



De Utrecht

VINDEN & BINDEN

bereik het hart
van de golfer

Binden, boeien en binden! Bespiegelingen van een (golf)wereld reiziger

‘De perfecte swing bestaat geloof ik niet. Dé oplossing om golfers te vinden, boeien en binden ook niet’, schrijft Hidde Verschuur. Hij verliet dit voorjaar de NVG voor zijn wereldreis. ‘Maar ik geloof sterk dat onderzoek, kennisuitwisseling en initiatieven die ingaan op het deze kwestie, de golfsport verder op weg kunnen helpen. Voor ik ga zien wat de rest van de (golf)wereld allemaal te bieden heeft, deel ik graag mijn visie, mening, ideeën, ervaringen en beelden op de golfsport die ik de afgelopen vijf jaar heb opgedaan.’

Auteur: Hidde Verschuur

Rubbish in, is rubbish out

In de jaren 90 duurde het halen van je GVB, toen nog ‘leren golfen’ genaamd, minimaal zes maanden. De afgelopen drie tot vier jaar kocht - excuus - haalde je het GVB in een weekend. Liever nog in één dag. Op papier hoor je er dan bij, maar in werkelijkheid niet. Meer ‘golfers’ die minder spelen, een inmiddels bekend gegeven. De kegelaars.

Natuurlijk kunnen we genoeg redenen bedenken waarom er steeds minder mensen zijn die golfen. De individualisering, de crisis, druk op de besteedbare vrije tijd, het slechte weer, etc. Achter de oorzaken tijd, geld en slecht weer liggen diepere betekenissen die mensen aan de golfsport geven die maakbaar zijn. Betekenissen waar de kegelenaar zelf soms niet eerder over heeft nagedacht: ‘Golfen? Daar heb ik geen tijd voor’. Dat is vaak de eerste reactie. Toch, als je verder praat met deze kegelaars dan kom je tot antwoorden als: ‘Je zal toch lid zijn van zo’n kakclub’, ‘Ik voel me opgejaagd in de baan’, ‘Ze keken me aan alsof ik de boel kwam overvallen’, ‘Niemand van mijn vrienden golft actief’ en ‘Ik durf eigenlijk zelf geen starttijd te boeken’.

FORE! Daaraan kunnen we iets doen. In de bovenstaande quotes passeren drie begrippen

de revue waaraan we veel aandacht - moeten - besteden: sociaal-, cultureel- en sportief kapitaal. Als we deze drie vormen van kapitaal aan de (beginnende) golfer geven, dan geloof ik dat kegelaars ineens meer tijd krijgen om te gaan golfen. Dat vergt niet zo zeer meer, maar een andere inspanning van golfbaan, -club, -pro dan we gewend zijn. Ik geloof dat die shift zich voor alle partijen dubbel en dwars terug betaalt.

Het mooie is dat als je een stukje sociaal-, cultureel- of sportief kapitaal geeft, je dat kapitaal zelf houdt of zelfs vergroot. Je behoudt de contacten als je twee mensen uit een netwerk bij elkaar brengt. Sterker nog als die connectie hen iets oplevert, verstevigt het de reputatie in dat netwerk. Economisch kapitaal (tijd en geld) is relatief en dat kan je maar eenmaal gebruiken. In mijn beleving gaat het steeds meer om waarde en zingeving. In hoeverre maakt dit het waard om te gaan golfen, wat voor zin heeft het voor mij?

Meer info: Pierre Bourdieu en Martijn Aslander

Popularisering van golf

Golf heeft nog altijd een grote aantrekkingskracht. Maarten van Bottenburg toonde in ‘verborgen competitie’ al aan dat de intrinsieke karakterei-

enschappen van een sport niet de motor ervan vormen. Ook goede topsportprestaties bewegen mensen niet of nauwelijks om een sport te gaan beoefenen. Kijk maar naar de Olympische successen in volleybal en - recenter - de buitengewone prestatie van Epke Zonderland. Die hebben echt niet geleid tot een toename van het aantal beoefenaars in die sport.

De popularisering van sporten is te verklaren vanuit de natuurlijke drang van mensen om zich sociaal te onderscheiden. Als een sport sociaal hoog aangeschreven staat, dan zijn mensen geneigd daar bij te willen horen. Dit proces brengt een aantal fricties met zich mee en is vergankelijk. Als een sport eenmaal populair is, zullen mensen zich weer opnieuw gaan onderscheiden omdat het niet meer exclusief is.

Wat betreft de fricties kunnen we stellen dat een ‘gevestigden en buitenstaanders’- relatie aanwezig is binnen de golfsport. ‘Wij’ spelen op onze golfbaan en ‘zij’ zijn bij ons op bezoek. Er zijn veel oude gewoonten en er komen nieuwe verschillen. Het is niet makkelijk om dat goed te managen. Mijn aanpak zou zijn het oude in een nieuw jasje te stoppen met flink wat humor. Dan



Gregg Patterson

kunnen we aardig wat bruggen slaan. Meer info: Maarten van Bottenburg, Berend Rubingh, Paul Verweel, Norbert Elias

Zure brigade en bruggenbouwers

We kennen allen de mensen die energie kosten: 'de fairway is te kort, greens zijn te lang, het spel gaat te langzaam en de greenfee-spelers leggen hun pluggen niet terug', uitspraken van de zure brigade. Mensen die klagen hebben het grootste motief om dingen te veranderen. Maar dan heb je wel eigenaarschap en positieve mensen nodig: de bruggenbouwers.

Kan je als clublid eigenlijk wel ontevreden zijn over je lidmaatschap? Dat ligt er aan of je een consumentlid of clublid bent. Hierin zit een wezenlijk verschil. Consumentisme in de sport is iets relatief nieuws. Sporten gebeurde voorheen altijd in een verenigingsverband met een bepaald solidariteitsprincipe. Het clubhuis of de kantine werd door de leden geschilderd en je had bardienst: je was eigenaar van de club. De golfsport lijkt sinds de jaren tachtig dit principe al een beetje te zijn kwijt geraakt. De meeste golfbanen en -verenigingen zijn serviceclubs met consumenten. Ze werken met professionele meerjarige onderhoudsplannen

en exploiteren horecafaciliteiten die de gemiddelde kwaliteit van een restaurant soms overstijgen. Het gevolg is wel dat het lid zich als consument gaat gedragen: 'Ik betaal en wil daarvoor iets terug hebben.' Dat kan een heel goed uitgangspunt zijn van een golfbaan of -club. Een keerzijde daarvan is dat de klant zich wellicht minder eigenaar van de accommodatie voelt dan een clublid. Loyaliteit krijgt hiermee een andere invulling op golfbanen dan trots, eigenheid en het familiegevoel. Hetgeen naar mijn mening meer druk legt op het managen van de zure brigade en de bruggenbouwers.

Meer info: Consumentisme

The buzz, the love and the glow

Iemand die de kunst van boeien en binden tot in de puntjes snapt en mij daar enorm mee geïnspireerd heeft is Gregg Patterson. Hij is manager van een beach club in California. Daar verkopen ze een stukje strand en een vervallen clubhuis aan leden voor 40.000 dollar contributie per jaar, terwijl het strand een stukje verderop gratis is. Crisis? Baan kwijt geraakt? Sell the house, we keep the membership! Geen tijd? Kinderen smeken hun ouders om naar de beach club te

gaan, die maken wel tijd. De beach club heeft een wachtlijst van vijf jaar om binnen te komen.

Foto Gregg Patterson Gregg Patterson, de man van The buzz, the love and the glow.

Het geheim: Gregg geeft met zijn personeel mensen the buzz, the love and the glow. Er zijn tal van voorbeelden te noemen over hoe ze dat precies doen. Beter is het om zelf een keer naar Gregg's presentatie te luisteren. In oktober spreekt hij weer op het EGCOA-congres in Lissabon. Het klinkt allemaal Amerikaans en dat is het ook. Toch ben ik overtuigd dat de eerste golfbaan die er in slaagt een klein deel van zijn filosofie te implementeren, spekkoper is.

Een aantal boeken die je aan het denken kan zetten om de dingen die Gregg Patterson doet ook te gaan doen zijn: 'No budget marketing, Gek op gaten, Klanten zijn eigenlijk net mensen, De gouden cirkel (zie hieronder) en Superpromotors.' Meer info: EGCOA congres, Jos Burgers, Superpromotors

WHY, HOW, WHAT!

Een andere grote inspiratiebron voor ons is Simon Sinek met de golden circle. Hij ontdekte een patroon in de marketing en communicatie



Hidde Verschuur

van succesvolle bedrijven. Ze communiceren eerst waarom ze iets doen, dan hoe ze het doen en tot slot wat ze doen. Dat lijkt simpel maar is het lang niet altijd. Waarom is er een golfbaan? Het antwoord is dan niet: 'om geld te verdienen', dat is een resultaat! Met waarom wordt bedoeld: wat is het geloof, de overtuiging, waar staat de golfbaan voor? Waarom komt iemand bij jullie golfen? Het is best lastig om daar echt achter te komen. Om hiermee een start te maken is het in mijn ogen belangrijk een grote en diverse groep mensen van de golfbaan bij elkaar te krijgen om hier over te filosoferen.

Meer info: Simon Sinek (must see, het liefst 2 of 3 keer), Berend Rubingh (om er vervolgens achter te komen wat het 'waarom' nu precies is) en Buyology

Snellere greens vs. Mensen binden mensen

'We associate golf with etiquette, men in polo shirts and neatly pressed trousers. A sport for those with plenty of time and some cash to spare, but a group of slum kids from India didn't let that stop them playing the game. They don't use the lush fairways or neatly clipped greens of a real golf club. Nor do they use real clubs or balls. Instead they use the roofs and alleys of the slums they live in as a course and melted iron bars and plastic balls to play with.' They do, however, value tradition and play their game by the same rules as the real game of golf'

Een quote van fotograaf Thomasz Gudzowaty. Hij maakte - naar eigen zeggen - schitterende fotore-

portages van golfende jongeren in de sloppenwijken van India. Natuurlijk onvergelijkbaar met het golf zoals we het hier in Nederland kennen. Maar het geeft wel aan hoe weinig materiaal er eigenlijk nodig is om mensen in beweging te krijgen. Nou wil ik niet zeggen dat een goed onderhouden golfbaan niet belangrijk is, het is de basis. Maar ik durf wel te stellen dat een snellere green niet meer mensen bindt aan een golfbaan. Gregg Patterson verwoordt het naar mijn mening fantastisch: 'Wat is hetgeen waar iemand op z'n sterfbed nog één keer om vraagt? Z'n Ferrari? Villa met zwembad? Een snelle green?' Hoogstwaarschijnlijk wil diegene nog iets van een knuffel van diegene die hem lief is. Hij wil: 'The buzz, the love and the glow'. Basale menselijke behoeftes. Mensen binden mensen en die gedachte heeft veel consequenties op de bedrijfsvoering. Zoals aangegeven vergt het niet meer inspanning maar een andere. Onderhoud, management en administratie verschuift steeds meer naar relatiebeheer: boeien en binden.

Meer info: Thomasz Gudzowaty, Gregg Patterson (EGCOA congres)

Reassuringly Expensive

Geruststellend duur! Een schitterende one-liner. De eerste golfbanen die hiermee adverteren moeten we nog tegenkomen. Maar duur zijn is zo gek nog niet, het is pure winst. Tips en trucs om met prijsdruk om te gaan vind je in het boek 'Geef nooit korting' van Jos Burgers. Mijn toevoeging zou zijn: geef in ieder geval niet zomaar korting.

Een samenvatting is bij de NVG op te vragen.

Meer info: Jos Burgers

Handicap versus sportieve ambitie

Dit onderwerp past misschien niet helemaal in dit rijtje, maar vind ik het wel relevant vanuit het perspectief om de golfsport te laten groeien. 'Sport' schuingedrukt omdat ik vind dat een handicapsysteem (welke dan ook) een blok aan het been aan het worden is voor de golfsport. Bijna alle golfwedstrijden in Nederland organiseert men tegenwoordig met handicapverrekening. Niet alleen als sportliefhebber, maar ook vanuit professioneel oogpunt denk ik dat dit lang niet altijd goed is. Sport is een van de weinige plekken waar de overgrote meerderheid accepteert dat mensen worden in- en uitgesloten op basis van hun prestaties. De een is beter dan de ander, I win, you lose. Ik weet niet waarom een handicap systeem ooit bedacht is. Waarschijnlijk om het mogelijk te maken dat wanneer je een potje gaat golfen voor je plezier, dat je er dan ook een leuk spelletje van kan maken dat iedereen kan winnen. Maar met sport of 'I win, you lose' heeft dat niets te maken. Natuurlijk snap ik de voordelen van een handicapsysteem, maar ik denk dat we ons zelf in de vingers snijden als we van golf alleen maar Stableford maken. Een 'wedstrijd'kalender vol met handicapevenementen haalt de noodzaak om echt beter te worden namelijk compleet weg. Handicapping wordt vaak als uniek verkooppunt ten opzichte van tennis genoemd. Wellicht heeft tennis wel een echte lesscultuur juist door het feit dat de tennissport nog(!) geen handicapsysteem heeft. De waarheid zal ergens in het midden liggen. Naar mijn mening mag het iets minder handicapping om de sportieve ambitie nog enigszins te kunnen nastreven.

Dit artikel, Bespiegelingen van een (golf) wereld reiziger, staat ook op www.nvg-golf.nl. In die digitale versie kunt klikken op de links naar waardevolle documenten, sites, video's en boeken die Hidde aangeeft. Ze zijn hier vetgedrukt opgenomen. Bij vermelding in deze printtekst kwam dat niet tot zijn recht. Gebruik maken van die digitale versie - en de links - van harte aanbevolen!, aldus de auteur!