

# Dansk Golf Unions Temamøde 2023

*Comwell H.C. Andersen,  
24. marts 2023*



# Program

17.30 Velkommen  
Lars Broch Christensen, formand

17.35 Præsentation af aftenens program  
Morten Backhausen, direktør, Dansk Golf Union

17.40 **Prisfastsættelse af medlemskaber i fremtiden**

Jeroen Stevens, direktør, Hollands Golf forbund  
Jacob Buksted, Market Director, Players 1st

Drøftelser ved bordene

19.30 **Grøn omstilling og optimering af golfklubbens ressourceanvendelse**

Torben Kastrup Petersen, banechef, Dansk Golf Union  
Lars Krag, Account Manager, Scanenergi

Drøftelser ved bordene

21.00 – 22.30 Let tapas-buffet inkl. vand, vin eller øl - med mulighed for at tale videre og erfaringsudveksle

22.30 Baren er åben

---

# Praktisk

- Der er kaffe og kage, saft og frugt her i lokalet
  - Der er toiletter lige overfor lokalet til højre
  - Besøg gerne standene: DGA, GAF, PGA, Norlys, Cart Care samt Søderberg & Partners
  - Besøg også DGU – rekruttering, fastholdelse, Golfspilleren i Centrum og Business Intelligence
  - Alle præsentationer fremsendes på mail og uploades på [dansk golfunion.dk](http://dansk golfunion.dk)
-

# Hvorfor interesserer vi os for prisfastsættelse af medlemskaber?

- Fordi vi ved, at der blandt golfspillere er forskellig værdiopfattelse
- Fordi golfspillere har forskellig adfærd
- Kan vi i fremtiden bedre matche adfærd og prisen på medlemskab, så vi får lavere frafald og samtidig flere penge i kassen?

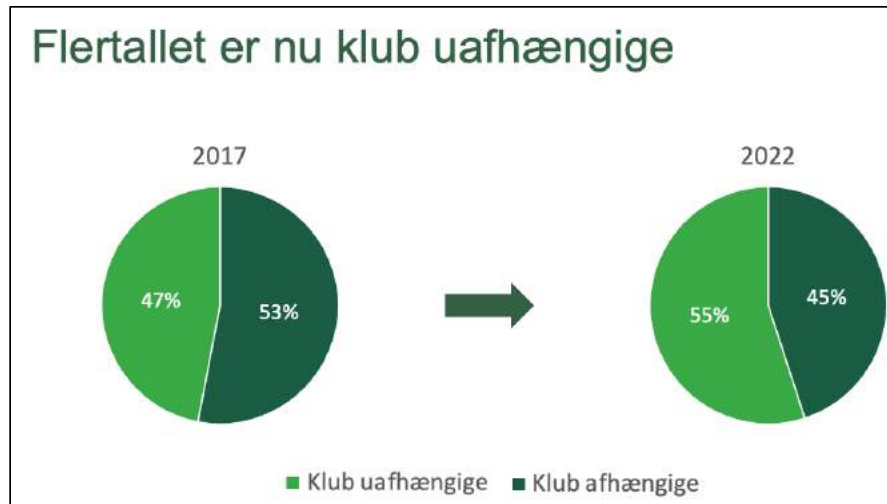


## Udfordring:

- I foreningstankegangen betaler alle det samme, uanset antal runder og rettigheder
  - Nogen er frivillige – andre er ikke
  - Vi frygter flere vil vælge billigere medlemskaber, hvis muligt
-

# Idræts- og samfundstendenser

- Flere dyrker mere end én aktivitet
- Graden af selvorganisering stiger markant, både i forening og i privat regi
  - Altså lavere tilknytning til klubber
  - Vi søger de mindre fællesskaber
  - Mere kommerciel opfattelse af idræt
- Mindre forpligtende fællesskab – mere idræt for ”mig”





---

## Optimization of Golf Memberships March 2023

This presentation will be shared with the DGU  
You don't need to make notes!!

This is me ...



Jeroen Stevens



# Golf in the Netherlands



## Netherlands

- 17 million inhabitants, just over 40.000 square kilometers (as is Denmark)
- Golf is the 3<sup>rd</sup> sport after Soccer (1,25 million) and Tennis (650.000)
- 2023: 415.000 registered golfers (220.000 are member at a golfclub – we call them golfers with a homecourse).
- 32% female golfers (32%)
  - 21-30 – 25,5% ; 31-40 – 21,5% ; 41-50 – 24,5%
- Just under 200.000 members without a home course with a low playing frequency
- 250 golf facilities (including par 3 courses / driving ranges)
- The average membership costs around € 1.200
- The average age of a golfer in November 2019 was 54 years (in 2009 it was 49!)
- In 2017, 2018 and 2019 we had an inflow of around 20.000 / 25.000 golfers and an outflow of 25.000 / 30.000



# NGF strategy



## Netherlands



- The novice golfer (in it's first 3 to 5 years).
- Young(er) golfers (25-50 years)
- (more) Female golfers (preference 25-50 years)

---

# Agenda



- 1. REASON FOR THE ANALYSIS: THE MARKET SITUATION IN THE NETHERLANDS**
2. RESEACH - MAIN CONCLUSIONS OF THE ANALYSIS
3. PROOF - RESULTS AT 4 PILOT CLUBS - COMBINES NATIONAL RESEARCH WITH TAILOR-MADE RESULTS FOR CLUBS
4. KEY LEARNINGS FROM NGF
5. QUESTIONS

If we do nothing ... in 2030 ... this can and probably will be the result for golf in The Netherlands...



**33% of our golfers will be over 70+ in 2030**



**< 20% female players In age group 25 – 50 years**



**High outflow of new golfers especially in age 25 – 50 years**

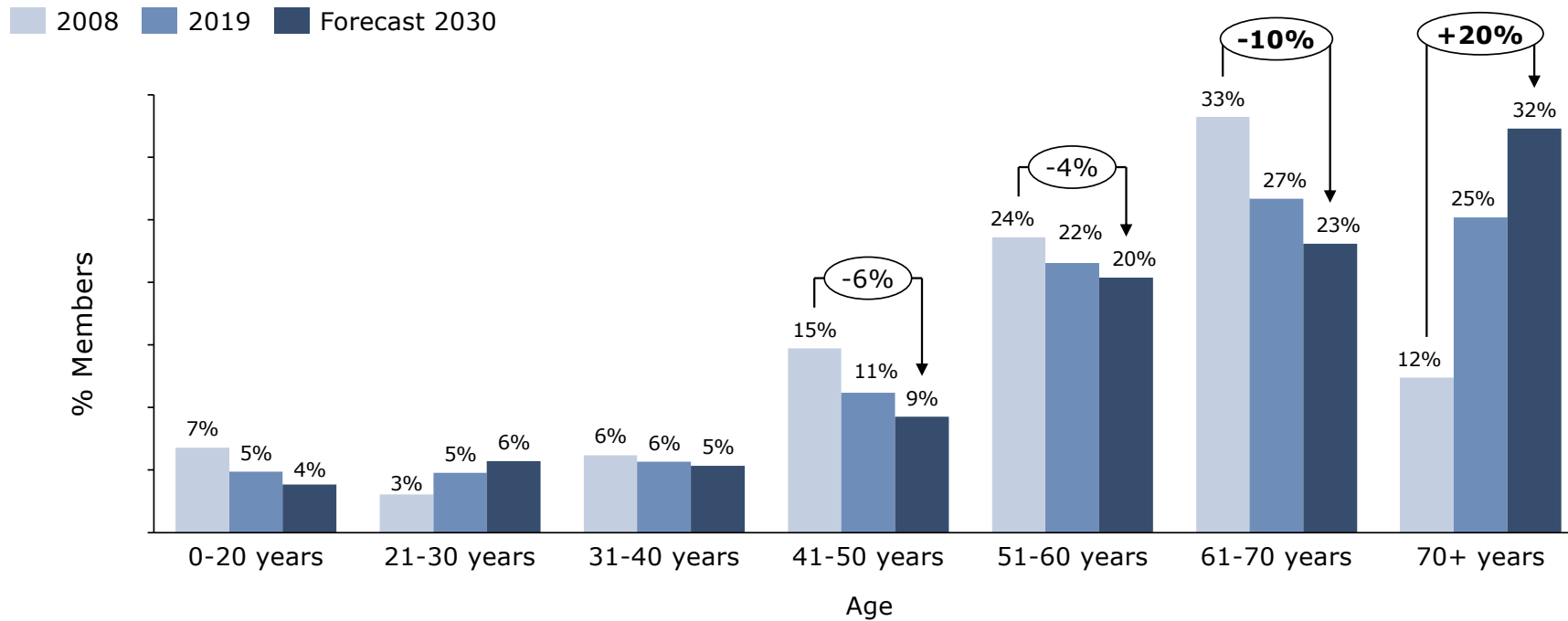


# Golf clubs are insufficiently able to attract younger golfers (25-50) and women



## DISTRIBUTION OF AGE PROFILE MEMBERS WITH HOMECOURSE

In 2008 and 2019 and 2030 forecast – only based on members with home course

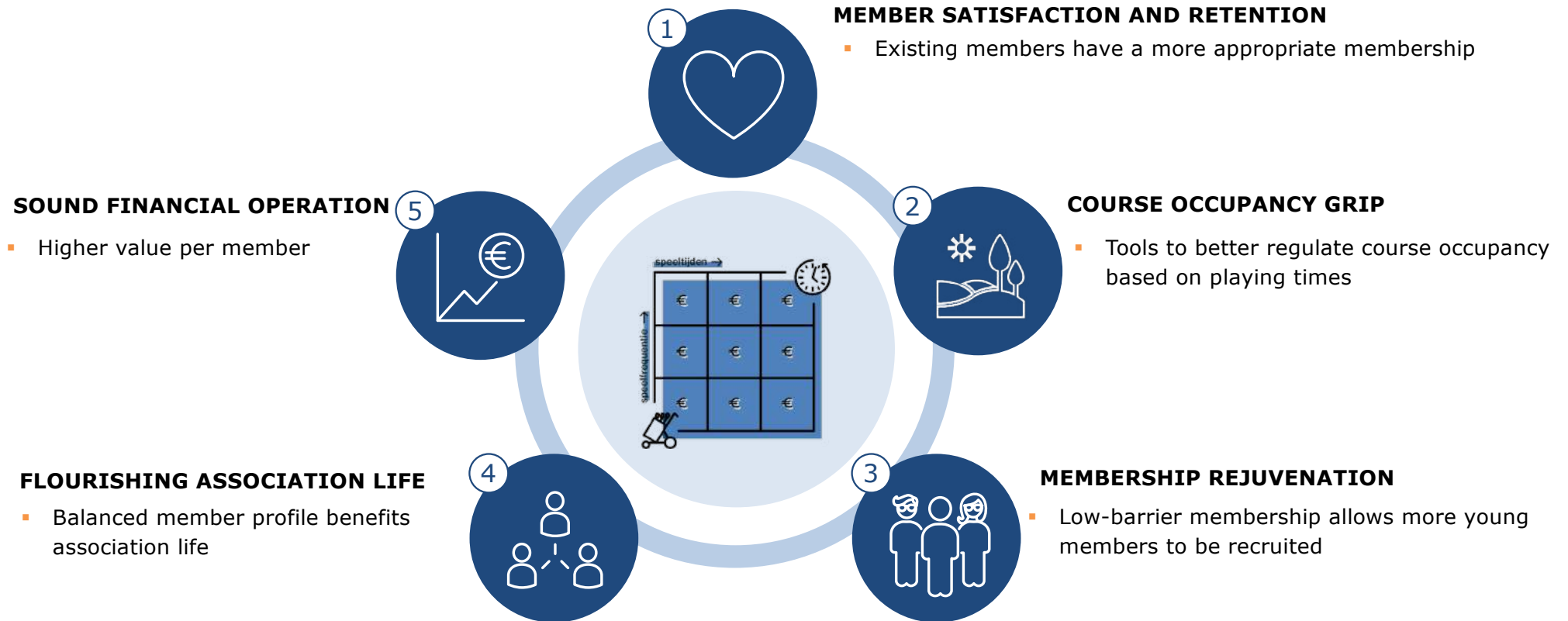


Forecast for 2030 is based on the trend from 2008 to 2019

Houston ...



# Our hypothesis and believe ... membership differentiation offers golf clubs five opportunities for healthy growth



But why does nothing changes ...



# Fear for what ...



## FEAR FOR WHAT ....



Lost of income,  
cannibalization  
(assumptions!)



Protesting members  
(emotions!)



What do we need to have a discussion based on facts instead of a discussion based on assumptions and emotions ...



 **WHAT WE NEED TO KNOW IS THE WILLINGNESS TO PAY ... IT'S CALLED ..... THE PRICE ELASTICITY ....**



---

# Agenda



1. REASON FOR THE ANALYSIS: THE MARKET SITUATION IN THE NETHERLANDS
- 2. RESEARCH - MAIN CONCLUSIONS OF THE ANALYSIS**
3. PROOF - RESULTS AT 4 PILOT CLUBS - COMBINES NATIONAL RESEARCH WITH TAILOR-MADE RESULTS FOR CLUBS
4. KEY LEARNINGS FROM NGF
5. QUESTIONS

Through high response and participation, large-scale state of the art market research provides insight into golf needs at national and club level



CAN YOU APPLY DIFFERENTIATION WITH HIGH SATISFACTION ON YOUR CURRENT MEMBER BASE WITHOUT LOSING MONEY? WE NEED ANSWERS AT CLUBLEVEL.



2020 / 2022 - 60 golfclubs with a home course, 8 clubs without a homecourse  
2020 / 2022 - 250,000 golfers have received an invitation to the analysis  
2020 / 2022 - 15% to 20% response from participating clubs

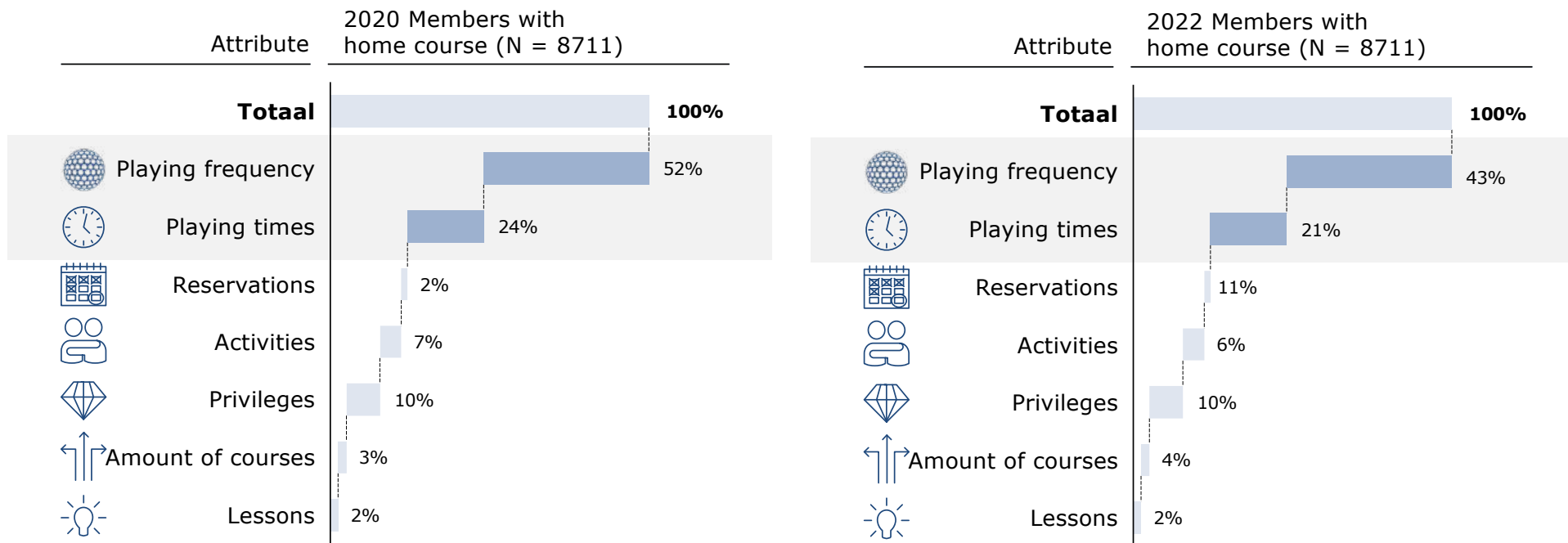


Costs of the research € 15.000 - € 20.000 per golfcourse / club  
Netherlands Golf Federation paid 85%  
Total investment till now: € 1.000.000

# First of all, the research shows the importance of the various components: playing frequency and playing times dominant



## INTEREST SCORES BASED ON UTILITIES COMBINED (2020 & 2022)

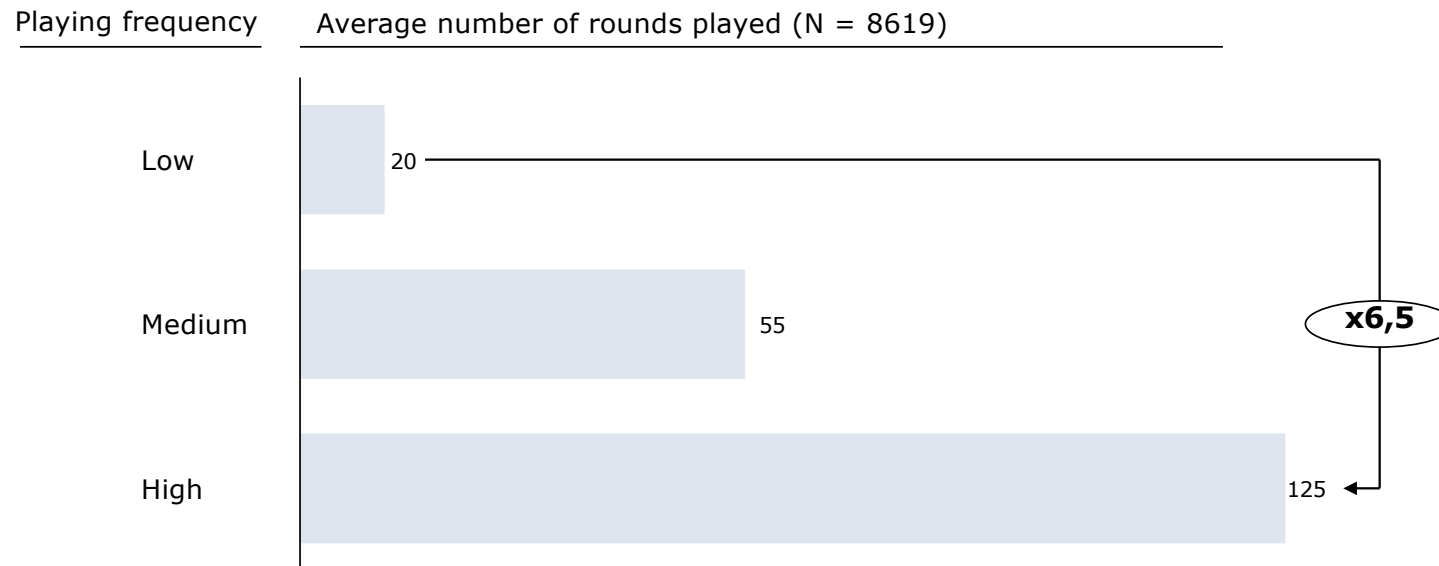


The members with a home course with a high playing frequency play 6,5 x as much as the members with a low playing frequency



### DISTRIBUTION ANALYSIS BY NUMBER OF ROUNDS PLAYED

Based on members with home course only



### EXPLANATION

- Golfers are sorted by number of rounds played in the past year (9 holes).
- Low playing frequency: the 33% least playing golfers.
- Medium playing frequency: the 34% average playing golfers.
- High playing frequency: the 33% most playing golfers.

**WHY DOES LOW PAY THE SAME AMOUNT OF MONEY AS HIGH?**

\* Significant with p-value = 1st<sup>150</sup>

# Optimization results in membership rates that are in line with the various target groups (20 rounds for young people!!)



|                   |  | PLAYING TIMES |             |                                |
|-------------------|--|---------------|-------------|--------------------------------|
|                   |  | ALWAYS        | BEFORE 4 PM | AFTER 4 PM<br><i>+ weekend</i> |
| PLAYING FREQUENCY | 20 ROUNDS  | € 250         | € 212       | € 212                          |
|                   | 50 ROUNDS  | € 985         | € 835       | € 835                          |
|                   | 100 ROUNDS   | € 1.320       | € 1.130     | € 1.130                        |
|                   | UNLIMITED  | € 1.445       | € 1.256     | € 1.256                        |
| FOUNDATION        | <b><i>Golf club experience: beautiful course, feeling welcome, cozy atmosphere</i></b> |               |             |                                |

These prices are for national average. Current average price for unlimited anytime = €1256

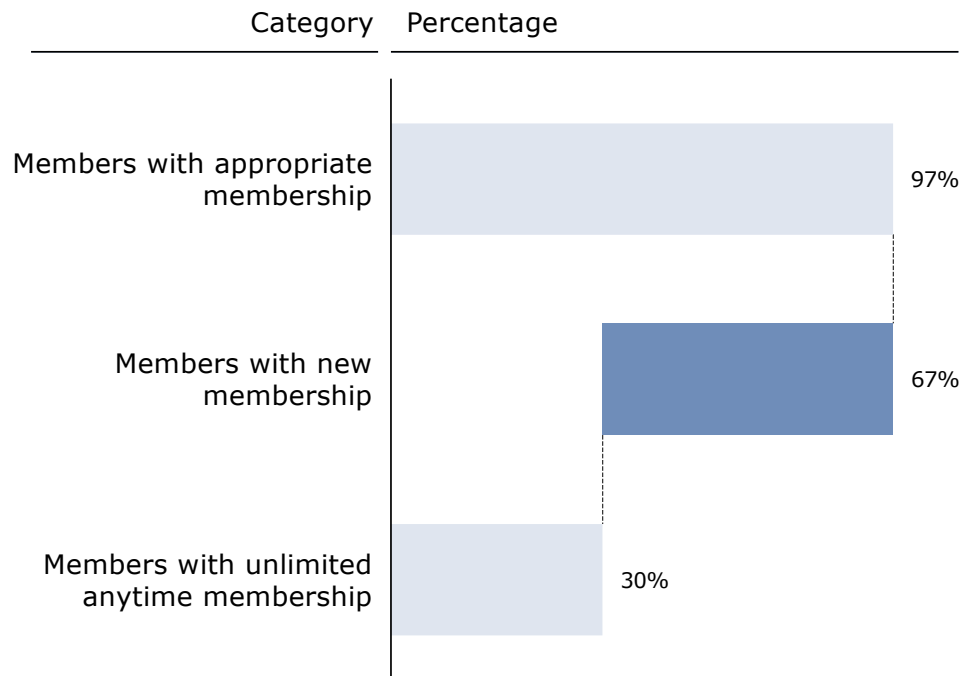
# 70% (!!)

of members with a home course choose a more suitable membership when introduced to a new proposition



## MIGRATIONS BY NEW MEMBERSHIP MODEL

National – only based on members with a home course with unlimited playing rights (N = 6740)



## EXPLANATION

- For members with a home course, it was determined what portion would choose the existing membership (unlimited anytime), and what portion would choose one of the new membership types.

# Is there any cannabilization within the existing group of members? (this is the average so per definition not correct but it gives an idea)



| PLAYING FREQUENCY | PLAYING TIMES   |              |                         |     |
|-------------------|---|--------------|-------------------------|-----|
|                   | ALWAYS  | BEFORE 4 PM  | AFTER 4 PM<br>+ weekend |     |
| 20 ROUNDS         | € 250 (9%)  | € 212 (4%)   | € 212 (4%)              | 17% |
| 50 ROUNDS         | € 985 (9%)  | € 835 (5%)   | € 835 (4%)              | 18% |
| 100 ROUNDS        | € 1.320 (11%)   | € 1.130 (4%) | € 1.130 (4%)            | 19% |
| UNLIMITED         | € 1.445 (30%)   | € 1.256 (8%) | € 1.256 (5%)            | 43% |
| FOUNDATION        | <b>Golf club experience: beautiful course, feeling welcome, cozy atmosphere</b> |              |                         |     |

These prices are for national average. Current average price for unlimited anytime = €1256



# Healthy growth is achieved by differentiating on playing behavior



Playing frequency and playing time have a total interest of 65% - 75% in the choice of a membership and determine the perceived value to a large extent.



A club membership shows a strong correlation with golf engagement, both in terms of club experience and playing frequency.



A more suitable membership offers a chance of influx, because over 40% of members without a home course, the current club membership does not meet needs.



There is substantial scope for change because unlimited playing rights are insufficiently in line with around 65% of existing members with a home course.



Revenue can even be increased by aligning the content and price structure of a membership with playing behavior. **So in most cases there is NO cannibalisation**



By differentiating on playing times and reservation possibilities, golf clubs are given an instrument to control course occupancy and thus increase the satisfaction of the younger golf target group (25-50 years).

---

# Agenda



1. REASON FOR THE ANALYSIS: THE MARKET SITUATION IN THE NETHERLANDS
2. RESEACH - MAIN CONCLUSIONS OF THE ANALYSIS
- 3. PROOF - RESULTS AT 4 PILOT CLUBS - COMBINES NATIONAL RESEARCH WITH TAILOR-MADE RESULTS FOR CLUBS**
4. KEY LEARNINGS FROM NGF
5. QUESTIONS

Analysis carried out in collaboration with 4 pilot clubs that implemented differentiation in 2021



# Membership differentiation leads to higher membership income, more members and a rejuvenation of the membership base



The membership income of differentiated clubs has increased on average by a factor of 2.3 compared to reference clubs



The amount of memberships of differentiated clubs has risen by a factor of 2 compared to reference clubs in 2021



Membership differentiation has led to a strong rejuvenation of the membership



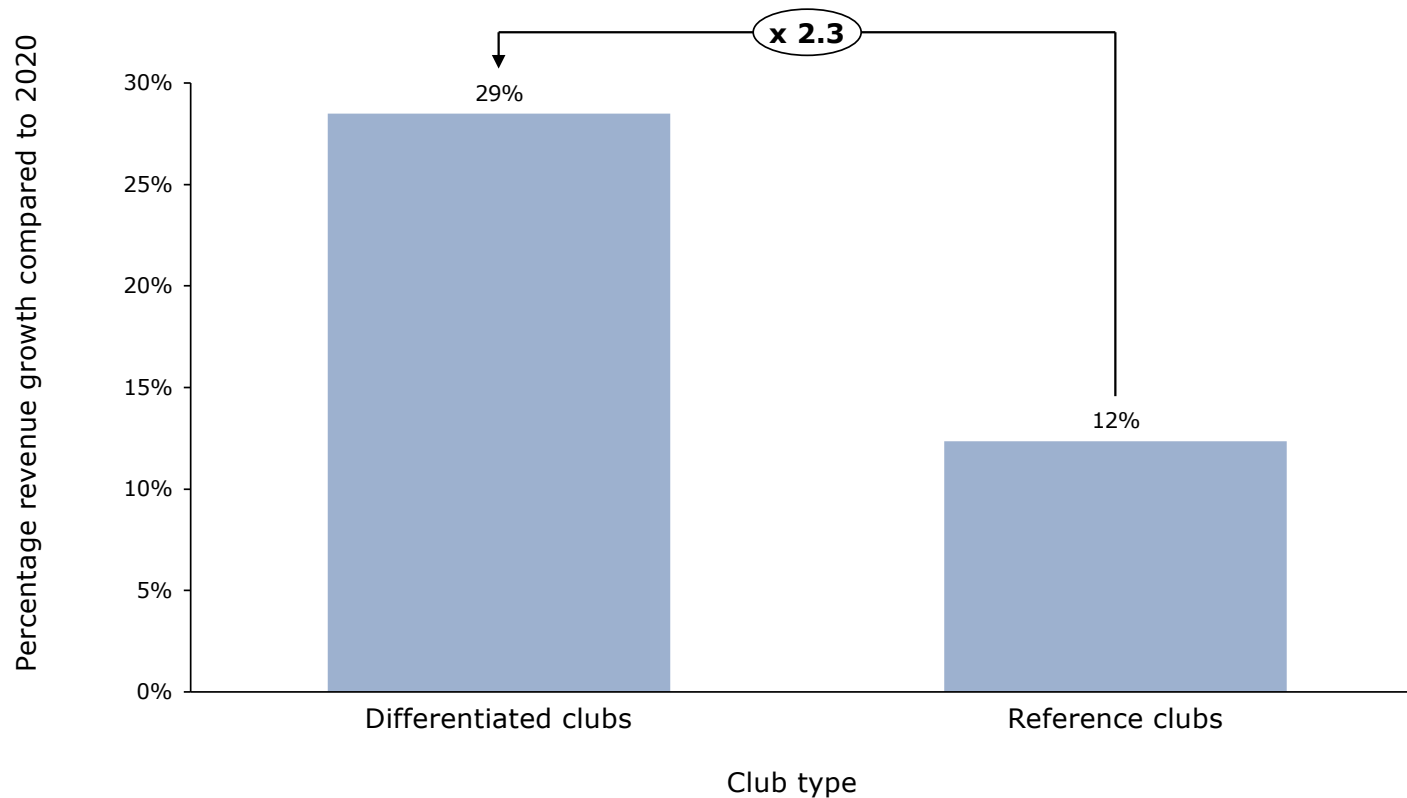
The right price and portfolio differentiation leads to growth in members and income and prevents cannibalization

# The membership income of differentiated clubs increased on average by a factor of 2.3 compared to reference clubs



## DEVELOPMENT OF MEMBERSHIP INCOME IN 2021

*Clubs with membership differentiation vs reference clubs at the end of 2021 compared to 2020*

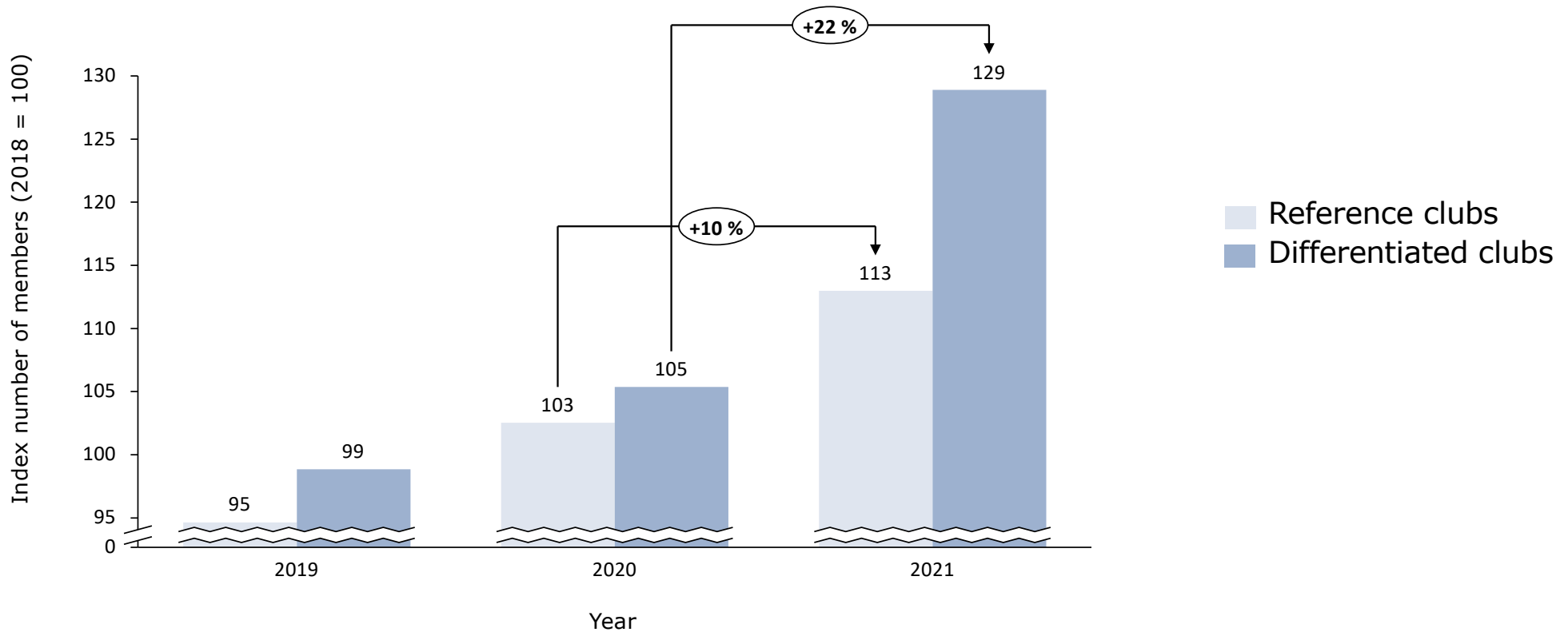


# The membership of differentiated clubs increased by 22% in 2021, compared to 10% for reference clubs



## DEVELOPMENT OF NUMBER OF MEMBERS OVER TIME

Clubs with membership differentiation vs reference clubs on 31 December each year, according to NGF data



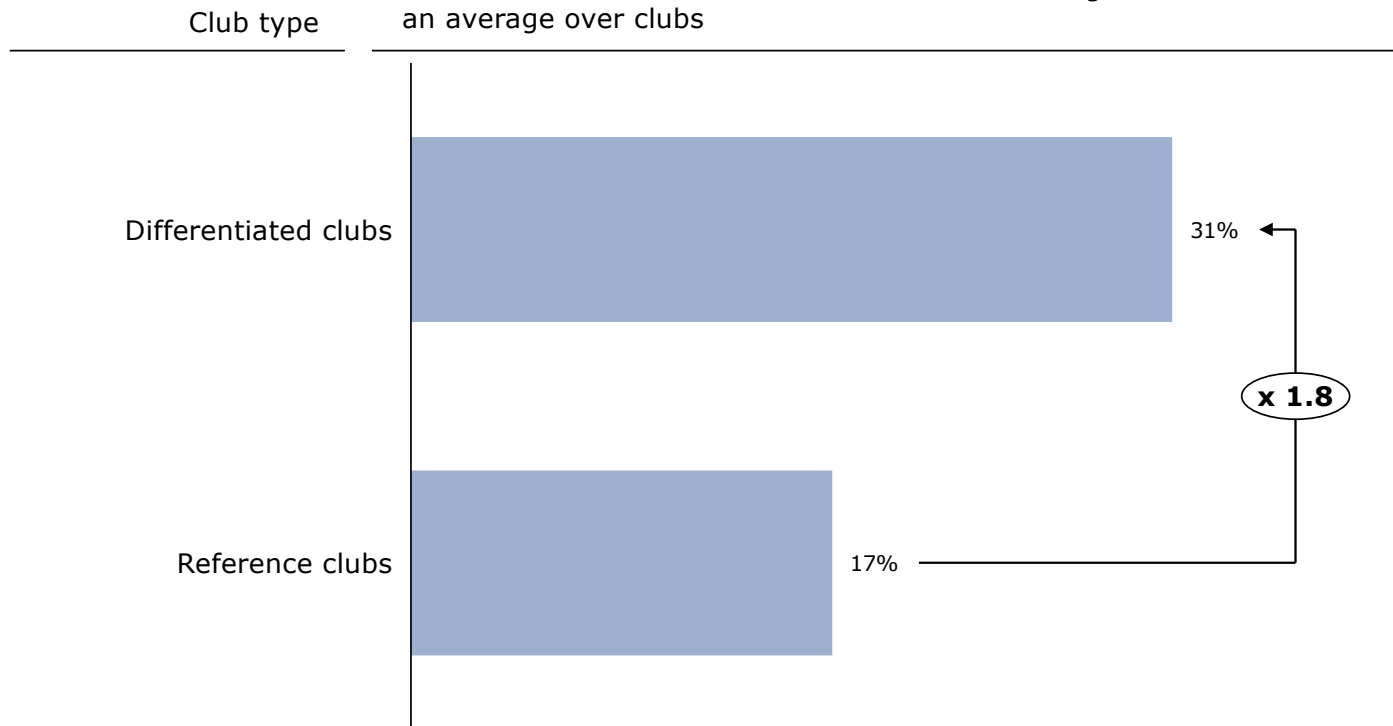
# Membership differentiation has led to a stronger rejuvenation, with almost double the growth in the number of members aged 0-50



## MEMBER AGE DEVELOPMENT PROFILE

Clubs with membership differentiation vs reference clubs in 2021, according to NGF data

Growth in the number of members between the ages of 0 and 50 in 2021 as an average over clubs

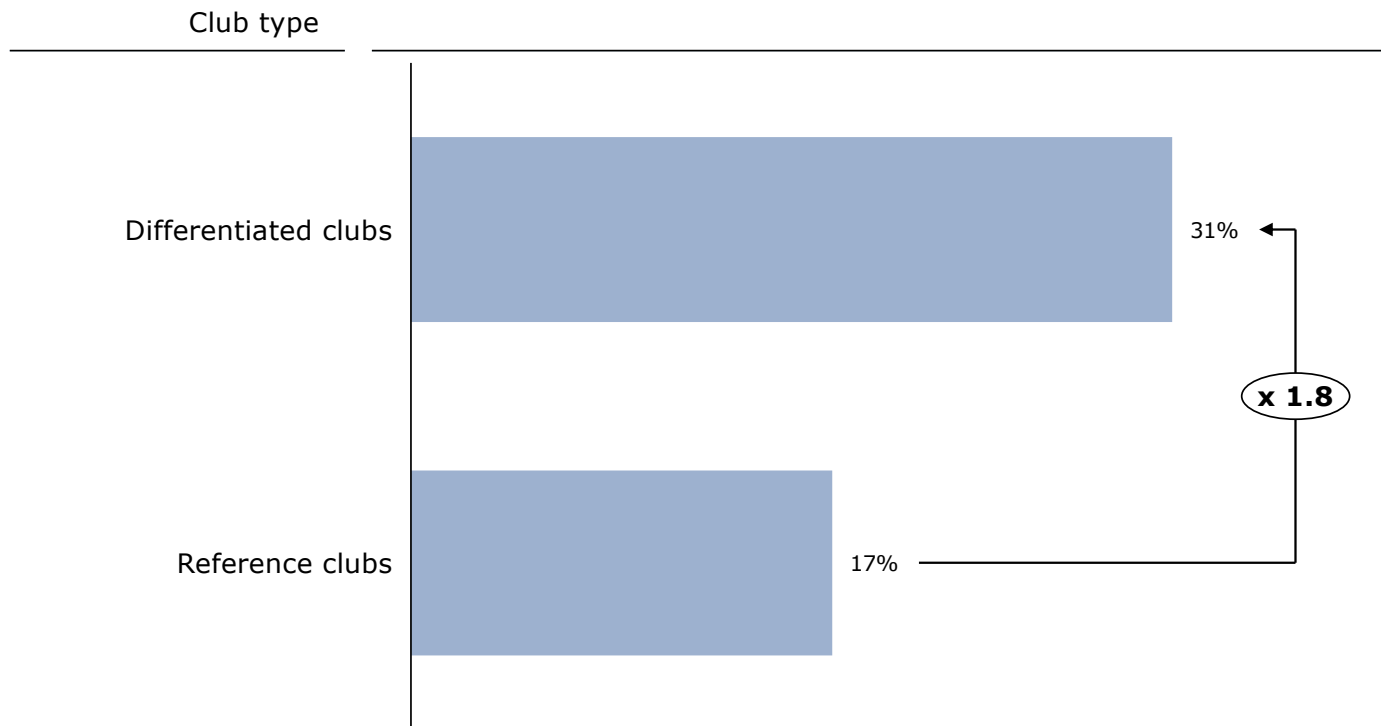


# Membership differentiation has led to a stronger rejuvenation, with almost double the growth in the number of members aged 0-50



## MEMBER AGE DEVELOPMENT PROFILE

Clubs with membership differentiation vs reference clubs in 2021, according to NGF data





---

# Agenda



1. REASON FOR THE ANALYSIS: THE MARKET SITUATION IN THE NETHERLANDS
2. RESEACH - MAIN CONCLUSIONS OF THE ANALYSIS
3. PROOF - RESULTS AT 4 PILOT CLUBS - COMBINES NATIONAL RESEARCH WITH TAILOR-MADE RESULTS FOR CLUBS
- 4. KEY LEARNINGS FROM NGF**
5. QUESTIONS

# KEY LEARNINGS FROM NGF



1

## **DATA AND QUANTITATIVE ANALYSES ARE REQUIRED TO CHANGE THE 'TRADITIONAL' GOLF MARKET**

- No more discussions based on opinions but based on reliable research and analytics
- Shows the urgency of change, even when the market is growing
- Gives confidence to clubs about financial income and member satisfaction as a result of the change



2

## **RESULTS OF THE RESEARCH AND ANALYTICS ARE IN LINE WITH ACTUAL RESULTS FROM PILOT CLUBS**

- Effects on current club members are in line with the results of the research
- Effects on new club members are larger compared to other clubs as a result of increased market growth by COVID



3

## **SUPPORT OF CLUBS WITH THE IMPLEMENTATION IS NECESSARY FOR SUCCESS**

- In-depth analysis to tailor the solution to local club situation and ambitions
- Prevent partial implementation of recommendations with the risk of loss of income, e.g. not increasing price for unlimited membership



4

## **CHANGE IS REALIZED BY FLEXIBILITY IN IMPLEMENTATION AND BUILDING SUCCESS CASES**

- Based on the national framework a tailor made solution based on specific club situation is necessary
- Change starts with a small number of clubs, building success cases and a long term strategy on change

DON'T TRY THIS AT HOME ....



---

# Agenda



1. REASON FOR THE ANALYSIS: THE MARKET SITUATION IN THE NETHERLANDS
2. RESEACH - MAIN CONCLUSIONS OF THE ANALYSIS
3. PROOF - RESULTS AT 4 PILOT CLUBS - COMBINES NATIONAL RESEARCH WITH TAILOR-MADE RESULTS FOR CLUBS
4. KEY LEARNINGS FROM NGF
- 5. QUESTIONS**

---

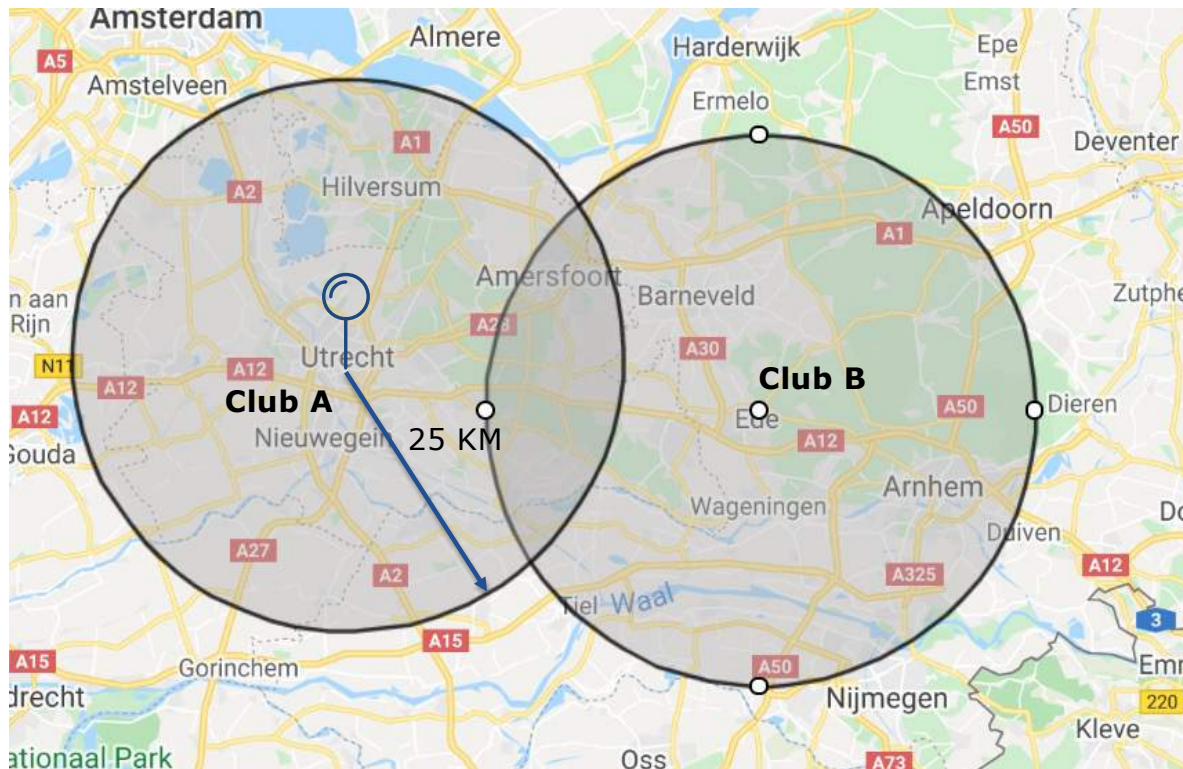
# Questions



# THE POSSIBLE ICING ON THE CAKE ... EXISTING GOLFERS WITHOUT A HOME COURSE



THERE WILL BE INFLOW BECAUSE OF THE NEW MODEL ...



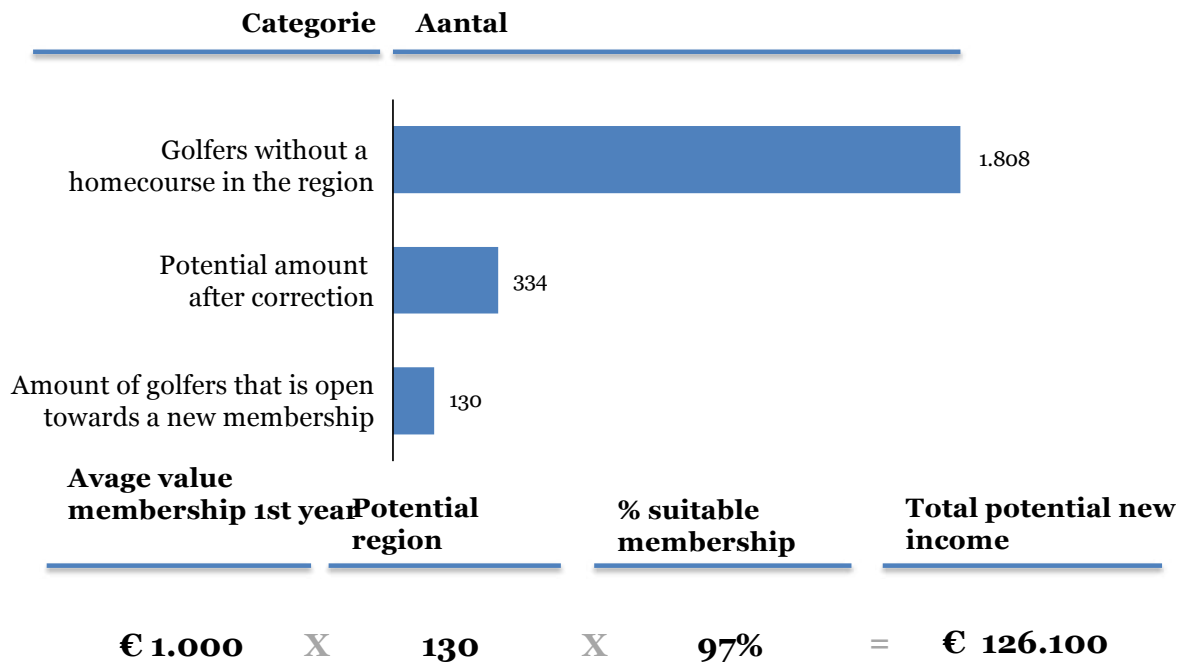
EXAMPLE

# Er zijn 130 potentiële golfers in het verzorgingsgebied van Golfclub Grevelingenhout na correctie



## HET AANTAL POTENTIËLE GOLFERS IN DE REGIO

Voor Golfclub Grevelingenhout – gecorrigeerd voor andere clubs in de regio



### TOELICHTING

- Het aantal potentiële golfers in de regio is bepaald op basis van de hoeveelheid leden zonder homecourse die geregistreerd staan in een straal van 25 kilometer.
- Er is een correctie uitgevoerd op basis van het aantal andere clubs in de regio.
- Waarde per lid in 1<sup>e</sup> jaar. Door upsell mogelijkheden kan lidwaarde toenemen over tijd.

Merk op:

- De daadwerkelijke realisatie van deze potentie hangt o.a. af van marketinginspanningen.



# Players 1st

Repræsentantskabsmøde marts 2023





# Agenda

- Lidt om Players 1st
- Holdning til differentieret kontingent baseret på forbrug
- Sammenhæng til generel betalingsvillighed
- Hvem spiller mest – og hvor stor en andel af kapaciteten lægger de beslag på
- Sammenhæng til ambassadørscore, Loyalitet og værdiopfattelse





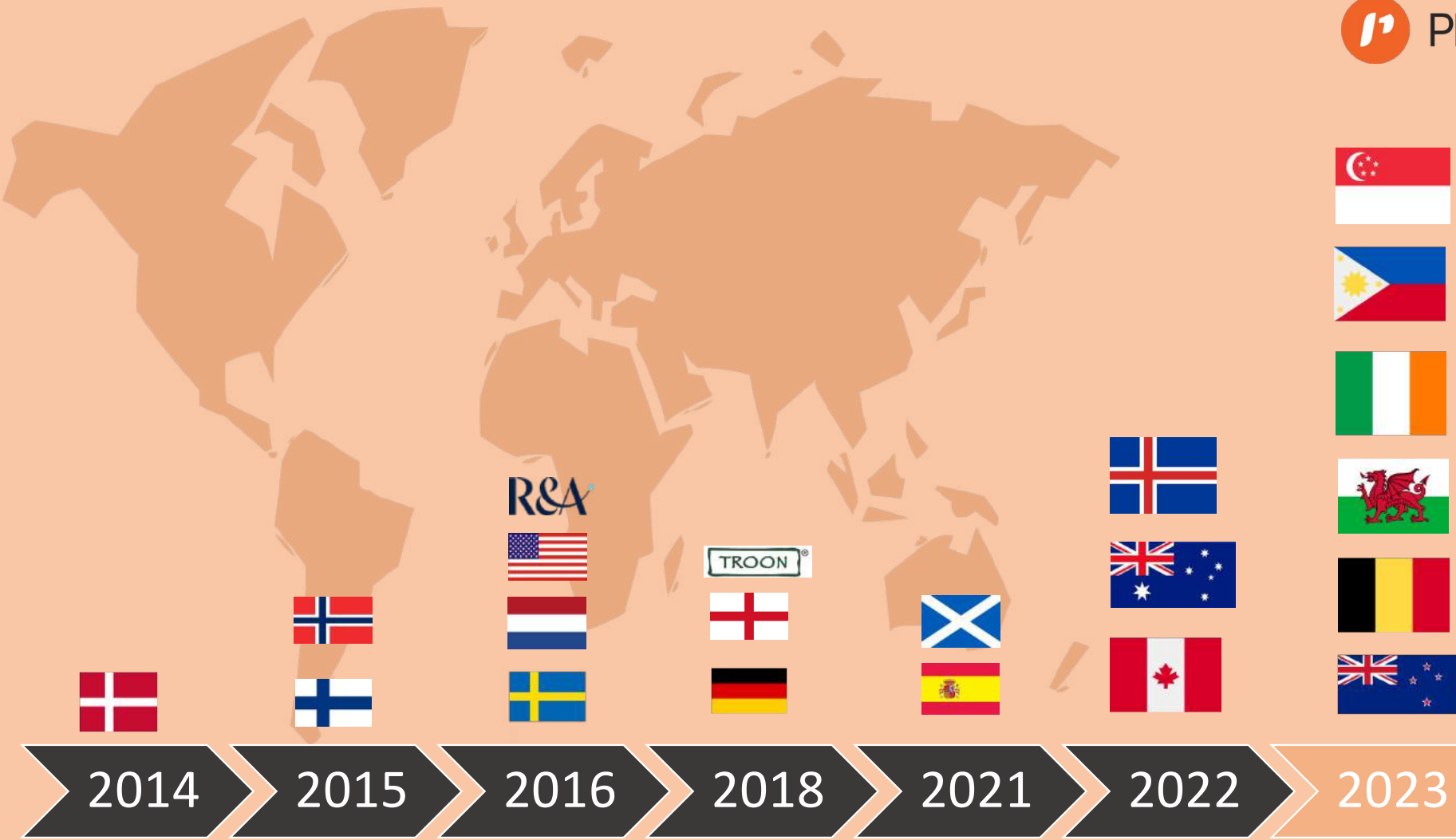
Startede i 2012

Hovedkontor i Aarhus

Kontorer i London og Phoenix

10 (15) medarbejdere





 Players 1st

2.200+ klubber

6.000+ brugere





4+ mio. besvarede  
skemaer

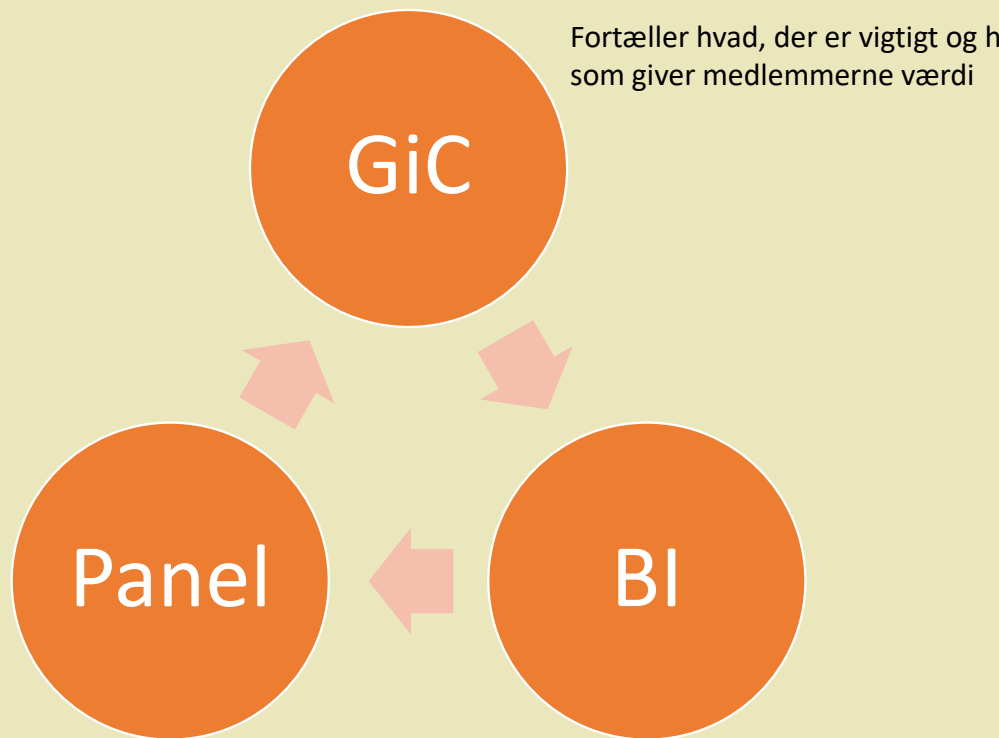
220+ mio. data points



# Holdning til differentieret kontingent baseret på forbrug



**Datakilder**



Fortæller hvad, der er vigtigt og hvad, som giver medlemmerne værdi

"Rimeligt at de som spiller mest betaler mere?" samt  
Generel holdning til prisstigninger

Indsigt i spiladfærd og opsigelser



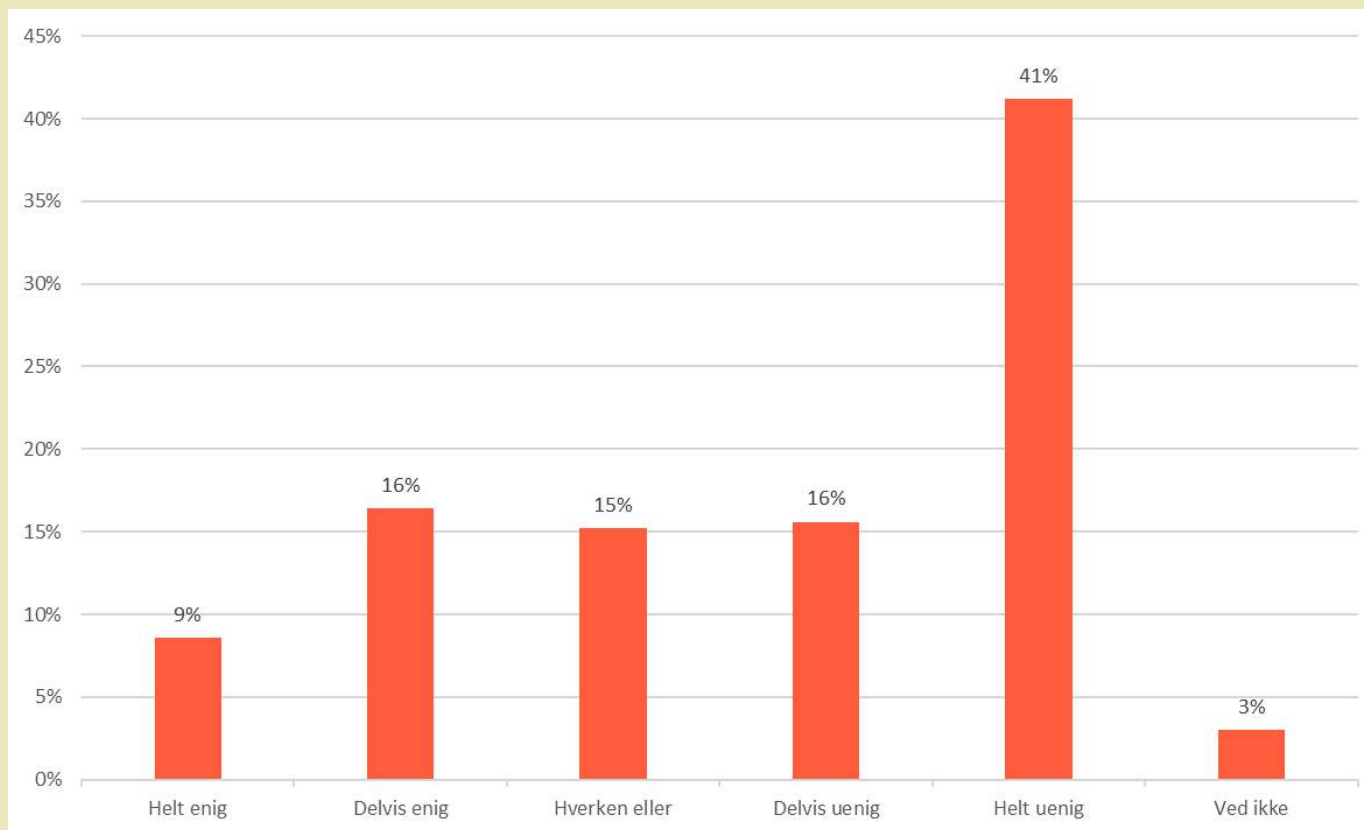
## Om Players 1st panelet og resultaterne

- Rekrutteret i forbindelse med gennemførelsen af vores undersøgelser i en række lande
- De danske resultater er baseret på 864 svar fra danske golfspillere
- Alle resultater er vægtet i forhold til køn, alder, type medlemskab, hvor ofte man spiller golf, NPS, Loyalitet og hvilken type golfspiller man er (klubafhængig eller klubuafhængig)





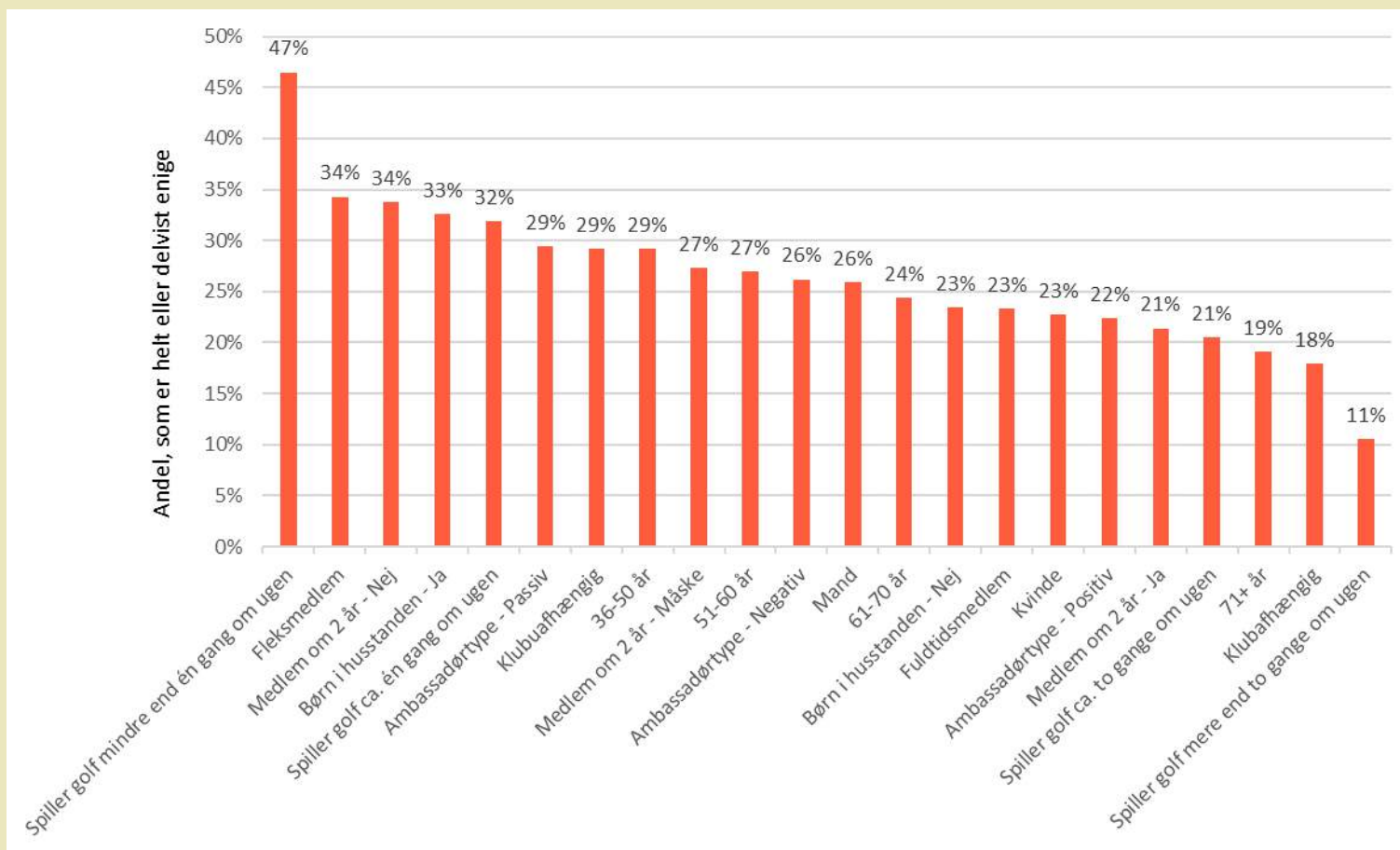
## “De, som spiller mest, skal betale mere”



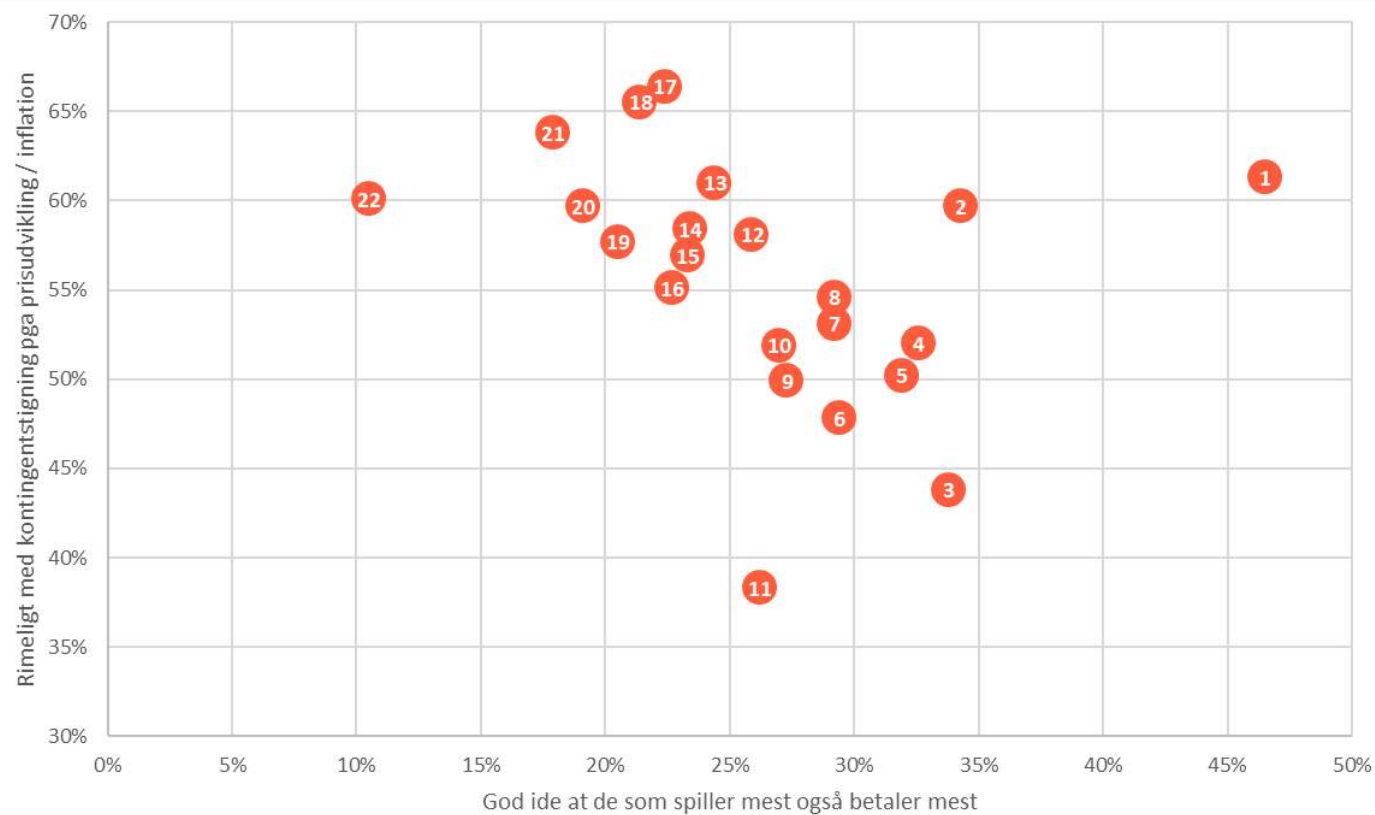
En ny kontingentform indenfor golf kunne være, at prisen for kontingentet stiger, hvis man spiller over et vist antal runder om året i klubben. På landsplan ved vi, at den femtedel af medlemmerne, som spiller mest, alle går mere end 30 runder om året i deres hjemmeklub. I hvilken grad er du enig i, at kontingentet burde være højere for de medlemmer, som spiller mere end 30 runder om året, så de medlemmer, som spiller mest, også betaler mere?

# De, som spiller mest, skal betale mere...

## Hvem er det, som er enige? Og hvem er uenige?

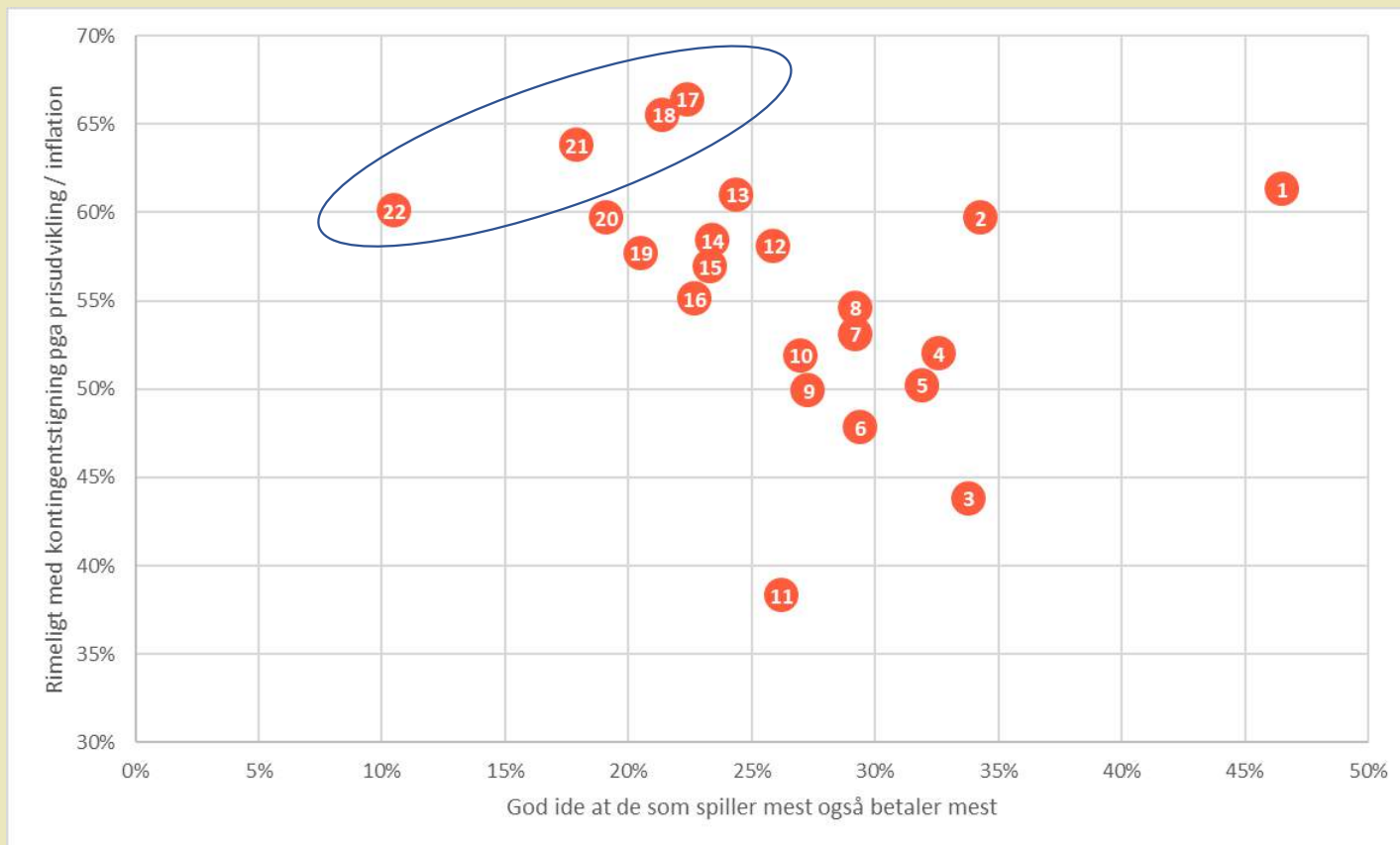


# Hvad hvis det handler om en generel prisstigning



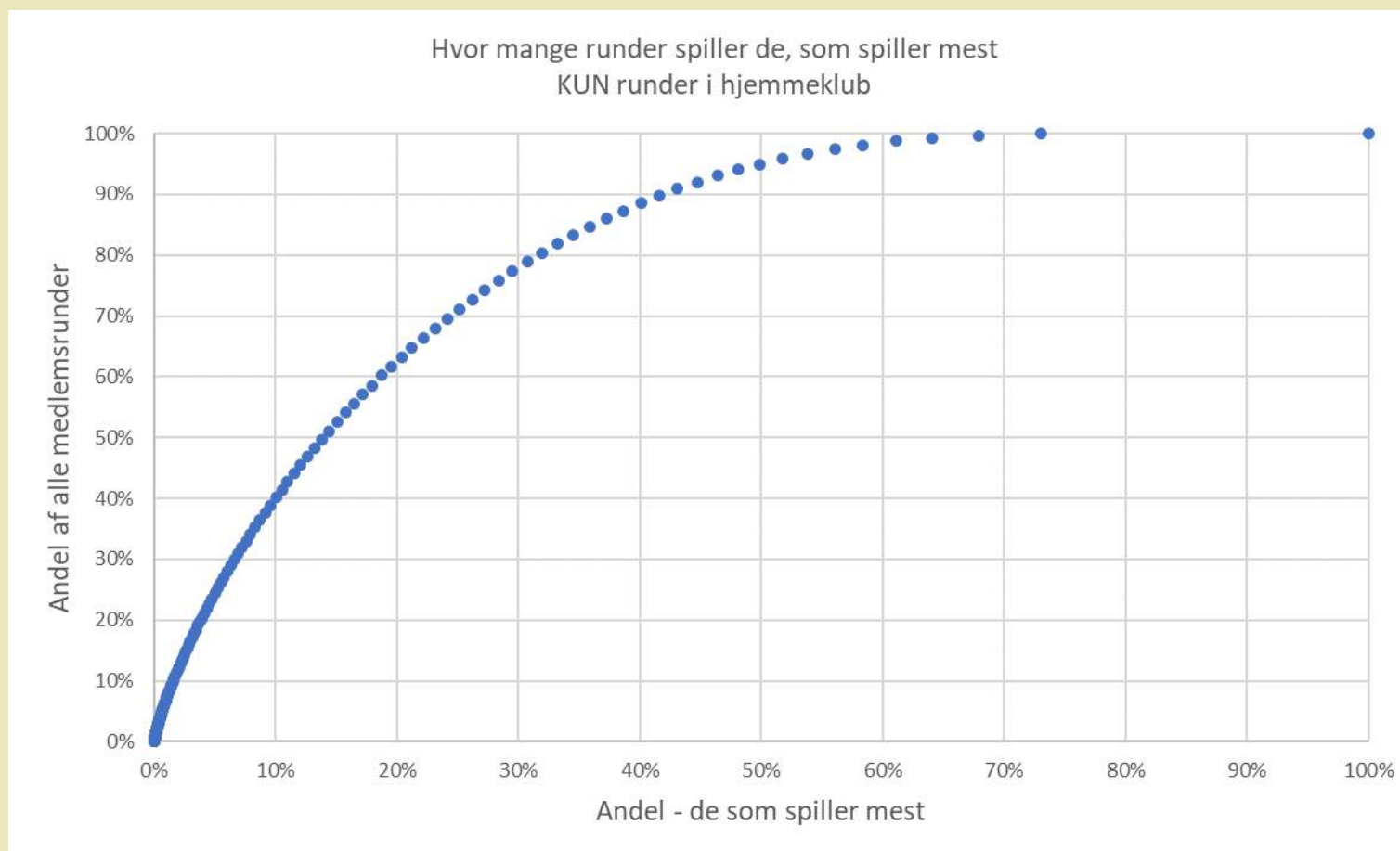
- |    |   |
|----|---|
| 1  | Spiller golf mindre end én gang om ugen |
| 2  | Fleksmedlem                             |
| 3  | Medlem om 2 år - Nej                    |
| 4  | Børn i husstanden - Ja                  |
| 5  | Spiller golf ca. én gang om ugen        |
| 6  | Ambassadørtype - Passiv                 |
| 7  | Klubafhængig                            |
| 8  | 36-50 år                                |
| 9  | Medlem om 2 år - Måske                  |
| 10 | 51-60 år                                |
| 11 | Ambassadørtype - Negativ                |
| 12 | Mand                                    |
| 13 | 61-70 år                                |
| 14 | Børn i husstanden - Nej                 |
| 15 | Fuldtidsmedlem                          |
| 16 | Kvinde                                  |
| 17 | Ambassadørtype - Positiv                |
| 18 | Medlem om 2 år - Ja                     |
| 19 | Spiller golf ca. to gange om ugen       |
| 20 | 71+ år                                  |
| 21 | Klubafhængig                            |
| 22 | Spiller golf mere end to gange om ugen  |

# Hvad hvis det handler om en generel prisstigning



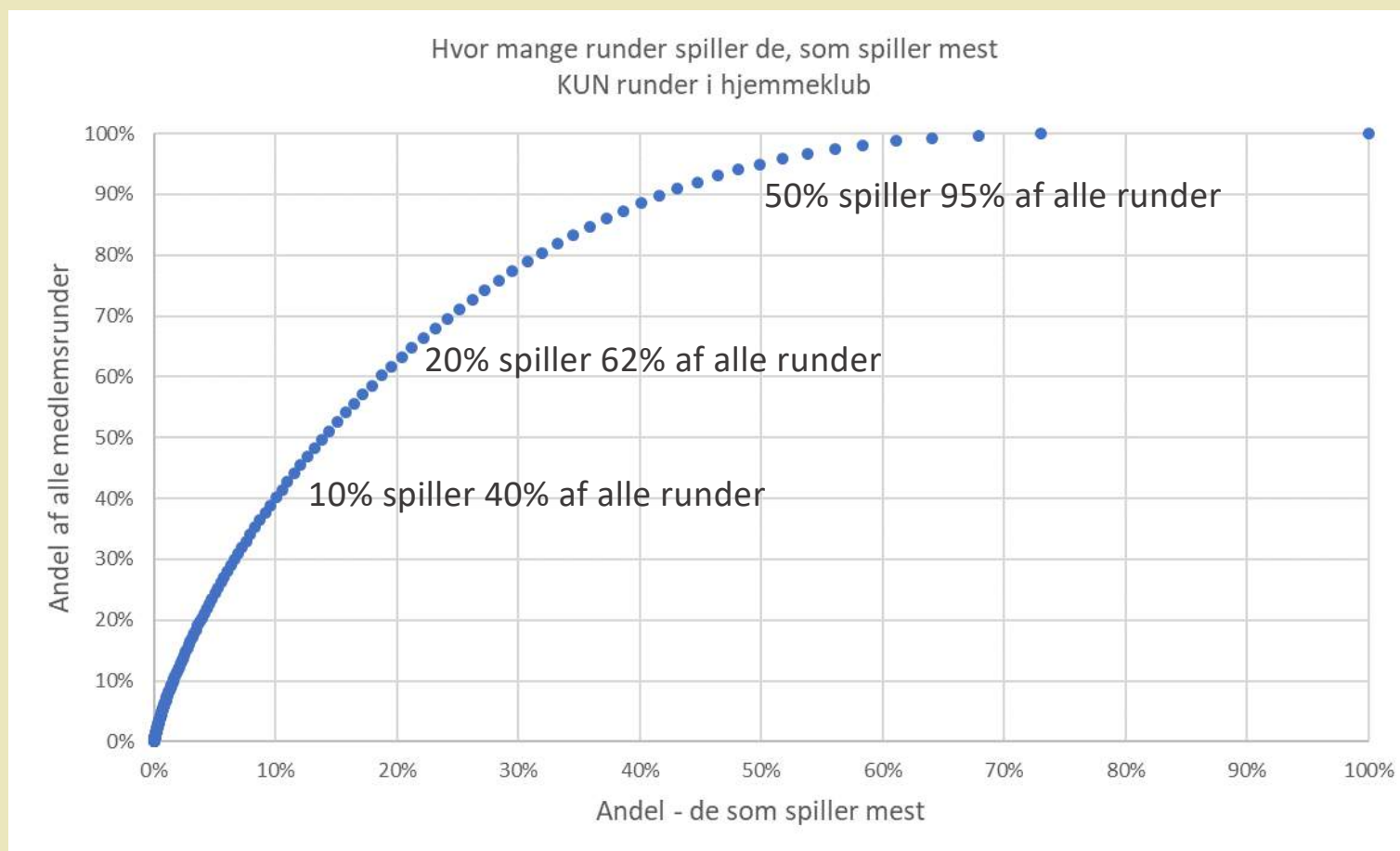
- |    |   |
|----|---|
| 1  | Spiller golf mindre end én gang om ugen |
| 2  | Fleksmedlem                             |
| 3  | Medlem om 2 år - Nej                    |
| 4  | Børn i husstanden - Ja                  |
| 5  | Spiller golf ca. én gang om ugen        |
| 6  | Ambassadørtype - Passiv                 |
| 7  | Klubafhængig                            |
| 8  | 36-50 år                                |
| 9  | Medlem om 2 år - Måske                  |
| 10 | 51-60 år                                |
| 11 | Ambassadørtype - Negativ                |
| 12 | Mand                                    |
| 13 | 61-70 år                                |
| 14 | Børn i husstanden - Nej                 |
| 15 | Fuldtidsmedlem                          |
| 16 | Kvinde                                  |
| 17 | Ambassadørtype - Positiv                |
| 18 | Medlem om 2 år - Ja                     |
| 19 | Spiller golf ca. to gange om ugen       |
| 20 | 71+ år                                  |
| 21 | Klubafhængig                            |
| 22 | Spiller golf mere end to gange om ugen  |

# Hvor meget kapacitet optager de mest spillende?



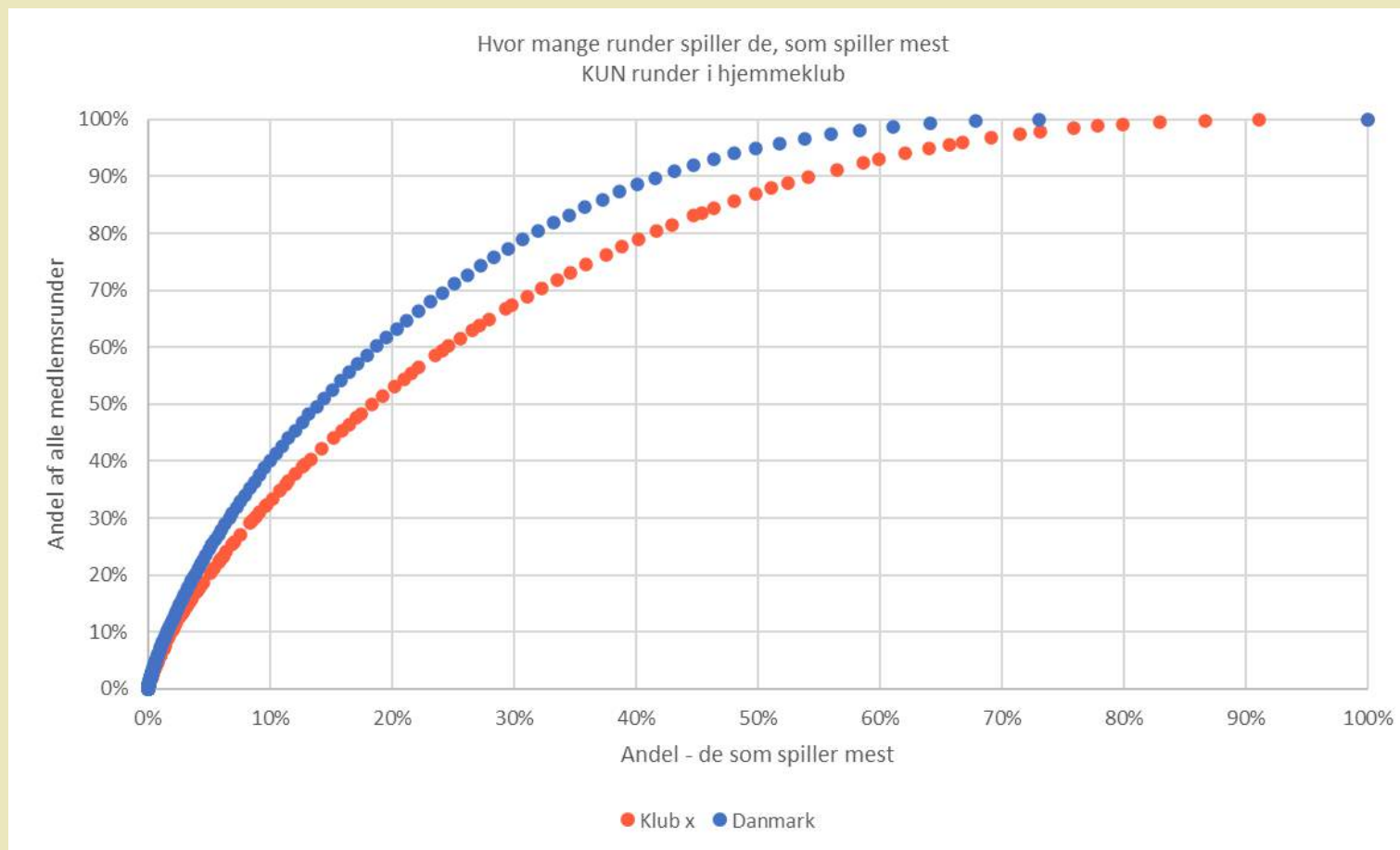
Baseret på samtlige spillede medlemsrunder i Danmark i 2021

# Hvor meget kapacitet optager de mest spillende?

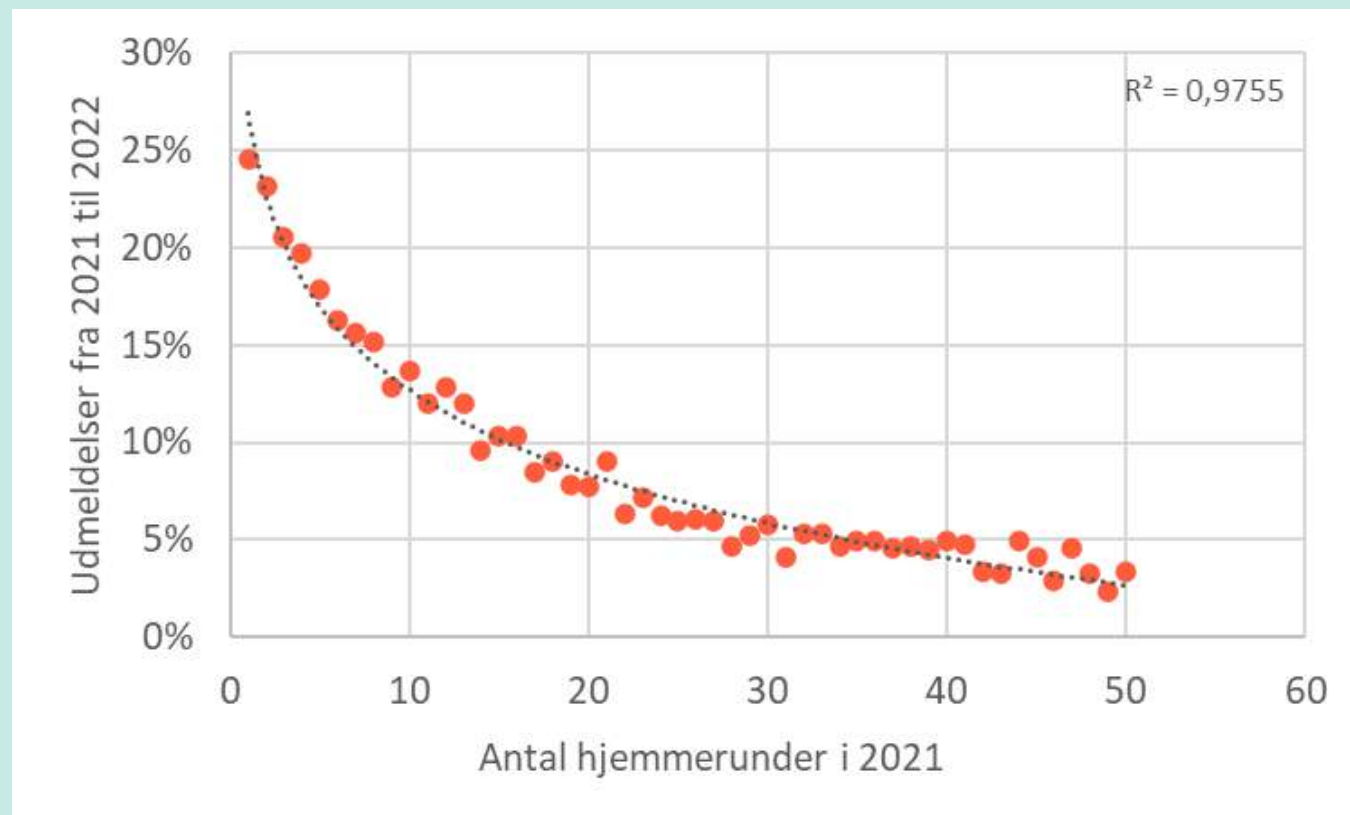


# Hvor meget kapacitet optager de mest spillende?

## Forskelle fra klub til klub



# Hvorfor er det relevant med en diskussion om differentierede priser?

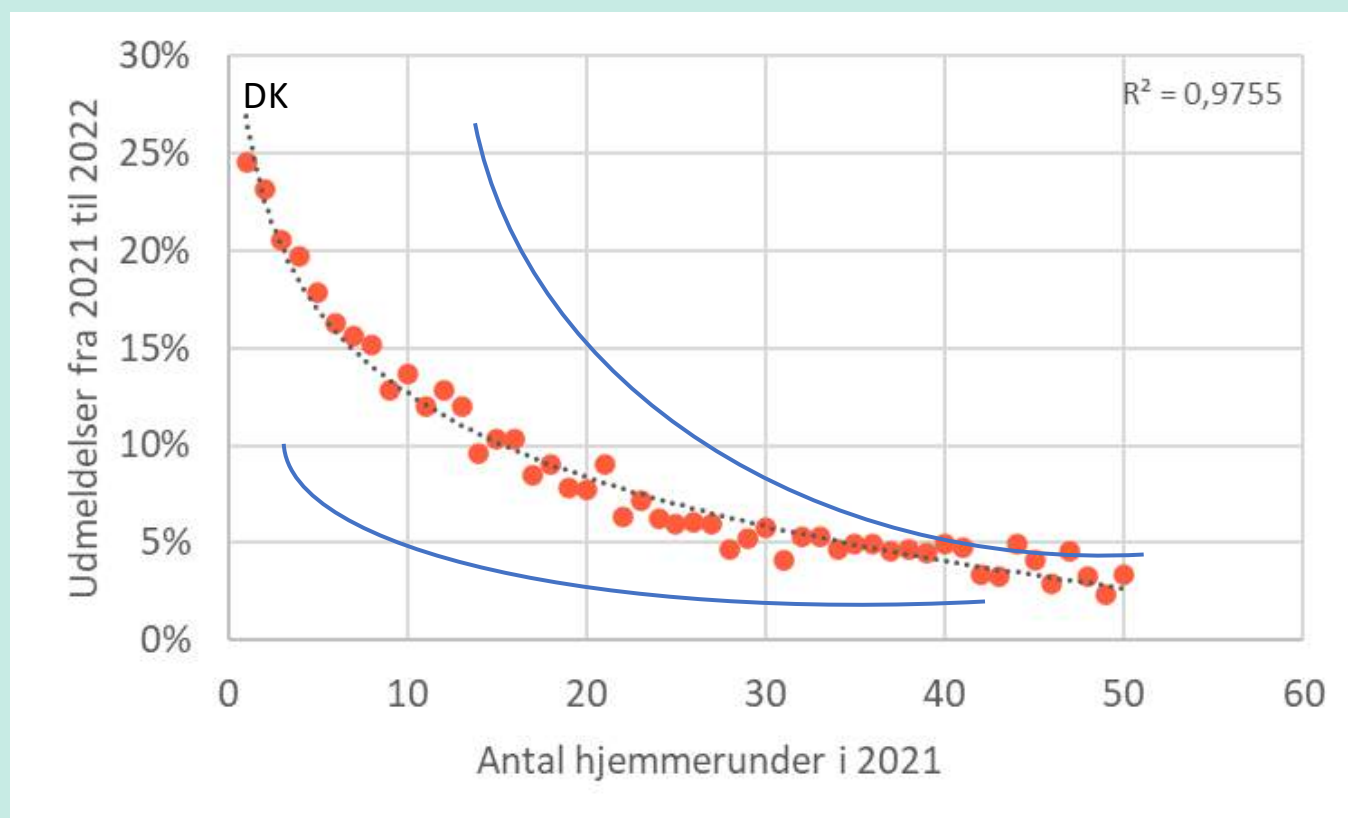


Sandsynligheden for udmeldelse stiger desto færre runder der spilles



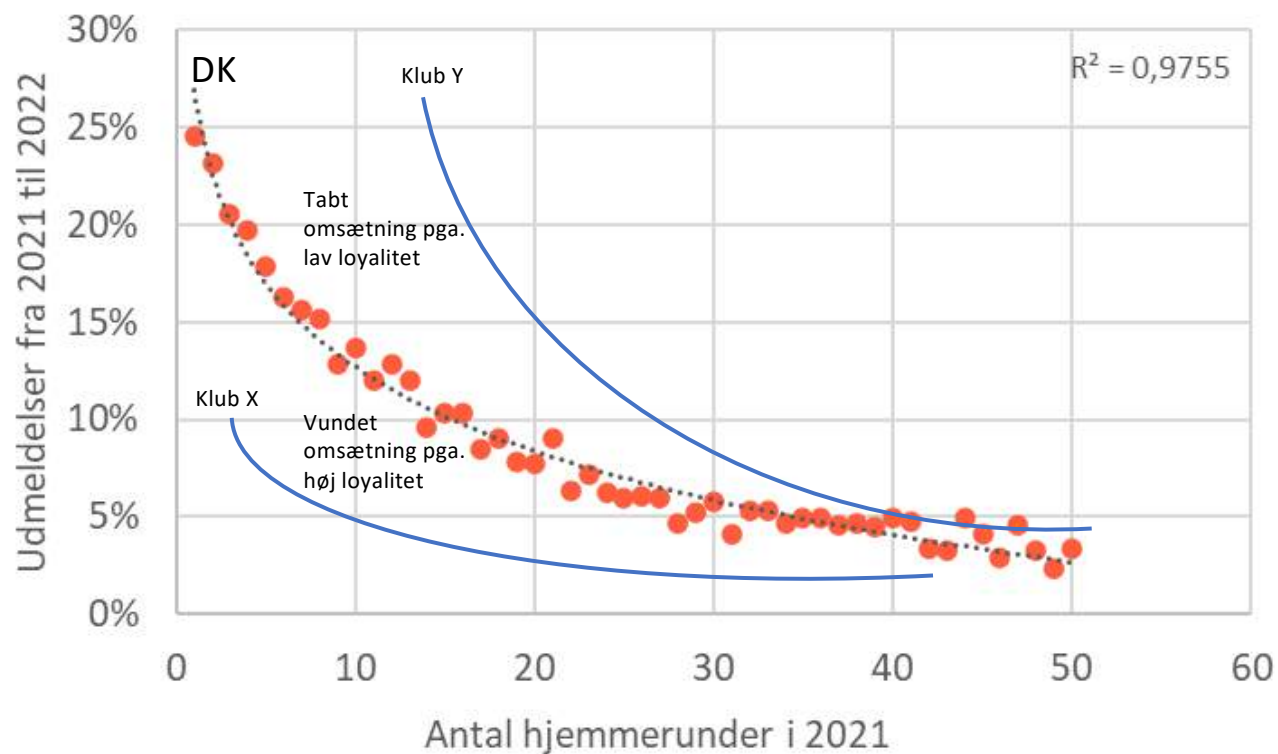
# Kurven ligger forskelligt fra klub til klub...

... det handler om den samlede oplevelse – ikke kun antallet af runder!



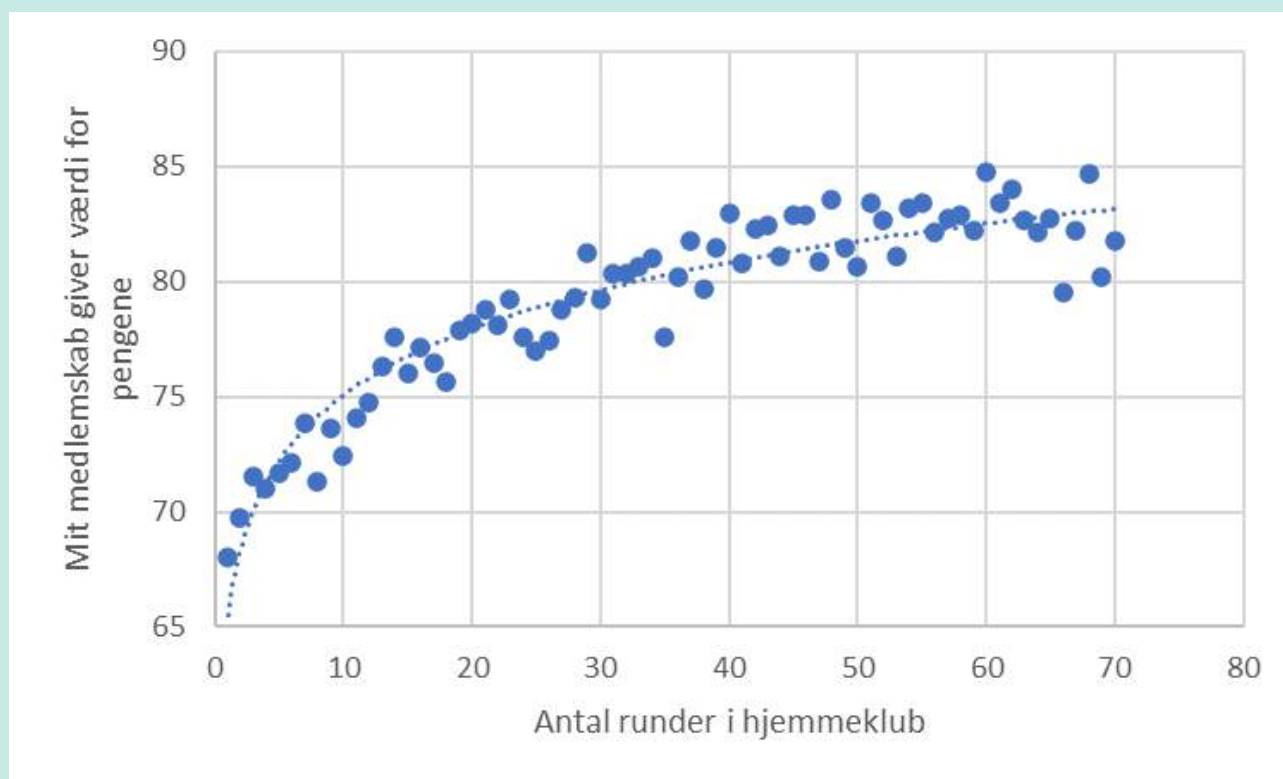
# Kurven ligger forskelligt fra klub til klub...

... det handler om den samlede oplevelse – ikke kun antallet af runder!



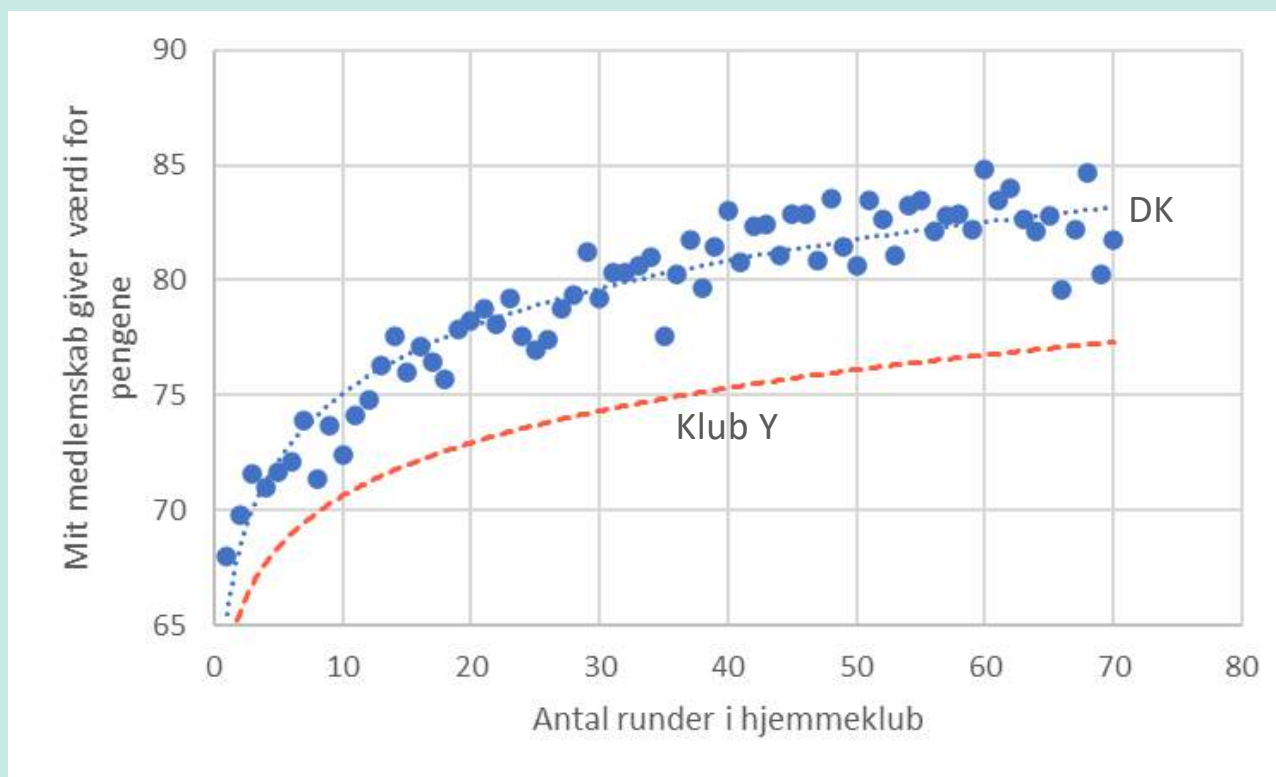
# Hvordan påvirker antallet af runder oplevelsen som medlem?

Værdi for pengene



# Hvordan påvirker antallet af runder oplevelsen som medlem?

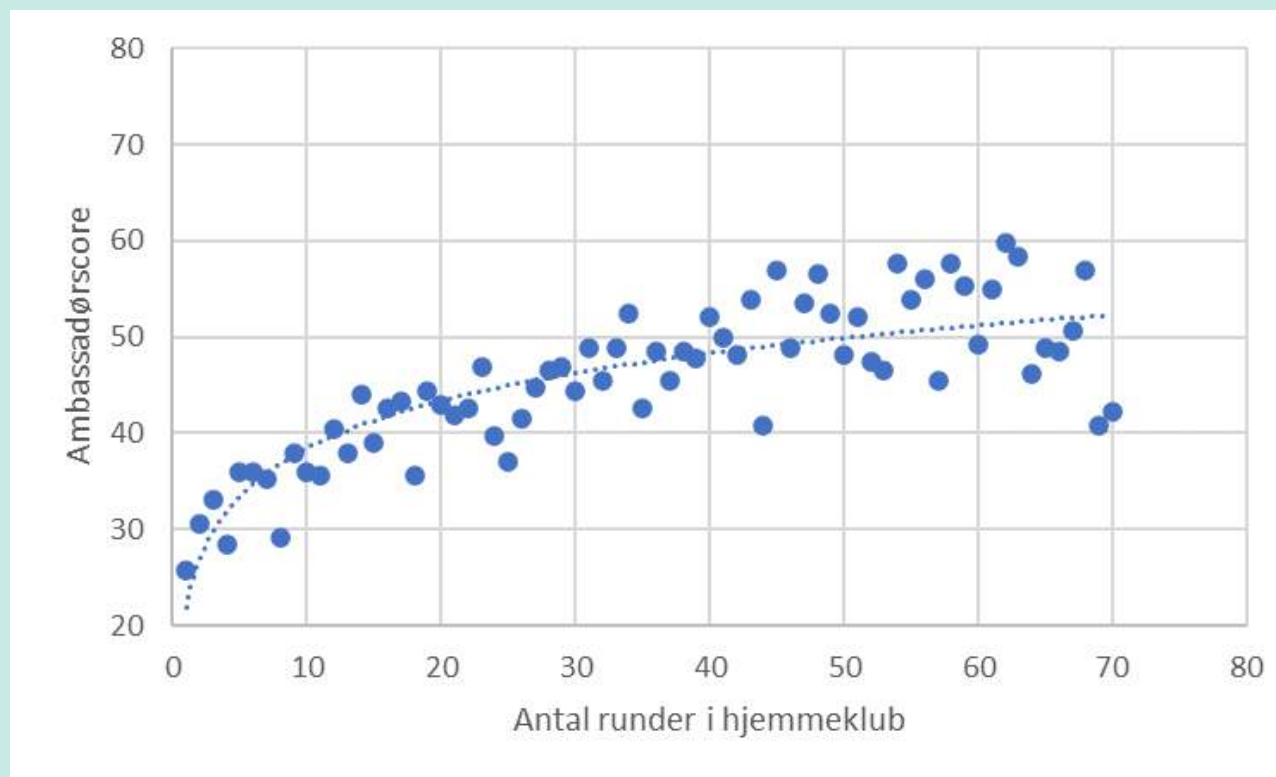
Værdi for pengene – også her ligger kurver forskelligt fra klub til klub



Samme antal runder giver markant lavere værdiopfattelse af medlemskabet i klub Y

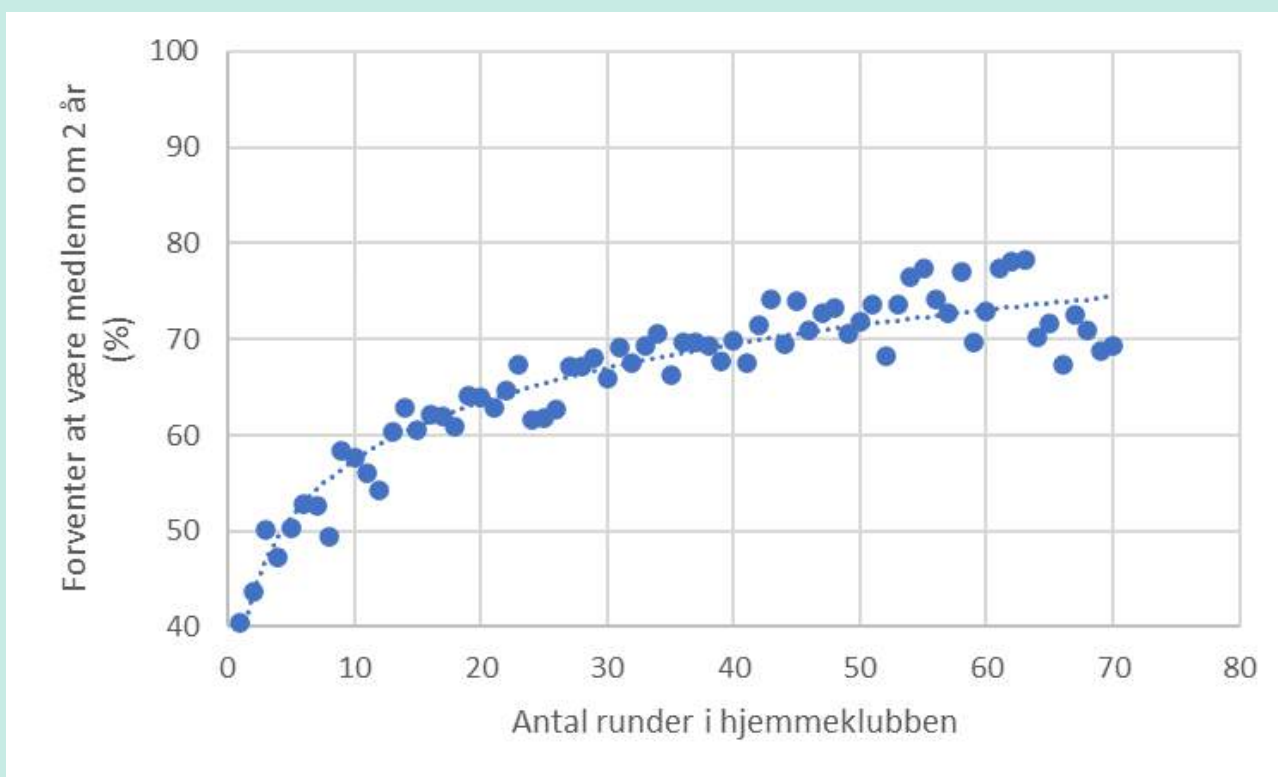
# Hvordan påvirker antallet af runder oplevelsen som medlem?

Anbefalingsgrad

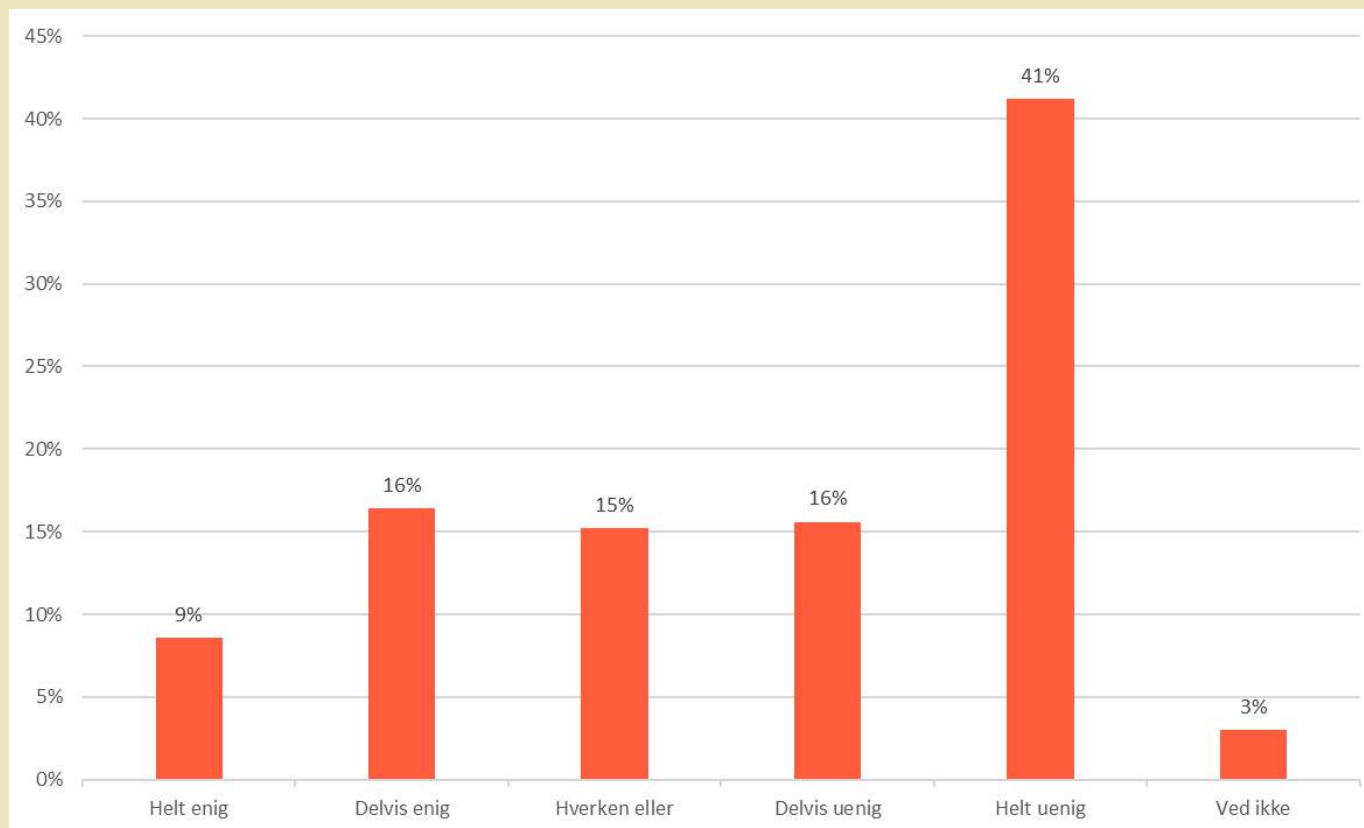


# Hvordan påvirker antallet af runder oplevelsen som medlem?

Loyalitet



## “De, som spiller mest, skal betale mere”



Hvordan holdningen er i den enkelte klub handler om:

- Hvordan er værdi fordelt
- Den leverede oplevelse
- Kommunikation

En ny kontingentform indenfor golf kunne være, at prisen for kontingentet stiger, hvis man spiller over et vist antal runder om året i klubben. På landsplan ved vi, at den femtedel af medlemmerne, som spiller mest, alle går mere end 30 runder om året i deres hjemmeklub. I hvilken grad er du enig i, at kontingentet burde være højere for de medlemmer, som spiller mere end 30 runder om året, så de medlemmer, som spiller mest, også betaler mere?

# Players 1st

## Opsamling

- Værdien som klubberne stiller til rådighed er koncentreret på en meget lille andel af medlemmerne
- Det bliver ikke nemt at differentiere priser – men er ikke umuligt
- Dem, som det rammer, er naturligt nok de mest forbeholdne...
- Det er også dem, som oftest er frivillige og som generelt bruger meget tid (og penge) i klubben – de klubafhængige
- ... men det er også dem, som ser positivt på generelle prisstigninger
- Værdiopfattelsen, Loyalitet og fastholdelse hænger sammen med antal runder – men det er den samlede oplevelse, som er afgørende
- Det væsentlige er derfor, hvor meget goodwill klubben har hos medlemmerne – defineret ved Værdiopfattelsen, Ambassadørscore og udtrykt Loyalitet
- Som altid er kommunikation vigtig – særligt overfor de ramte





# Spørgsmål og kommentarer



# Drøftelser ved bordene

- Kan vi gå samme vej som Holland?
- Tør vi øge prisen for dem der spiller mest, så vi kan sætte prisen ned for dem, der spiller mindst?
- Vil vi tage ekstra betaling for særlige rettigheder til 1. tee?



# Hvorfor interesserer vi os for grøn omstilling og ressourceanvendelse?

- Fordi golfbranchen vil tage ansvar for miljøet
- For at bakke op om en generel samfundstendens
- Fordi vi vil være ansvarlige
  
- Vi har indtil nu haft stort fokus på forbruget af pesticider
- Nu gør vi vores miljøstrategi mere bred



DANSK GOLF UNION

Spil med

Fart på den grønne omstilling



# Agenda

- Projekt grøn omstilling
- Energioptimering i golfklubber
- Drøftelser ved bordene



Forskning, rådgivning og uddannelse  
med miljømæssig fokus

*Sterf*



# Stort fokus på håndtering af skadevoldere

Ukrudt



Gåsebille- og stankelbenslarver



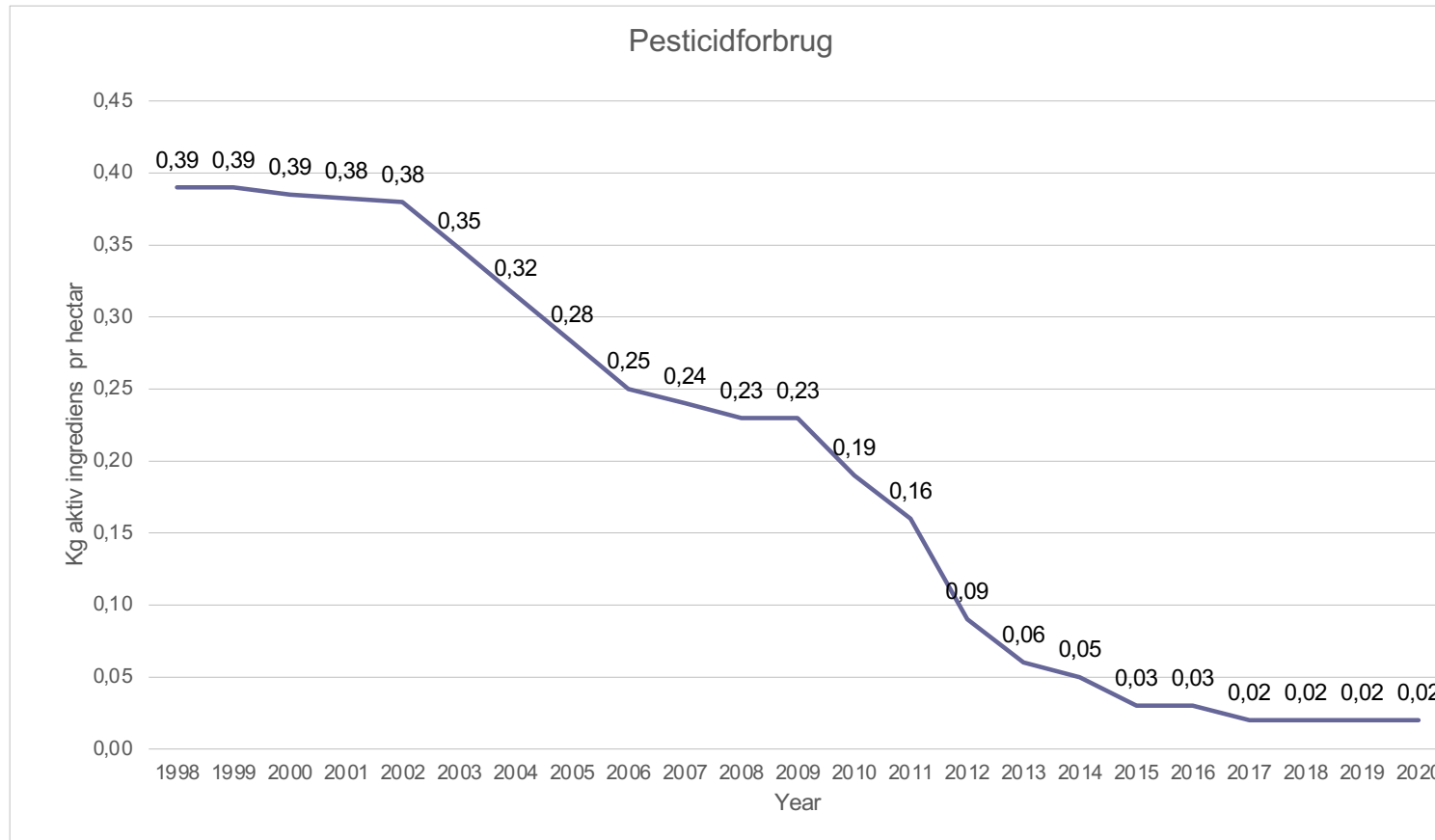
Dollar spot



Sneskimmel

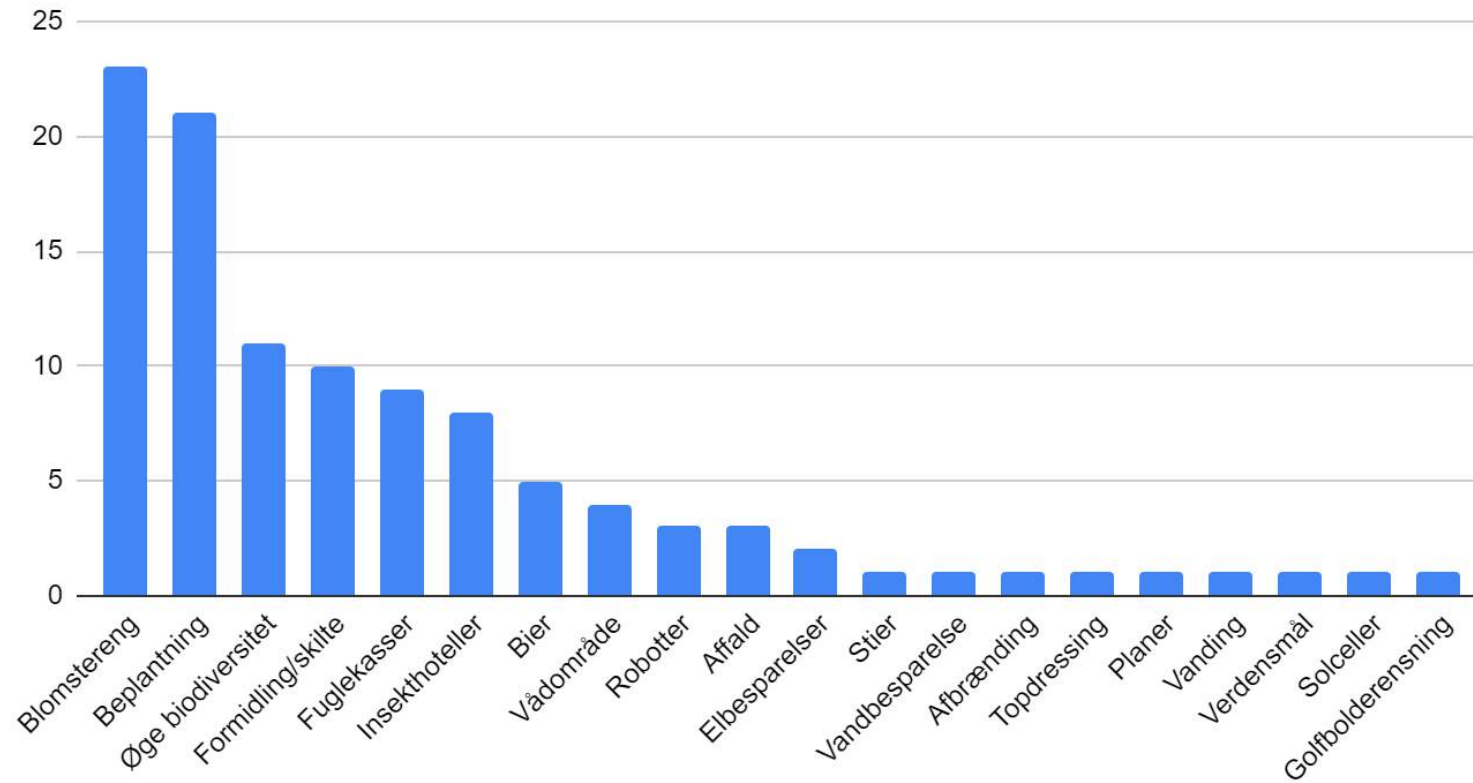


# Vi er kommet langt med pesticiderne





## Vi har allerede stort fokus på biodiversitet



# Vi er godt i gang



# Projekt grøn omstilling

3-årigt projekt støttet af R&A og DGU

Fokus på 4 overordnede emner:

- Vand
- Energi
- Affald
- Ressourcer (pesticider, sand, gødning)



# Vand

- Hvad er best practice på golfbanerne i dag, og kan teknologi hjælpe os med at reducere brugen af vand?
- Hvordan bruger vi alternative vandkilder i dag, og er der nye teknologier tilgængelige? Kan vi opsamle, opbevare eller genanvende vand smartere?
- Resultat: Inspiration og overblik over nye teknologier, der kan bruges til at minimere – og/eller genanvende vand.



# Energi

- Hvordan kan golfklubberne reducere brugen af energi, der bruges til vedligeholdelse af golfbaner og klubhuse?
- Skal vi absolut klippe hele golfbanen eller er der nogle områder, hvor vi kan reducere klipningen og spare energi?
- Resultat: Inspiration fra golfklubber, der eksempelvis går fra diesel- til eldrift af golfbanen samt energioptimering i klubhuse.



# Affald

- Gode eksempler fra golfklubber.
- CO2-potentialet i at forebygge, genbruge eller genanvende affaldet.
- Resultat: Inspiration til at håndtere affaldet på den bedste måde.

| TABEL 1: NUVÆRENDE AFFALDSORDNING |                                  |                             |             |
|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|-------------|
| Affaldstyper og mængder           |                                  | Nuværende affaldsproduktion |             |
| Samlet affaldsmængde              |                                  | 5,31 ton                    |             |
| Restaffald                        |                                  | Procent af masse            | Ton         |
|                                   | Madaffald                        | 49,3                        | 2,2         |
|                                   | Plast                            | 12,4                        | 0,55        |
|                                   | Andet brændbart                  | 11,5                        | 0,51        |
|                                   | Papir                            | 8,7                         | 0,39        |
|                                   | Pap                              | 8,3                         | 0,37        |
|                                   | Andet affald (fx ikke brændbart) | 6,6                         | 0,29        |
|                                   | Glas                             | 1,4                         | 0,06        |
|                                   | Metal                            | 1,8                         | 0,08        |
|                                   | <b>I alt</b>                     | <b>100 %</b>                | <b>4,45</b> |



# Ressourcer – pesticider, sand og gødning

- Hvad kan vi gøre for at reducere skadevoldere på en miljøvenlig måde (ukrudt, svampe og insekter)?
- Sand brugt til bl.a. topdressing og bunkers er en begrænset ressource. Kan vi finde nogle mere bæredygtige løsninger til at dække behovet?
- Fosfor er en begrænset ressource, og er kun tilgængeligt de næste 80-90 år. Kan vi passe græs uden fosfor?
- Resultat: Anbefalinger til at reducere brugen af de forskellige ressourcer eller erstatte med andre alternativer.



# Hvem er Baneområdet i DGU?

**Jacob Thomsen**  
Bæredygtighedskonsulent



**Allan Brandt**  
Baneconsulent / Greenkeeper



**Thomas Jepsen**  
Baneconsulent / Banearkitekt



**Torben Kastrup  
Petersen**  
Banechef / Landskabsforvalter





# Hvad kan DGU hjælpe med i forhold til projektet?

- Inspiration til grønne løsninger
- Hjælpe med prioritering af de grønne indsatser
- Hjælpe med en kobling til samarbejdspartnere
- Kommunikere jeres indsats til resten af verden.



# Masser af steder at søge penge til grøn omstilling

- DIF's og DGI foreningspulje
- Norlys vækstpulje
- SMV Grøn pulje (søges i samarbejde erhvervshuse)
- SparEnergi (Energistyrelsen)
  
- Friluftsrådet, VILLUM FONDEN, Nordeafonden, Aage V. Jensens Naturfond, Miljø og Energifonden, VELUX FONDEN, Sydbankfonden etc.



# Energioptimering i golfklubber

Oplæg ved Lars Krag, Scanenergi



# Kort om Scanenergi



**1998**

Scanenergi bliver grundlagt af 13 danske forsyningselskaber efter liberaliseringen af elmarkedet

**2005**

Strategisk fokus på energioptimering som supplement til salg af elkontrakter

**2008**

Vi tilføjer energiledelse, energistyring og handel med energibesparelser til vores ydelser

**2015**

Vi rådgiver om og realiserer energibesparelser

**2021**

Grøn optimering som omdrejningspunkt  
40 medarbejdere – omsætning på 400 mio.

# Vores vision

---

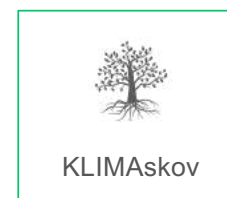
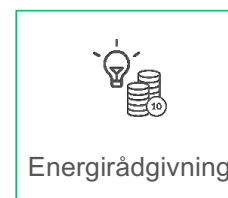
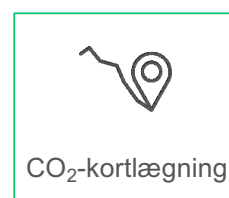
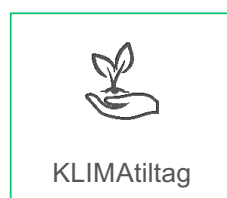
Vi vil på et **bæredygtigt grundlag**  
være danske virksomheders foretrukne  
leverandør af el og energiløsninger.



# Grøn optimering



Vælg de tiltag, der giver værdi for din virksomhed.



Hvert tilvalg kan nedbringe din udledning af CO<sub>2</sub>

Samtidig får du en grøn stjerne og direkte adgang til materiale, du kan bruge i din markedsføring og CSR-kommunikation.

# Markedsføringspakke

---



★ Banner + diplom + LinkedIn

★★ + mailsignatur + tekst & grafik til SoMe

★★★ + tekst til nyhedsbrev + tekst til web

★★★★ + tekst til CSR-rapport

★★★★★ + ESG-rapport + video + vejledning



# De Grønne Blade



## **VINDenergi** 🌿 🌿

Vi sørger for at afdække dit elforbrug med certifikater på strøm fra danske vindmøller. Det betyder, at du samtidig er med til at støtte udviklingen indenfor dansk vindindustri. Dette produkt er en del af den grønne bladordning - strøm med ét bladmærke.

## **KLIMAtiltag**

Du får VINDenergi og investerer yderligere det, der svarer til din CO<sub>2</sub>-udledning i klimatiltag, som hjælper bæredygtighed på vej andre steder i verden - det svarer til dobbelt neutralisering af din CO<sub>2</sub>-udledning. Dette produkt er en del af den grønne bladordning - strøm med to bladmærker.

## **KLIMAskov**

I samarbejde med Hedeselskabet planter vi træer, som i deres levetid absorberer den mængde CO<sub>2</sub> i årligt udleder.



# Energirådgivning

---



- Energiberegning
- Energitjek
- Prioriteringsliste
- Realiseringsstart og -hjælp
- Solcelleberegning
- Energisyn
- Energimærkning
- Energiledelse og ISO 50001-certificering
- CO<sub>2</sub>-kortlægning
- ESG-rapport
- Tilskudshjælp



# Energirådgivning: Erfaring

---



Med en tilbagebetalingstid på max 36 måneder  
finder vi et overforbrug på gennemsnitlig

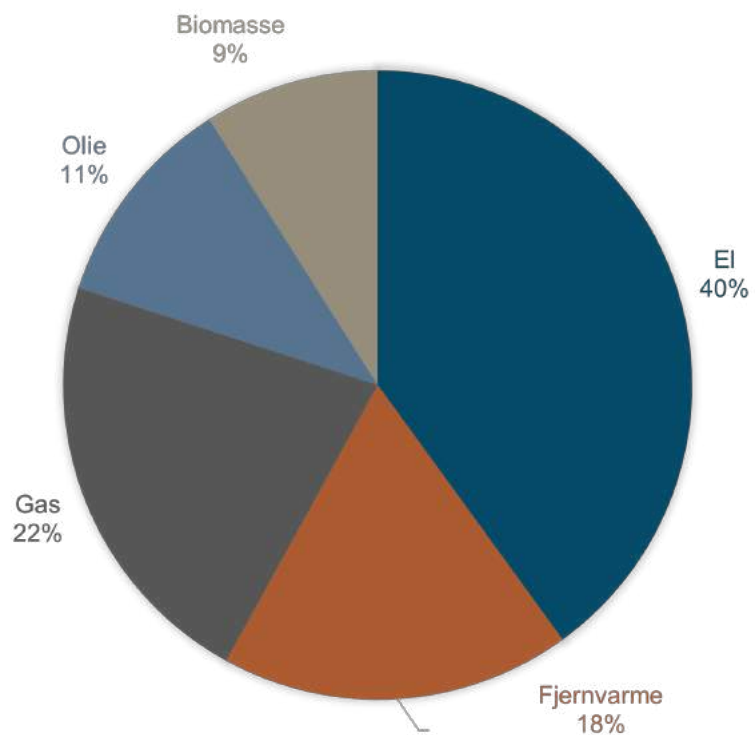
20%



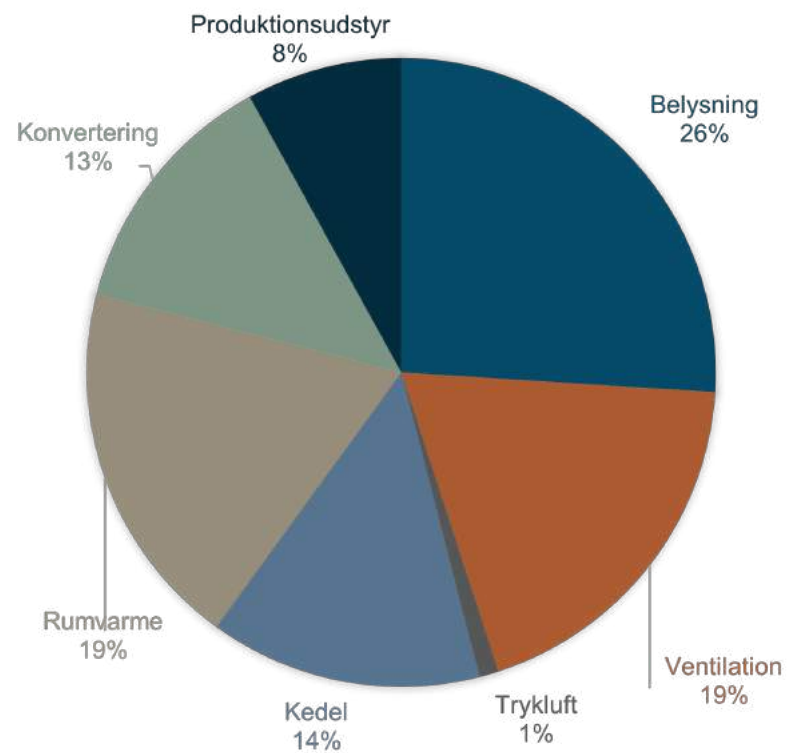
# Anviste besparelser i kWh/år



## FORDELT PÅ ENERGIART



## FORDELT PÅ TEKNISK OMRÅDE



# Eksempler



## Forslag til energioptimering

Det anbefales at alle sparepærer udskiftes til LED alternativer, med samme lysstyrke (lumen).

1200 lumen (som erstatter 18 W sparepærer) er en gængs LED variant med et forbrug på 11 W. 1800 lumen (som 26 W sparepærer) er derimod mindre udbredt. Der er dog fundet enkelte udenlandske leverandører, der forhandler en LED version med et forbrug på 15,5 W. 1600 lumen dansk alternativt er tilføjet.

Der bør indkøbes en mindre mængde LED pærer i første omgang, til en test af om lyd kvalitet og styrke stemmer overens med behovet. Sparepærer har, modsat LED, en faldende lysstyrke henover deres levetid, og det betyder at man kan nøjes med en mindre lysstyrke når man vælger LED.

Investering er regnet ud fra stykprisen fundet på nettet. Der er ikke indregnet omkostninger til udskiftning, fragt og eventuel importtold.

## Evt. tilkøbte beregninger og oplysninger

| Energibesparelse pr. år |                            |        | Anslået<br>Investering<br>i kr. | Anslået<br>tilskud<br>Kr. | Simpel<br>TBT i år<br>år. | Forrentning<br>i procent<br>% |
|-------------------------|----------------------------|--------|---------------------------------|---------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| kWh/år                  | CO <sub>2</sub><br>tons/år | Kr./år |                                 |                           |                           |                               |
| 11.097                  | 1,64                       | 23.649 | 39.145                          | -                         | 1,7                       | 60                            |



# Eksempler



## Forslag til energioptimering

| Forslag                      | Nuværende løsning   | Forslag til optimering  |
|------------------------------|---|---|
| 1. Nedkøling af postmix rum  | Rummet til postmix nedkøles af aircondition, indstillet til 16°C. Der er målt et forbrug på 621W  | Lav udluftning til postmix køler, så den køles af "udeluft". Evt. opbevaring af produkter, der skal opbevares på køl, bør puttes i køleskab.  |
| 1A. Nedkøling af postmix rum | Som ovenfor   | Der kan installeres et køleflade forsynet af jordvarmeslanger til "gratis" nedkøling.   |
| 2. Køleskab til drikkevarer  | Køleskabet i indgangspartiet til drikkevarer mangler kølemiddel, og køler næsten ikke selvom kompressoren kører (og bruger strøm – målt til 506W)   | Rep. Af køleskab eller udskiftning.   |
| 3. Udsugning i køkken        | Ved gennemgang kørte udsugning i køkkenet konstant, selvom der ikke var gang i madlavning   | Sluk for udsugning når det ikke er i brug, eller etabler automatik der selv tænder ved behov.   |
| 4. Friture i køkken          | Frituregryde stod tændt og uden låg ved gennemgang.   | Sluk evt. den ene gryde i perioder med lav efterspørgsel på mad.  |
| 5. Køle-/frostrum            | Køleanlæggene for køle- og frostrum i køkkenet er ved at slidte og medtaget af vind og vejr. Særligt rørsolering på tag er i dårlig stand. Måling af strøm optag indikerer acceptable energimæssig drift. | Når køleanlæggene på et tidspunkt skal skidtes, bør det overvejes at koble dem på jordvarmeslangerne. Det vil kunne nedbringe eloptaget betydeligt, samt øge effektivitet på varmepumpen. |



# Eksempler



## Forslag til energioptimering

Det anbefales at konvertere nuværende oliefyr til en luft-vand varmepumpe. Oliefyret fjernes og varmepumpen kobles op på det eksisterende varmesystem. Der er i beregningen anslået en SCOP for varmepumpen på 3,5. Investeringen tager udgangspunkt i tidligere fremsendt tilbud til Nordic Marine Oil + 15% prisstigning.

Vær opmærksom på prisen ikke indeholder evt. konsulentomkostninger ifm. at søge om tilskud i Erhvervspuljen. Forvent ca. 30.000 kr..

Der bør være særligt fokus på korrosionsbestandige materialer på udedelen pga. den kystnære placering.

## Beregninger og oplysninger

| Energibesparelse pr. år |        |                         |        | Anslået Investering i kr. | Anslået tilskud | Simpel TBT i år | Forrentning i procent |
|-------------------------|--------|-------------------------|--------|---------------------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Arligt olieforbrug      | kWh/år | CO <sub>2</sub> tons/år | Kr./år | Kr.                       | Kr.             | år.             | %                     |
| 3000 l/år               | 12.442 | 8,6                     | 23.753 | 88.205                    | 28.541          | 7,1             | 14                    |
| 10.887 l/år             | 45.566 | 27,6                    | 76.565 | 282.333                   | 90.601          | 3,8             | 26                    |



# Eksempler



Konvertering fra naturgas til varmepumpe

## Nuværende løsning

Som beskrevet i bilag 1

## Forslag til energioptimering

Der installeres en luft til vandvarmepumpe til at forsyne kontorer og mødelokaler med varme, samt en luft til luft-varmepumpe til opvarmning af lageret.

Der findes ingen fordeling af varmen med kontor og lager, men det anslås at 30% af den samlede varme går til opvarmning af lageret.

Der regnes med en SCOP (sæsongennemsnitlig virkningsgrad) for luft til vand-varmepumpen på 3,5 ved radiator drift og for luft til luft-varmepumpen på 4,2.

Prisen er estimeret ud fra lignende projekter. Der er indregnet 10.000,- til årlig service og vedligehold, samt 35.000 i omkostninger til rådgiver for at søge tilskud i Erhvervspuljen.

## Beregninger og oplysninger

| Energibesparelse pr. år |                         |         | Anslået investering i kr. | Anslået tilskud | Simpel TBT i år | Forrentning i procent |
|-------------------------|-------------------------|---------|---------------------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| kWh/år                  | CO <sub>2</sub> tons/år | Kr./år  | Kr.                       | Kr.             | år.             | %                     |
| 87.449                  | 24                      | 104.462 | 688.995                   | 152.067         | 6,6             | 15                    |

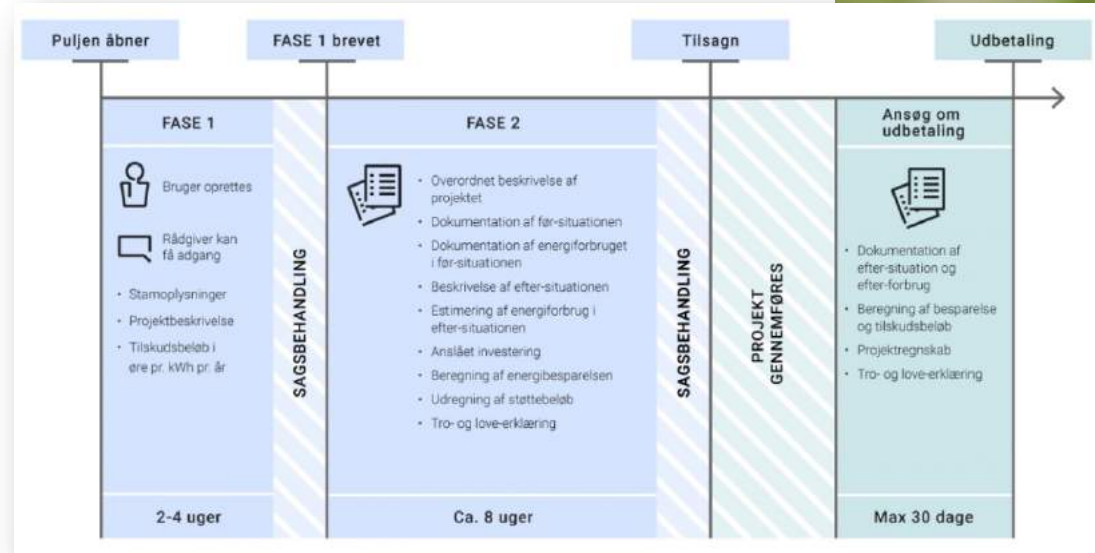


# Tilskudshjælp



## Energistyrelsens Erhvervspulje

Denne pulje åbner løbende for nye ansøgninger frem mod 2030.





# Drøftelser ved bordene

- Fortæl om jeres grønne initiativer?
- Hvilke udfordringer og muligheder giver den grønne omstilling i jeres klub?
- Skriv tre grønne tiltag ned (læg i konvolut og tag med til næste bestyrelsesmøde)



Tak for i aften

Så er der mad....

