). Tegenwoordig zien we steeds meer dat een bestuur in haar bestuurstaken wordt bijgestaan door een golfbaanmanager. Vaak met de argumentatie dat het te veel werk is voor het bestuur, dat vaak uit vrijwilligers bestaat, die je toch niet te veel kunt belasten. De taakverdeling komt erop neer dat het bestuur bepaalt en de manager uitvoert. De manager rapporteert hierover aan het bestuur. Niets mis mee, zou je zeggen. Klopt. Als de golfwereld nog precies zo zou zijn vroeger. Als er geen noodzaak zou zijn voor het nadenken over de strategie, een adequaat financieel beheer, ledenwerving en nieuwe golfers (marketing en innovatie). Ik zou er als manager ook geen probleem mee hebben als ik zou worden aangestuurd door capabele bestuurders, met veel kennis van de golfwereld en voldoende tijd om een bestuurder (manager) volgens de ruime definitie te kunnen zijn. Helaas is dit niet altijd het geval. Veel golfbaanmanagers, met kennis en ervaring, hebben een functie namens een bestuur dat weinig tijd heeft. Dat regelmatig wisselt van personen, dat wellicht voldoende ervaring heeft in bepaalde werkgebieden, maar het leiding geven aan een golfbaan in een veranderende golfwereld hoort daar niet bij.

#### KLANT ALS BAAS

Wat ook een bijzondere situatie is, is dat de leden indirect je baas zijn. Aan de ene kant ben je verantwoordelijk voor de exploitatie en een optimale bezetting. In deze zakelijke rol kom je vanuit zakelijke argumentatie tot een prijs voor een lidmaatschap en ronde golf, tot een verdeling van de starttijden en ga zo maar door. Maar aan de andere kant kunnen de leden (je grootste klant) het beleid bepalen en alle zakelijke argumenten terzijde schuiven. Wederom geheel logisch vanuit de historie. Het waren immers de leden die het geld voor de investering van de golfbaan bijeenbrachten. En het zijn nog steeds de leden die verantwoordelijk zijn voor het grootste gedeelte van de omzet aangezien zij aan het begin van het jaar een substantieel bedrag overmaken. Maar ook hier heeft de tijd de situatie drastisch verandert. Natuurlijk zijn er leden die de pech hebben dat hun investering in de baan negatief heeft gerendeerd; ze zijn hun geld kwijt. Maar voor de meeste golfers geldt dat de investering hen niet meer heeft gekost dan gederfde rente-inkomsten, en veel golfers hebben in het verleden geld verdiend bij de verkoop van hun aandeel in de golfbaan. In de huidige tijd zijn er niet veel golfclubs

## VIER ESSENTIËLE VRAGEN

Om de golfbaan door de juiste personen op het goede spoor te brengen of te houden, moet u zich, als bestuur, een aantal fundamentele vragen stellen. De antwoorden daarop vormen de koers voor de toekomst.

### 1. Welk bestuursmodel werkt het beste voor uw organisatie?

Als we kijken naar bestuursmodellen dan zou je kunnen zeggen dat golfclubs veelal werken met een executief of beleidsvormend bestuur (bestaande uit vrijwilligers). Terwijl directie/management van een commerciële golfbaan veelal door aandeelhouders worden gemonitord volgens een voorwaardenscheppend of toezicht-houdend bestuur.

### 2. WIE MANAGET UW GOLFBAAN?

Wat voor manager (met welke capaciteiten) heeft u nodig? En wat als de manager en het bestuur het niet eens zijn over de te volgens strategie? Of de financiële gevolgen van het te voeren

beleid? Formeel is het bestuur de baas, maar wat als de manager het misschien beter weet?

### 3. WAARHEEN STUURT U?

Het doel van een golfclub en daarmee de te volgen strategie staat in de statuten vaak als volgt omschreven: 'Het bevorderen van het golfspel en de sociale interacties tussen de leden'. Is deze strategie nog toereikend om richting te geven aan het beleid? Wat is uw stip op de horizon?

### 4. WAARMEE STUURT U?

Om organisaties te kunnen besturen en monitoren zijn diverse hulpmiddelen beschikbaar: systemen om te budgetteren en bezetting te plannen, meetsystemen, systemen voor klantrelatiebeheer, etc. Welke sturingsmechanismen heeft u tot uw beschikking?

meer die nog vragen om een investering bij het aangaan van een clublidmaatschap. Het tweede argument, dat leden substantieel bijdragen aan de omzet, klopt. De bijdrage in de vorm van een lidmaatschap is hoog. Maar gekoppeld aan het gebruik van de golfbaan, het aantal rondes, kan dit nogal meevallen. Duizend euro voor een keer golfen is veel, maar voor tweehonderd keer is een schijntje. Alles relatief dus. Wat mij betreft is het dus maar de vraag of je het als golfbaanmanager normaal zou moeten vinden dat leden, middels hun gekozen

bestuur, het beleid kunnen bepalen. Als het inderdaad een baan is van leden, waarbij (bijna) alle omzet bestaat uit contributie, waarbij alle financiering gedragen wordt door leden, ja, natuurlijk dan is het echt een ledenbaan; doe daarmee wat je wilt. Maar in de praktijk zijn er maar weinig verenigingsbanen waar niet substantieel geleund wordt op de omzet van greenfees. Als golfbaanmanager zul je dan ook met alle klanten rekening moeten houden.

### EEN WERELD VAN TRADITIES

Tot slot is golf een wereld van tradities; mores die dateren van lang geleden en waar veel golfers waarde aan hechten. Als golfbaanmanager moet je continu laveren tussen zakelijke argumentatie en het 'gevoel' bij de sport. Zo is de traditionele ballenspiraal het ultieme nostalgische instrument. Niets mooiers dan op de bonnefooi naar de golfbaan rijden en daar vrienden ontmoeten. Balletje in de spiraal en eerlijk wachten op je beurt. Geweldige traditie. Maar als manager zou je er bijna van gaan huilen. Een compromis dat tegenwoordig wordt gebruikt, is de elektronische ballenspiraal. Zo kunnen er wel gegevens worden geregistreerd en is het wel mogelijk (bepaalde) golfers vooraf te laten reserveren. Het is natuurlijk mooi dat er nagedacht is hoe tradities in ere kunnen worden gehouden en er toch enige vorm van managen mogelijk is. Maar het niet kunnen gebruiken van managementtools alleen maar omdat mensen er nog niet aan toe zijn... maakt managen ook een hell of a job.

### GROTE STAPPEN

Het gaat me oprecht aan het hart dat de golfwereld het de baanmanagers soms moeilijk maakt maar er zijn ondanks de traditionele omgeving al grote stappen gemaakt en ik hoop dat de invulling van de functie (nog) beter en professioneler wordt. En als er managers zijn die zich totaal niet voelen aangesproken door mijn omschrijving van een hell of a job: hoera!

Vragen? NGF Zakelijk: [zakelijk@ngf.nl](mailto:zakelijk@ngf.nl)





# “Ik hou van het spel tussen natuur en sport”

VANAF HET KRIEKEN VAN DE DAG IS KOERT DONKERS SAMEN MET ZIJN ZEVEN COLLEGA'S IN TOUW OM TEES, FAIRWAYS EN GREENS IN TOPCONDITIE TE HOUDEN. HIJ VERLIEST DE BELANGEN VAN ZOWEL DE RECREATIEVE SPELERS ALS DE LAGE HANDICAPPERS NIET UIT HET OOG.

**KOERT DONKERS** | LEEFTIJD 44 jaar | FUNCTIE Hoofdgroenkeeper | WERKGEVER Golfclub Princenbosch | OPLEIDINGEN Hoofdgroenkeeper/ Manager Groen | WERKERVARING Greenkeeper Prise d'eau, hoofdgroenkeeper Almkreek en Princenbosch, groenkeeper op Dutch Open, Scottish Open en Ryder Cup 2002, student-groenkeeper Gleneagles

TEKST JAN KEES VAN DER VELDEN | BEELD RONALD SPEIJER



**KOERT DONKERS** vertelt tijdens een rondrit over de 27-holes-baan van Princenbosch honderd uit over zijn werk, zijn ideeën en de schoonheid van het vak. Maar opeens trapt hij op de rem: de green is bezand, maar de sprinklers hebben hun werk niet gedaan. Dankzij een programma op zijn tablet kan het beregenen alsnog beginnen.

**JE BENT SINDS 1999 GREENKEEPER, MAAR VAN DIT SOORT TOEPASSINGEN KON JE DESTIJD NIET EENS DROMEN.** “De ontwikkelingen gaan snel. Op dit moment meten we regelmatig het vocht, de verdichting, de impact van de bal, we bekijken het gras met de microscoop en we sturen regelmatig bodem- en bladmonsters weg en we kijken met de stimpmeter hoe snel de greens zijn. We bemesten de greens helemaal vloeibaar zodat we zo optimaal mogelijk de juiste giften kunnen geven. Deze ontwikkelingen gaan alleen maar door, kijk maar eens hoe ver ze in de land- en tuinbouw zijn.”

**MAAR VAKMENSEN VERTROUWEN TOCH OOK OP HUN FINGERSPITZEN-GEFÜHL?** “Dat zal altijd zo blijven. Maar de combinatie tussen enerzijds je ervaring en je gevoel en anderzijds de moderne technieken zorgt ervoor dat je je werk nog beter kunt doen. Greenkeeping is art and science.”

**PRINCENBOSCH IS EEN ACTIEVE CLUB.** “We hebben veel leden en er wordt veel gespeeld. Aan de ene kant heb je de mensen die vooral voor hun genoegen rondjes spelen, aan de andere kant zijn er op Princenbosch ook veel lage handicappers. We hebben twee hoofdklasse-teams. Dat vraagt om balans. Tijdens de competitie en het Princenbosch Open in begin juni, wil je de betere spelers uitdagen met snellere greens en hogere rough. Maar in andere perioden moet je meer aan de gewone golfers denken. Dat spel, tussen sport en natuur, in combinatie met goed, groen onderhoud, dat is wat dit vak zo mooi maakt.”

**GROEN, ONDERHOUD. DAT IS EEN AARDIGE BRUG NAAR DE GREEN DEAL.** “We zijn al een paar jaar inten-

sief bezig om de baan milieuvriendelijk te onderhouden. Niet omdat het van de overheid moet, maar omdat je ook je ten opzichte van je omgeving je verantwoordelijkheid wil nemen. En de samenleving is ook steeds bewuster als het om dit soort zaken gaat. Groen denken en groen onderhoud is dan ook een integraal onderdeel van de visie van de eigenaren, de familie Beenackers, en de club. Dat is de reden dat we al in een vroeg stadium Committed to Green waren en hebben voldaan aan de eisen die GEO stelt.”

**JE MAAKT JE DAN OOK GEEN ZORGEN OVER HET VOLDOEN AAN DE EISEN DIE VANAF 2020 WORDEN GESTELD?** “Nee, Princenbosch is daar klaar voor, met name de greens. We hebben een goed grasbestand en een prima opbouw. We hebben de opbouw van ons vilt onder controle en het afvoer van het water is optimaal. Al hoop ik wel dat golfbanen straks voor echte nood-

gevallen een medicijnkastje mogen hebben. Het af en toe extreme weer, de hoge spel-druk en stijgende kwaliteitseisen maken het tot best een complex geheel.”

**EN ALS VOORZITTER VAN DE NEDERLANDSE GREENKEEPER ASSOCIATIE HEB JE DAAR VAST OOK EEN ALGEMENE MENING OVER.** “Zeker. Ik denk dat er banen zijn waar de problematiek en de gevolgen van de Green Deal worden onderschat. Maar let op: niet door de greenkeepers, maar door managers die denken dat het kan worden opgelost door een externe partij in te huren. Banen die nu nog niet met de Green Deal bezig zijn, kunnen echt in de problemen komen.”

**DE NGA BESTAAT 25 JAAR.**

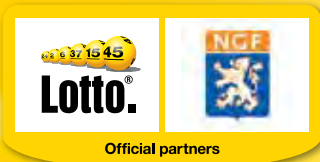
**MAAR ER IS NOG WEL WAT WERK TE DOEN.** “Het is een goede club, er is veel om trots op te zijn. Maar de rol van de NGA gaat veranderen, meer ondersteunend en informierend. We moeten dus weten wat er speelt en dat begrijpelijk uitleggen. We doen dit via een nieuwe site en nieuwsbrieven. Daarnaast gaan we meer kennisdagen organiseren. We willen ook de verbindende groene factor zijn als het gaat om de NGF, NVG, de Green Deal en bijvoorbeeld de DTRF.”



**“Als je nu nog niet met de Green Deal bezig bent, kun je echt in de problemen komen”**

# SPEEL LOTTO VOOR DE SPORT!

## ÉN NATUURLIJK VOOR DE JACKPOT.



Met Lotto maak je elke week kans om de Jackpot van minimaal € 7,5 miljoen te winnen. Maar wist je dat je ook automatisch de Nederlandse sport steunt? Dankzij de jaarlijkse miljoenenbijdrage van Lotto aan de sport worden sportverenigingen en top- amateursporters ondersteund, wordt talent ontwikkeld en worden lokale clubhuizen en trainingsfaciliteiten verbeterd. Dus als je van sport houdt, speel je Lotto! Ga naar [lotto.nl](http://lotto.nl), of speel mee in de winkel!



SPEEL BEWUST **18+** LOTTO.NL



ICON BLACK™



DRYJOYS TOUR™



D.N.A. DRYJOYS NEXT ADVANCEMENT®



HYPERFLEX™



FREESTYLE



DRYJOYS CASUAL™

## #1 SHOE ON TOUR. #1 SHOE FOR YOU.

FJ, het schoenenmerk dat door meer Tour Spelers gedragen wordt dan alle merken samen. Ja, alle merken samen. Wij ontwikkelen voor golf, ontwerpen voor en leven voor golf en kunnen daarom de meest uitgebreide stijl en maat collectie aanbieden. Wij begrijpen dat een perfect passende schoen essentieel is, een schoen die past bij je swing is daarbij van onschatbare waarde.

Footjoy is de #1 schoen in golf en de #1 schoen voor jou.

[www.footjoy.co.uk](http://www.footjoy.co.uk)



# 1 SHOE IN GOLF

# Heeft de Nederlandse golfbranche nog toekomst?

Welke keuzes zou u maken?

Is het verstandig, als extra inkomsten nodig zijn, om greenfeekortingen te vergeven, zodat commerciële partijen meer voet aan de grond krijgen? Of wordt hiermee een beeld gecreëerd dat de normale greenfeeprijs te hoog is en is onderscheid in kwaliteit, flexibiliteit en oprechte gastvriendelijkheid een betere optie?

Draagt ANWB Golf met ruim 35.000 leden en kortingen op meer dan negentig golfbanen bij aan gezonde exploitatie van clubs en banen? Of storten clubs en banen zich hiermee in een kortingswedloop die doet denken aan de koude oorlog?

Groeit de golfsport wanneer handicap 54 wordt weggegeven door obscure aanbieders van weekendcursussen met garantie van slagen? Of worden hiermee enthousiaste, startende golfers misleid en verliezen ze hun interesse door onkunde?

Is het de beste remedie om de startende stuntel die besmet is met het golfvirus te verbannen naar de driving range omdat ie een 11 maakt? Of gunnen we het virus de incubatieperiode door hulp te bieden, geduldig te zijn en de oranje tees te benadrukken?

Moeten restaurants op golfbanen ondanks de afhankelijkheid van seizoens- en weersinvloeden dezelfde prijs/kwaliteit leveren als de concurrent in de stad? Of is er sprake van valse concurrentie als golfers van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat hetzelfde serviceniveau eisen?

Ligt het aan de service waardoor golfshops op de golfbaan het assortiment minimaliseren of zelfs verdwijnen? Of is het moderne marktwerking wanneer Jumbo, Golfplaza en 'onlineverkoop' de klant grotendeels bedienen?

Komt het baanonderhoud in aanmerking als kostenreductie noodzakelijk is? Of leidt dit tot prijsvechtende onderhoudsaannemers met kwaliteitsverlies als gevolg?

Zorgen de NGF-programma's Committed to familie, Committed to jeugd, GirlzGolf en RAAK! voor substantiële groei van het aantal jeugdgolfers? Of zorgt de 'senioren sfeer' op clubs ervoor dat de jeugd daar niet wil chillen?

Dragen oubollige kledingvoorschriften bij aan plezierig golfen? Of leiden de nerveus gesneden rokjes, zoals op de LPGA, tot een onherstelbaar verval van de etiquette en ongewenste zwangerschappen?

Is een gepensioneerde jurist gekozen als clubvoorzitter in staat modern clubbeleid te maken, waarin ook marketing en sociale media een rol spelen? Of zou de eindverantwoordelijkheid bij een heus opgeleide manager met kennis van de branche moeten liggen?

Zijn de bemoeizieke oude clubdames die er een genoeg in scheppen om niet-leden terecht te wijzen ambassadeurs van de club? Of stimuleert de club gastheerschap en een warm welkom voor potentiële nieuwe leden?

Is het een reëel risico wanneer het golfaanbod de golfvraag blijft overstemmen en er faillissementen dreigen dat schaduwboekhoudingen of financieel wanbeleid ontstaan? Of was de GMG de enige uitzondering die persoonlijk belang liet voorgaan en de branche in mythische vormen overschatte?

Ja, er is toekomst!

*McThoth is een vaste blogger van GOLF.NL en verkiest anonimiteit. Dat begrijpen wij; het gaat ons immers om de inhoud en niet om de persoon. De inhoud is namelijk scherpzinnig, eigenzinnig, humoristisch, flink gechargeerd en kundig geschreven. Zijn blogs zijn een echte aanrader voor de golfliefhebbers en te vinden op [www.golf.nl](http://www.golf.nl).*

# Activiteiten september 2016 t/m maart 2017

DATUM	ONDERWERP	LOCATIE	MEER INFORMATIE
<b>NGF</b> 23 en 24 sept.	Cursus Regelcommissaris 1	Hotel 't Speulderbos, Garderen	christine.saxton@ngf.nl
<b>NGF</b> 26 september	Cursus Sportief Beleid (2e dag)	Amelisweerd, Utrecht	alexander.renders@ngf.nl
<b>NVG</b> 3-5 oktober	NVG Studiereis	Duitsland	info@nvg-golf.nl
<b>NGA</b> 5 oktober	Ladies only day	G&CC Hooge Graven	info@ngagolf.nl
<b>NVG</b> 6 oktober	Regio-overleg ZH&Z	De Goese Golf	info@nvg-golf.nl
<b>NGF</b> 7 oktober	Workshop bestuurders (Nieuw!)	n.t.b.	joris.slooten@ngf.nl
<b>NGF</b> 7-8 oktober	Cursus handicapping, baaninrichting en wedstrijden	Zuid-Nederland	christine.saxton@ngf.nl
<b>NGF</b> 9 oktober	Inspiratiedag Girlz Golf	De Dommel	florence.brugmans@ngf.nl
<b>NGF</b> 9 oktober	Finale Familiegolftoernooi	Amelisweerd, Utrecht	evelien.heyster@ngf.nl
<b>NGF</b> 10 oktober	Cursus Sportief Beleid (1e dag, 2e dag 23 januari)	n.t.b.	alexander.renders@ngf.nl
<b>NVG</b> 10 oktober	Regio-overleg Brabant	Golfbaan Princenbosch	info@nvg-golf.nl
<b>NGA</b> 10 oktober	Greenkeepers wedstrijd	Kennemer	info@ngagolf.nl
<b>NVG</b> 11 oktober	Regio-overleg GFD	n.t.b.	info@nvg-golf.nl
<b>NVG</b> 12 oktober	Regio-overleg Oost	n.t.b.	info@nvg-golf.nl
<b>NVG</b> 13 oktober	Regio-overleg NH&U	n.t.b.	info@nvg-golf.nl
<b>NGF</b> 14 oktober	Workshop bestuurders	n.t.b.	joris.slooten@ngf.nl
<b>NGF</b> 21-22 oktober	Cursus handicapping, baaninrichting en wedstrijden	Noord-Nederland	christine.saxton@ngf.nl
<b>NGF</b> 21 oktober	Workshop bestuurders (Nieuw!)	n.t.b.	joris.slooten@ngf.nl
<b>NGF</b> 28 oktober	Workshop bestuurders (Nieuw!)	n.t.b.	joris.slooten@ngf.nl
<b>NVG</b> 2-4 november	Golf Business Conference Europe, EGCOA	Schiphol	info@nvg-golf.nl
<b>NGF</b> 4-6 november	Cursus Regelcommissaris 2	Hotel 't Speulderbos, Garderen	christine.saxton@ngf.nl
<b>NVG</b> 8 en 15 nov	Salestraining	Golf & Country Club Edda-Huzid	info@nvg-golf.nl
<b>NGF</b> 7-18 november	Workshop Agronomie	Diverse regio's	niels.dokkuma@ngf.nl

	DATUM	ONDERWERP	LOCATIE	MEER INFORMATIE
<b>NGF</b>	16 november	Inspiratiedag Seniorengolf	n.t.b.	janke.vanderwerf@ngf.nl
<b>NVG</b>	23 november	ALV	n.t.b.	info@nvg-golf.nl
<b>NGA</b>	25 november	ALV en lustrumfeest	Edda Huzid (ovb)	info@ngagolf.nl
<b>NGF</b>	26 november	ALV	Spant!, Bussum	daniella.demont@ngf.nl
<b>NVG</b>	29 november	Regio-overleg Limburg	Golf & Country Club Crossmoor	info@nvg-golf.nl
<b>NVG</b>	1 december	Workshop Managing Upwards (Jerry Kilby)	Goyer Golf & Country Club	info@nvg-golf.nl
<b>NGF</b>	8 december	Nationaal Golf & Groen Symposium	Landgoed De Horst, Driebergen	monique.madsen@ngf.nl
<b>NGF</b>	15 december	Golf Awards	Huis ter Duin Noordwijk	femke.broest@ngf.nl
<b>PGA</b>	13-14 maart	Week 11 - 2017	n.t.b.	info@pgaholland.nl

Alle activiteiten onder voorbehoud van wijzigingen.

## Transfers in de golfmarkt

Nieuw directieteam bij **Bentwoud**: **Carla Prins-Laban** en **Onno Jacobs** opereren in een combinatiefunctie per juli 2016.

**Peter Reyneveld** is golfbaanmanager geworden bij golfbaan **Bentwoud** per juli 2016. Voorheen was hij werkzaam bij Approach Golf.

**Marc Jansen** is commercieel manager geworden bij **AHA de Man** per juni 2016. Voorheen was hij golfbaanmanager bij Bentwoud.

**Harro Hendriks** is sinds mei 2016 aan de slag bij de **Kennemer** als manager. Hiervoor was hij directeur bij het Rijk van Nunspeet.

**Walter Verleun** werkt sinds mei 2016 bij **De Haverleij** als general manager. Voorheen was hij clubmanager bij De Dorpswaard.

**Eric van der Zwaluw** is sinds maart 2016 directeur van **Het Rijk van Nunspeet**. Hij was voorheen directeur bij het Rijk van Sybrook.

Golfprofessional **Menno Pelk** is bestuurslid geworden bij de **PGA Holland**.

**Ronald Stokman** is na jaren bij Tespelduyn les te hebben gegeven per juli 2016 naar de **Kennemer** gegaan.

**Harald Grunberg** is uit het bestuur van de PGA Holland. De positie wordt vooralsnog niet opgevuld.

Golfprofessional **Richard Kind** is van Leeuwenberg naar de **Haagsche** verhuisd.

Sinds april 2016 heeft **Ton Falkmann** de positie van directeur op het **Rijk van Sybrook** ingenomen.

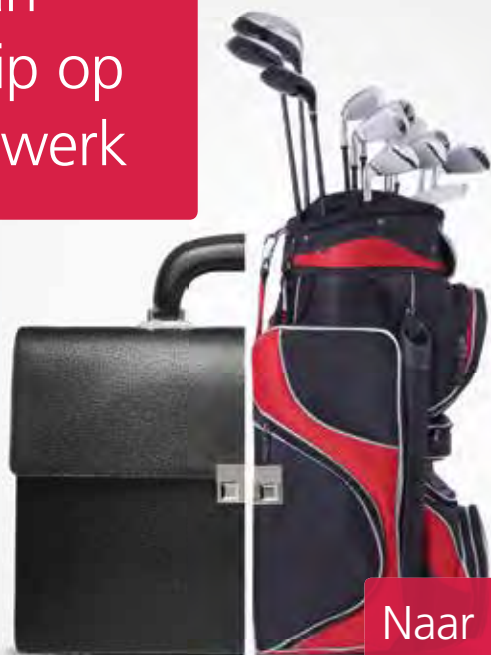
**Dirk Sandee** is sinds 1 september golf-professional bij de **Amsterdamse Golfclub**. Hij komt van Spandersbosch.

**Greta Kruise** is aan de slag gegaan als baanmanager bij **GB Appelscha** (De Hildenberg). Ze was clubmanager bij De Compagnie.

**Jeroen van Triest** uit Arnhem is per 1 september de nieuwe golfbaanmanager bij **Golfbaan Stippelberg** in Bakel. Van Triest heeft een bancaire en een commerciële achtergrond en is zelf een actief golfer.

*Heeft u ook een bijdrage voor deze rubriek? Stuur deze dan naar [golfmarkt@ngf.nl](mailto:golfmarkt@ngf.nl)*

Van  
grip op  
je werk



Naar  
grip op  
je spel

Haal meer uit je informatie, tijd én leven.

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

**RICOH**  
imagine. change.

COLOFON

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

**Redactie**

Jan Kees van der Velden,  
Karianne van der Zant

**Aan dit nummer werkten mee:**

NGF: Mandy Boer, Eefje Kievits, Thijs Rolink (statistieken), Jaco Schippers, Joris Slooten, Jeroen Stevens, Maarten Voermans en Janke van der Werf

PGA Holland: Jim van Heuven van Staereling

NVG: Lodewijk Klootwijk

NGA: Monique Madsen

Sietse Herrema, Bert van der Toorn

**Vormgeving**

Paul Roos (Roos!)

**Drukwerk**

De Swart, Den Haag

**Disclaimer**

Deze publicatie is een uitgave van de NGF. De gepresenteerde meningen en visies zijn niet noodzakelijkerwijs de meningen en visies van de NGF.

Hoewel deze publicatie met de grootst mogelijke zorgvuldigheid is samengesteld, aanvaardt de NGF geen enkele aansprakelijkheid dat gepresenteerde gegevens incorrect en/of onvolledig zijn. Aan de inhoud van deze publicatie kunnen op geen enkele wijze rechten worden ontleend.

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

> **GolfMarkt #10**  
verschijnt in maart 2017.

[www.ngf.nl/ngf-zakelijk](http://www.ngf.nl/ngf-zakelijk) voor verantwoording en definities met betrekking tot statistieken

[golfmarkt@ngf.nl](mailto:golfmarkt@ngf.nl)

**LinkedIn: NGF-Golfmarkt**

**Twitter: @NGF\_**

**NederlandseGolfFederatie**

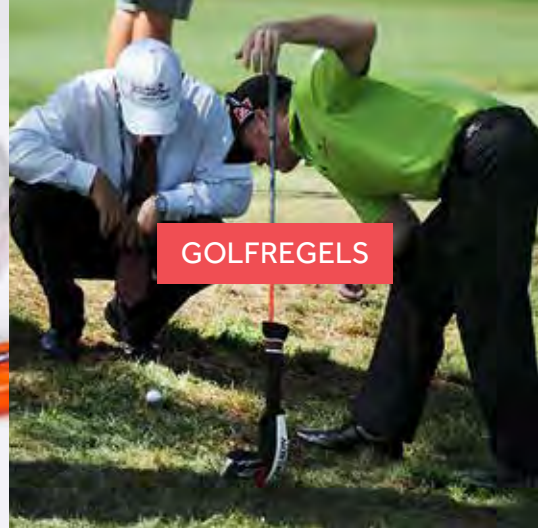




CLUBS & BANEN



NGF NIEUWS



GOLFREGELS



JEUGD & FAMILIE

Foto: Ronald Speijer

GOLF.NL:  
ook voor  
iedereen  
die werkt in de  
golfbranche



SPORTIEF BELEID



ZAKELIJK



DUURZAAMHEID



GOLFMARKT

# GOLF.NL

Hét platform  
voor golfend Nederland





## Anders denken is anders doen

Deze tijd vraagt om te breken met conventies. Neem een voorbeeld aan Nederlands beste golfer Joost Luiten. Altijd op zoek naar nieuwe mogelijkheden om zich te verbeteren. Zo kiest hij een mental coach die hem op zijn intuïtie leert te vertrouwen door geblinddoekt te trainen.

Daar houden wij van. Daarom ondersteunen we óók Joost in zijn continue drang naar het verbeteren van zijn spel.

[ING.nl/golf](https://www.ing.nl/golf)

Hoofdsponsor van het Nederlandse golf

**ING**   
Private Banking