

VELKOMMEN

GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI & NYT FRA DGU

DANSK GOLF UNION

AGENDA

- 4 VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET
- DGU'S ORGANISATION, HJÆLP FRA DGU
- KPMG: GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI
- MEDLEMSTAL
- DATA FRA GOLFSPILLEREN I CENTRUM
- GOLFENS DAG OG MADE IN DENMARK
- OL I RIO

AGENDA

- **4 VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET**
- DGU'S ORGANISATION, HJÆLP FRA DGU
- KPMG: GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI
- MEDLEMSTAL
- DATA FRA GOLFSPILLEREN I CENTRUM
- GOLFENS DAG OG MADE IN DENMARK
- OL I RIO

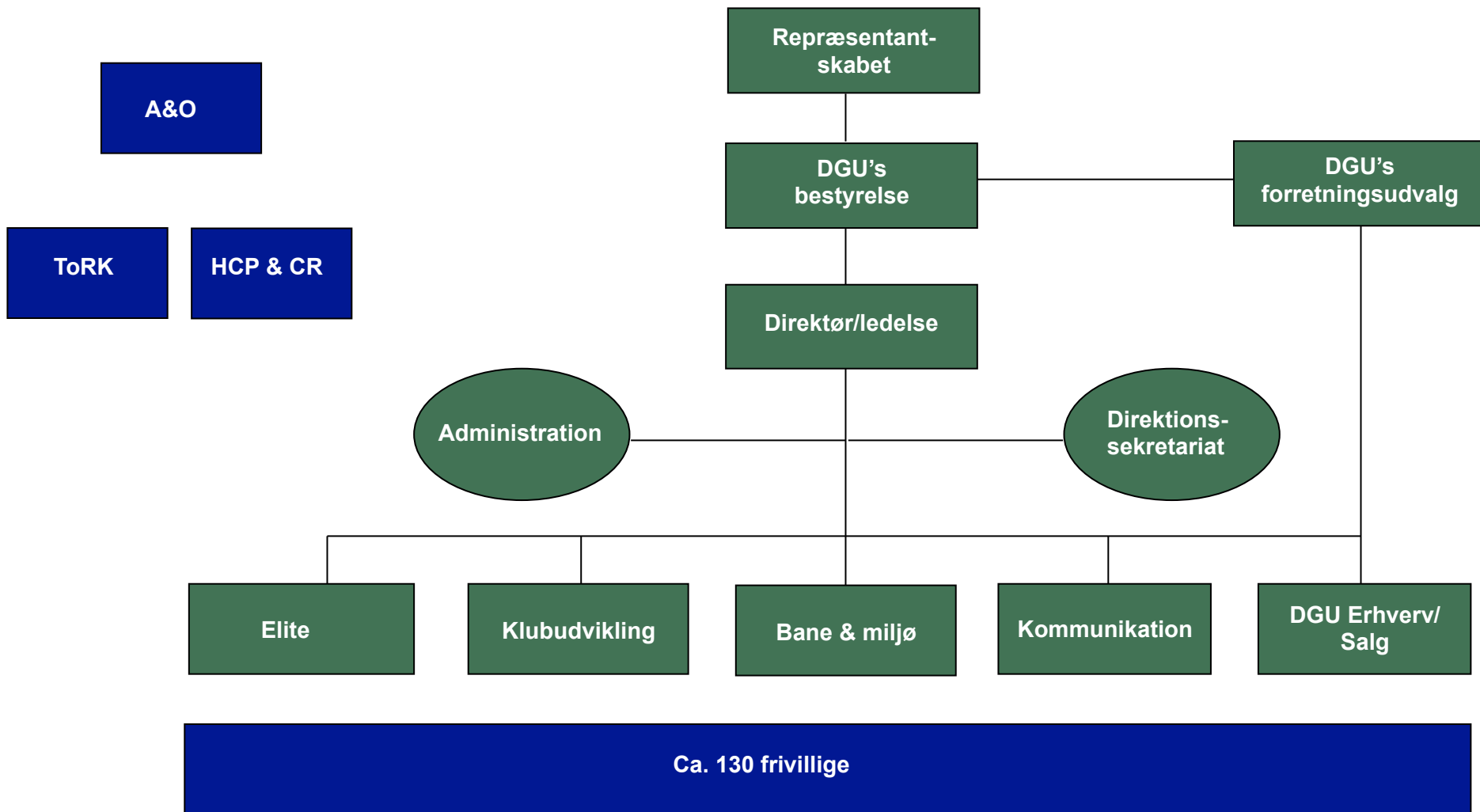
VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET

- Vi er tvunget til at sætte kunden i centrum og flytte noget beslutningskompetence ud i yderste led af organisationen for at kunne give kunden en bedre oplevelse.
- Bestyrelsens opgave er påtage sig ledelsesopgaven for klubbens udvikling. Dette gøres primært ved at arbejde med formål og visioner for golfklubben og de tilhørende planer for at føre disse ud i livet. Ledelse er at tage ansvar for, at den ansatte/frivillige gør det rigtige og er glade for det.
- Succesfulde organisationer lykkes med at eksekvere deres strategi. Prioriter indsatserne og afsætte ressourcer (tid) til at nå målene.
- Et klart og tydeligt formål samt værdier for klubben, har dannet rammen for Asserbo Golf Clubs udvikling og strategi for træningsområdet. Dette har dannet grundlag for trænerens ansættelse, proshoppens drift og medlemmernes øgede betaling af kontingent for fri træning. Formål – plan – gennemførelse – målopfølgelse i samarbejde med ansatte og medlemmer.

AGENDA

- 4 VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET
- **DGU'S ORGANISATION, HJÆLP FRA DGU**
- KPMG: GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI
- MEDLEMSTAL
- DATA FRA GOLFSPILLEREN I CENTRUM
- GOLFENS DAG OG MADE IN DENMARK
- OL I RIO

DGU'S ORGANISATION



HVAD KAN DGU BLA. GØRE FOR DIG?

- Klubudviklingsforløb – strategi, rekruttering & fastholdelse
- Klubbesøg
- Telefonrådgivning
- Dialog- og rapporteringsværktøjet "Golfspilleren i Centrum"
- Juridisk rådgivning – ansættelser/afskedigelses, lejeaftaler, vedtægter, moms. mv.
- Udvalgsarbejde – årshjul, planlægning
- Kursus i bestyrelsesarbejde
- Uddannelse af jeres ansatte og frivillige
- Publikationen "Medlemskab af DGU"
- Publikationen "Anbefalinger til god klubdrift"
- Regionalmøder & konferencer
- Se mere her: danskgolfunion.dk/bestyrelsesarbejde

AGENDA

- 4 VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET
- DGU'S ORGANISATION, HJÆLP FRA DGU
- **KPMG: GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI**
- MEDLEMSTAL
- DATA FRA GOLFSPILLEREN I CENTRUM
- GOLFENS DAG OG MADE IN DENMARK
- OL I RIO

HVORFOR GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI?

For at kunne fortælle en positiv historie om golfsporten

- Der kan ændre vores omdømme

For at tilvejebringe fakta

- Der kan styrke dialog med myndigheder lokalt og nationalt
- Der kan forbedre golfsportens rammebetingelser



PILOTPROJEKT MED 3 FORMÅL

- 1 Undersøge hvordan golfsportens sætter aftryk på samfundet
- 2 Beskrive muligheder for at beregne økonomisk værdiskabelse
- 3 Beskrive perspektiver fremadrettet

GOLFSPORTENS AFTRYK I SAMFUNDET



- Sygdomsforebyggelse
- Sundhed/motion
- Fællesskab
- Udvikling af lokalsamfund
- Frivillighed
- Jobskabelse
- Uddannelse/talentudvikling
- Multifunktionelle baner



- Vandforbrug/kunstvanding
- Pesticider, kemikalier og gødning
- Energiforbrug
- Opkøb/kultivering af jord
- Påvirkning af biodiversitet og øko-systemer

HOVEDKONKLUSIONER

- Golfsporten yder et væsentligt bidrag til samfundsøkonomien ved at nedbringe risikoen for type-2 diabetes
- Golfsporten skaber beskæftigelse og forbrug – men det er ikke muligt - i et pilotprojekt - at beregne det samlede samfundsøkonomiske bidrag!
- Golfsporten belaster miljøet – men mindre end f.eks. landbruget
- Forbruget af pesticider er faldet støt fra 2009-2014.
- Der mangler struktureret indsamling af data

RESULTATER - SUNDHED




- Undersøgelse af den potentielle effekt golf kan have på forebyggelse af type 2 diabetes
- Dækker golfspillere i aldersgruppen 41-70 år
- Studier viser at moderat fysisk aktivitet kan **reducere risikoen for at få diabetes med 30%**
- Samlet samfundsøkonomiske omkostninger til diabetes type-2 behandling (inkl. pleje, medicinering, tabt erhvervsfortjeneste, produktionstab etc.) er estimeret til mere end 25 mia. (Diabetesforeningen)
- Det estimeres at der potentielt kan spares udgifter for mere end **280 mio. kr.** til diabetes*
- Det svarer til ca. 18 personer per klub, eller **1,5 mio. kr.**

* tallet er udtryk for et estimat – baseret på en række antagelser og gennemsnit.

RESULTATER ØKONOMI



- Golf kan have en række positive økonomibidrag til samfundet:



Direkte effekter	Beskæftigelse	<ul style="list-style-type: none">• Ansatte og frivillige i golfklubberne
	Lønudgifter	<ul style="list-style-type: none">• Lønudgifter til golfklubbernes egne fuldtids- og deltidsansatte
	Indtægter	<ul style="list-style-type: none">• Indtægter fra kontingenter, indskud, green fees, træning m.m.• Tilskud og sponsorater• Omsætning i klubbens egen shop og restaurant
Indirekte effekter	Drift af bane og klubhus	<ul style="list-style-type: none">• Indkøb af produkter eller leasing af maskiner klippere m.m.• Indkøb af serviceydelser som f.eks. renovation, rengøring, vedligeholdelse
	Spilleres forbrug uden for klubben	<ul style="list-style-type: none">• Spillernes køb af udstyr, tøj og tilbehør uden for klubbens egen shop• Golfturisme i form af rejser, hotelophold, osv.
Afledte effekter	Multiplikator-effekt hos leverandører	<ul style="list-style-type: none">• Leverandørers lønudgifter• Skat betalt af leverandørers medarbejdere• Privatforbrug afledt af leverandørers medarbejders ansættelse

- Nuværende datagrundlag gjorde det ikke muligt at regne på effekterne for DGU

UDENLANDSKE UNDERSØGELSER - ØKONOMISK VÆRDISKABELSE

	Sverige	Skotland
Samlet omsætning	SEK 2,7 mia.	£1,2 mia.
Beskæftigelse (ansatte)	1.800	+20.000
Golfturisme	SEK 1,9 mia. pr. år	£120 mio

RESULTATER - MILJØ



- Brug af kg. aktivstof er faldet med 69% siden 2009.
- Golf: **0,05 kg aktivstof** pr. hektar. Landbrug: 1,15 kg aktivstof pr. hektar.
- Golfsportens reduktion af pesticider svarer i perioden til en reduktion af samfundsomkostningen ved brug af pesticider på **kr. 653.000**.



- Svingende vandforbrug i perioden 2009 til 2014
- Golf: **142 m3 / hektar**.
- Landbrug: 240 m3 / hektar
- Den samlede miljømæssige omkostning for vandforbruget i 2014 er estimeret til mere end **5,4 mio. kr.**



- Omkostningen ved 1 hektar green er: **46.998 kr.**
- Omkostningen for 1 hektar semi-rough er: **28.348 kr.**
- Omkostningen for 1 hektar landbrugsjord er: 57.442 kr.

PERSPEKTIVER I DANMARK

Økonomiske perspektiver

- Golfturisme og udvikling af lokalsamfund
- Jobskabelse og udgifter til leverandører
- Frivilligt arbejde

Sundhedsmæssige perspektiver

- Øvrige livsstilssygdomme
- Psykisk sundhed
- Fællesskab

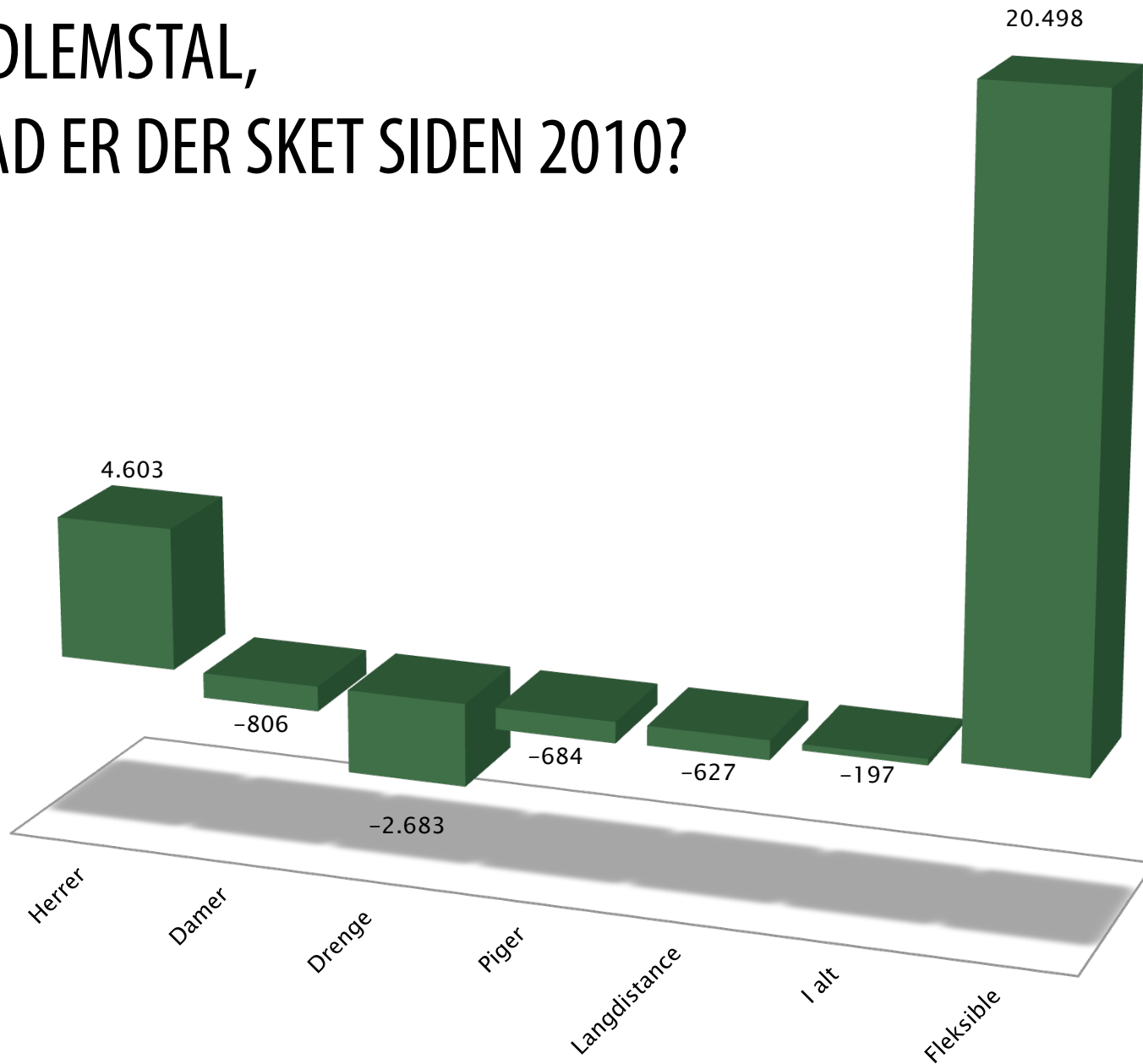
Miljømæssige perspektiver

- Genanvendelse og opsamling af regnvand
- Metoder til besparelse af gødning og pesticider

AGENDA

- 4 VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET
- DGU'S ORGANISATION, HJÆLP FRA DGU
- KPMG: GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI
- **MEDLEMSTAL**
- DATA FRA GOLFSPILLEREN I CENTRUM
- GOLFENS DAG OG MADE IN DENMARK
- OL I RIO

MEDLEMSTAL, HVAD ER DER SKET SIDEN 2010?

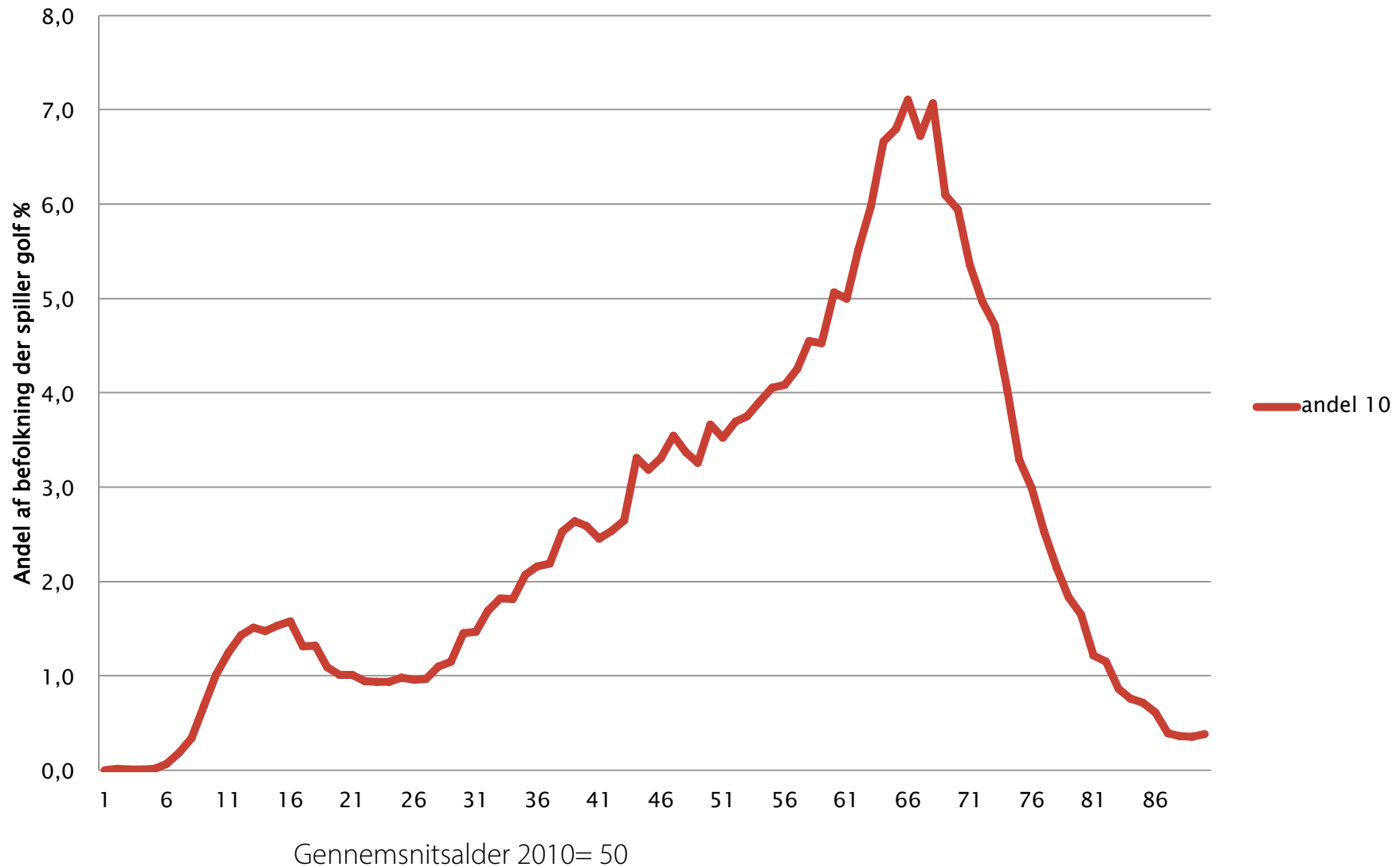


I SØNDAGS

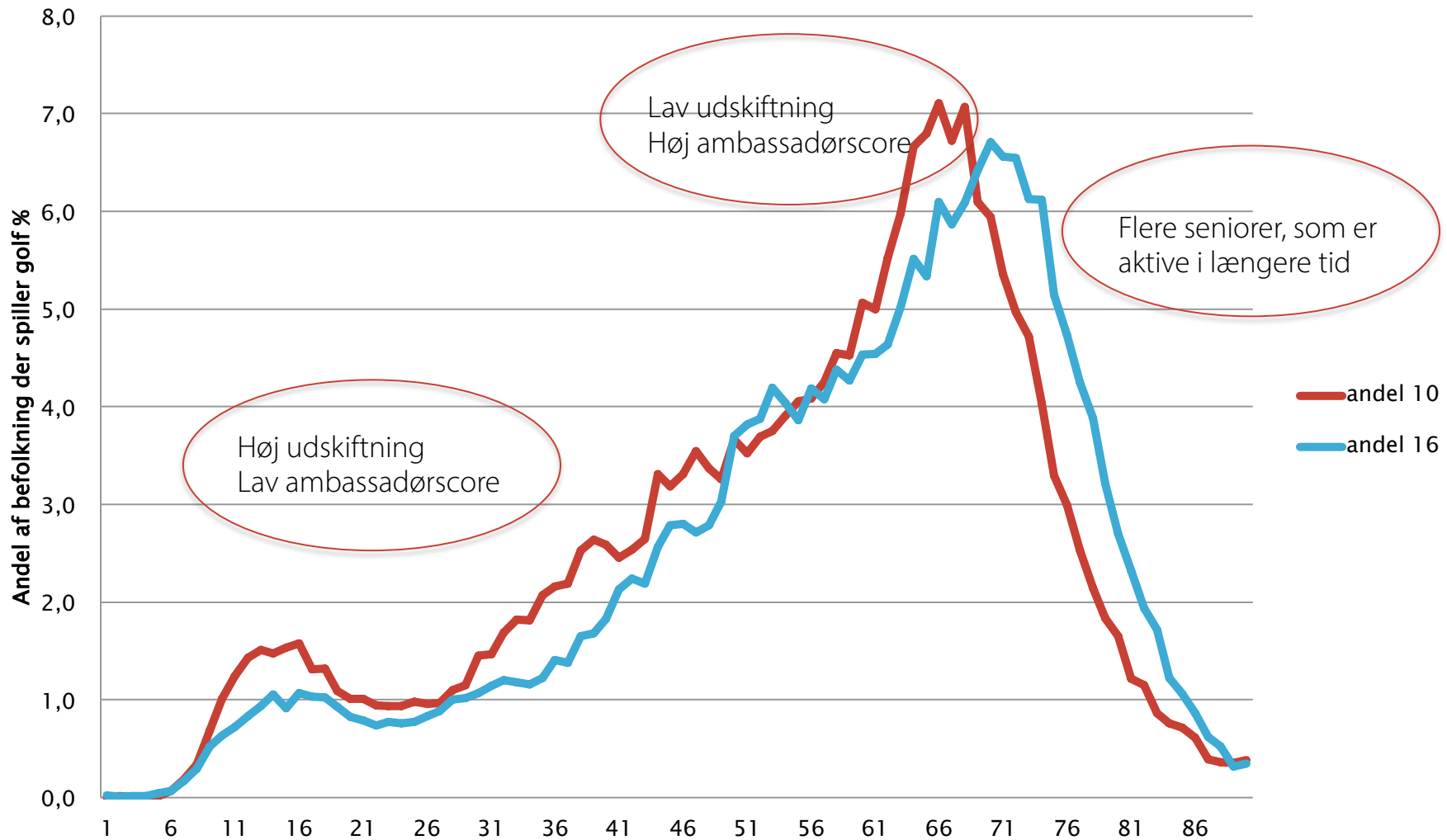


DR 

ALDESKURVEN UNDER FORANDRING



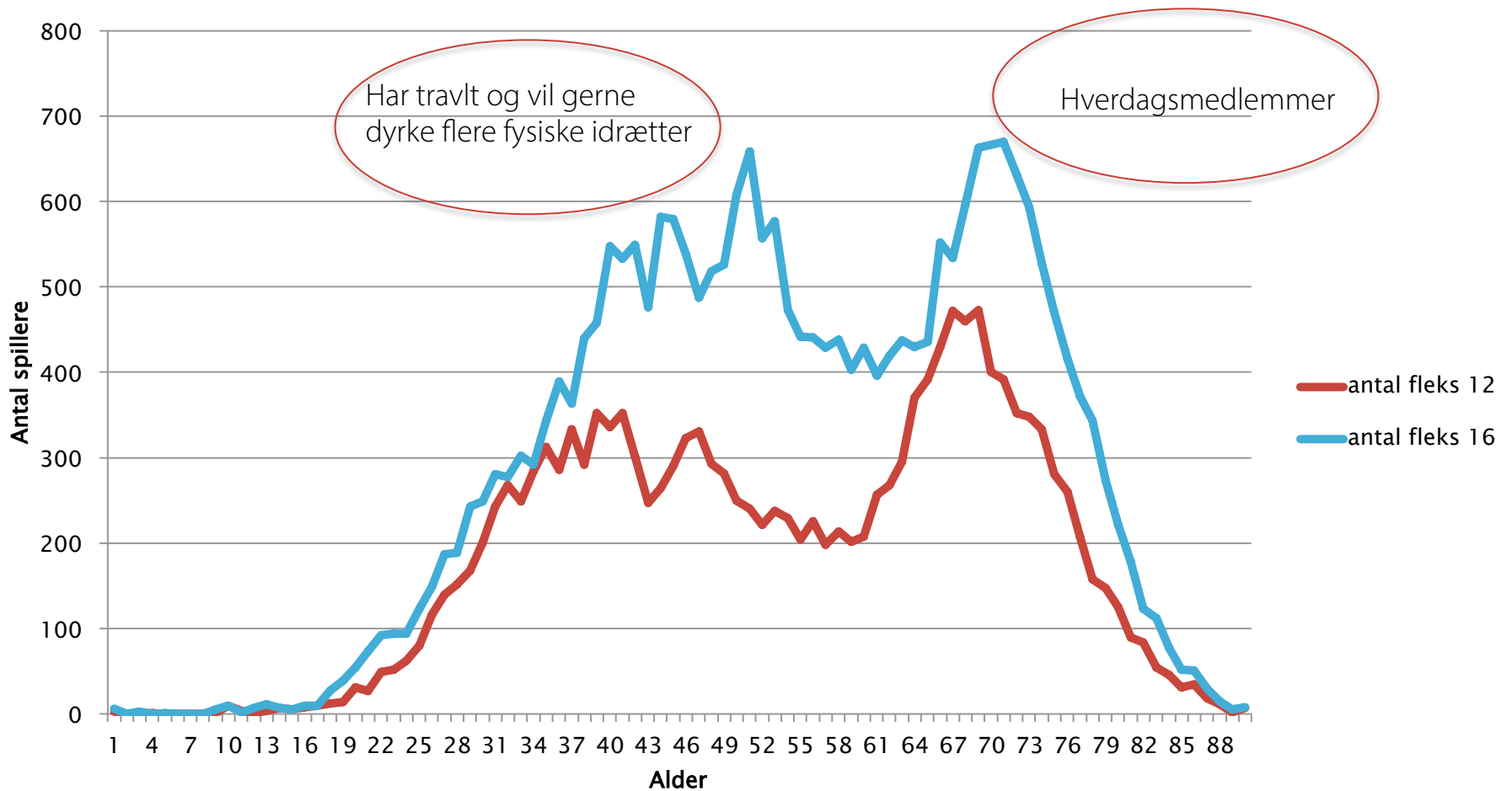
VORES SPILLERE BLIVER ÆLDRE!



Gennemsnitsalder 2010= 50

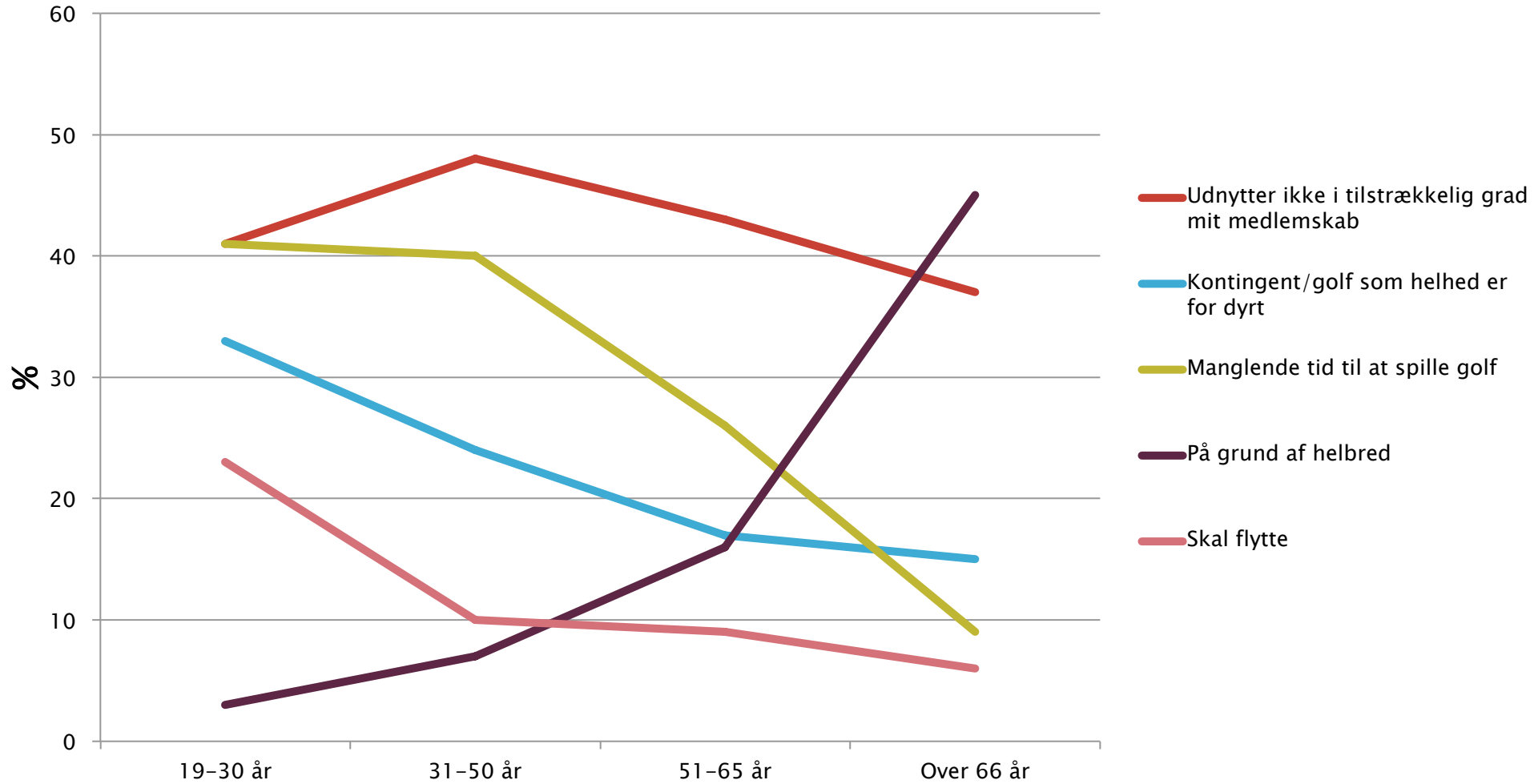
Gennemsnitsalder 2016= 53

ALDERSFORDELING FLEKS. MEDLEMMER



HVORFOR FORLADER VORES SPILLERE OS?

Årsager til udmeldelse N = 4.569



ER DET ET PROBLEM AT ALDERSFORDELINGEN ER SKÆV?

Ja!

Men vi gør det rigtige!

- Vi skal være stolte af vores gode tilbud til seniorerne, for vi har et fantastisk tilbud til dem: fællesskab, sundhed, natur - og de har god tid og vil gøre en frivillig indsats!
- Fokus på de unge, et bedre juniormiljø: relationer, udvikling og sjov. Flere frivillige trænere!
- Vi skal fokusere på fastholdelse - herunder den gode begyndelse
- Vi skal fokusere på rekruttering – medlem skaffer medlem
- Vi skal på landsplan have et differentieret udbud af måder, man kan være tilknyttet golfsporten på

AGENDA

- 3 VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET
- DGU'S ORGANISATION, HJÆLP FRA DGU
- KPMG: GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI
- MEDLEMSTAL
- **DATA FRA GOLFSPILLEREN I CENTRUM**
- GOLFENS DAG OG MADE IN DENMARK
- OL I RIO



GOLFSPILLEREN I CENTRUM

I samarbejde med:

DANSK GOLF UNION

RAW MILK®



HVAD ER DET?

- Et online dialog- og rapporteringsværktøj der via spørgeskemaer til klubbens medlemmer og gæster fortæller klubben, hvad den gør godt, og hvad den kan forbedre, hvis den ønsker flere loyale medlemmer
- Kr. 6.000 (+ moms) pr. år – "plug and play"
- 112 danske golfklubber bruger systemet



PLAYERS 1ST

Players 1st er på nuværende tidspunkt startet op i nedenstående lande, enten i testfase eller implementeringsfase:

- Finland (implementeringsfase)
 - Norge (implementeringsfase)
 - Sverige (implementeringsfase)
 - Holland (testfase)
 - Irland (testfase)
 - USA (testfase)
 - Schweiz (testfase)
-
- Vi holder mange foredrag internationalt
 - Der planlægges vidensdeling på tværs af landene



1 + 19 | AMBASSADØR- SCORE FRA 2014 TIL 2015

1. Fremgang vedr. socialt miljø i klubben
2. Fremgang i tilfredshed med restaurant
3. Fremgang i tilfredshed bestyrelse & ledelse

Vi har ønsket en ny profil på managerposten. En mere udadvendt manager, der er "på fornavn" med medlemmerne. Vi har mange ældre medlemmer, der har behov for en lille snak.

Der er kommet ny forpagter i restauranten. De er meget smilende og har et stort servicegen. Større team end tidligere.

En meget kommunikerende og involveret formand, som gør, at vi har fået flere frivillige til at hjælpe os.



2 + 19 | AMBASSADØR- SCORE FRA 2014 TIL 2015

1. Stor fremgang i tilfredshed med banen generelt

Klubben har haft tradition for ikke-uddannede greenkeepere. Der er nu kommet en ny og ambitiøs chefgreenkeeper, med en rigtig greenkeeperuddannelse.

Vi har investeret i banen i 2015. Der er bla. foretaget reparation af vandingsanlæg, maskinindkøb, topdress mv.

Den nye chefgreenkeeper er god til planlægning og til formidling af tiltag på banen til klubbens medlemmer – og der er fra klubbens side en høj grad af tillid til ham.



3 + 17 I AMBASSADØR- SCORE FRA 2014 TIL 2015

1. Fremgang i tilfredshed med restaurant
2. Fremgang i tilfredshed med rough
3. Fremgang i tilfredshed med klublivet

Ny restauratør med den rette personlighed. God service. Tidligere restauratør brød sig reelt ikke om golfspillere.

Har i 2014 hyret arkitekt i forbindelse med plan for banen. Mere rough for at definere banen bedre – men fik ikke kommunikeret dette til medlemmerne.

I 2015 langt bedre information til – og dialog med - medlemmerne samt mindre rough i landingsområder og mere rough på steder der ikke generer spillet.



4 - 38 I AMBASSADØR- SCORE FRA 2014 TIL 2015

1. Utilfredshed med greens

Klubben har været præget af ringe greens igennem en længere periode. Mange ligger i skygge og er våde. Et koldt og langt forår i 2015 forværrede greens tilstand. Flere medlemmer meldte sig ud af klubben.

Banen ligger på kommunal jord. Der har i 2014/2015 været dialog med borgmester, embedsmænd og naturstyrelsen med udgangspunkt i data fra Golfspilleren i Centrum.

Der er nu givet tilladelse til at fælde en række træer rundt om greens.

Klubben har været pesticidfri siden 1998, men har som forsøgsordning nu fået lov til at bruge fungicider mod sneskimmel på greens. Klubben har ikke søgt om lov til at bruge insekt- og ukrudtsmidler.



FLERE GLADE MEDLEMMER – POSITIVE AMBASSADØRER

Klubliv:

- De rette mennesker i motorrummet
- Skab den gode stemning

Banen:

- Sørg for jævne greens og godt spilletempo
- Hold bundniveauet oppe

Restaurant:

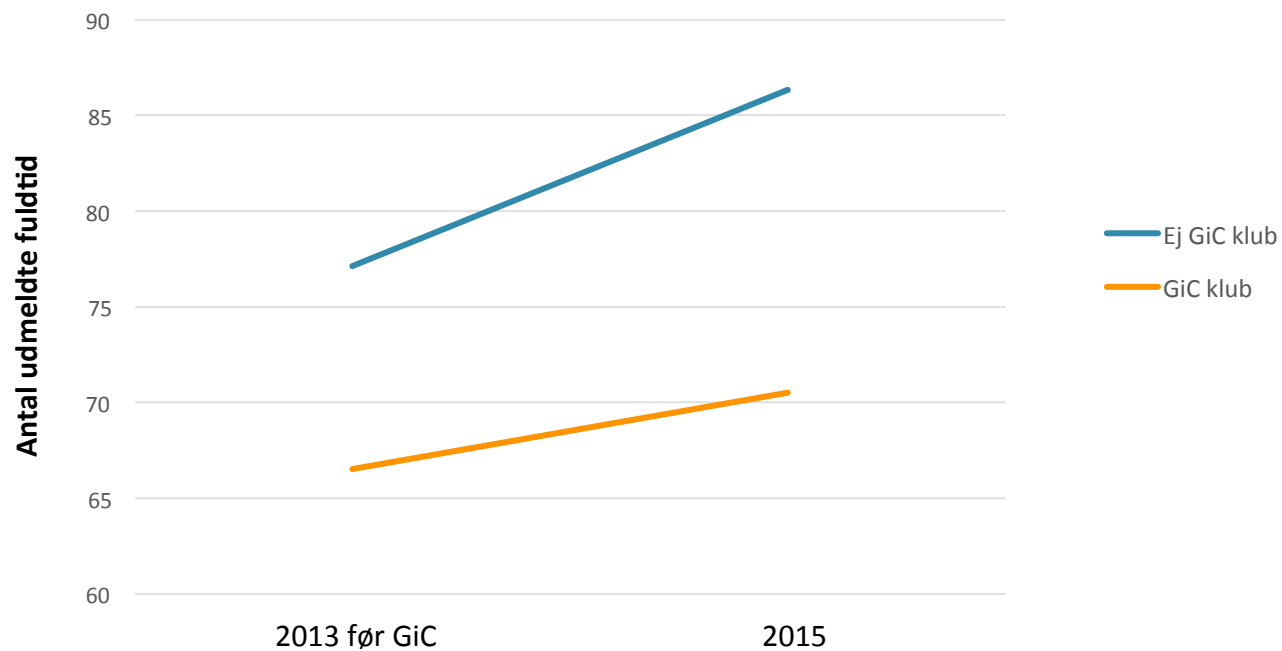
- De rette mennesker (service, smil og sammenhold)
- Indgå som en naturlig del af klubmiljøet

Ledelse og information:

- Medlemmer skal opleve sig velinformeret
- Bestyrelsen/ansatte skal være synlige og tilgængelige



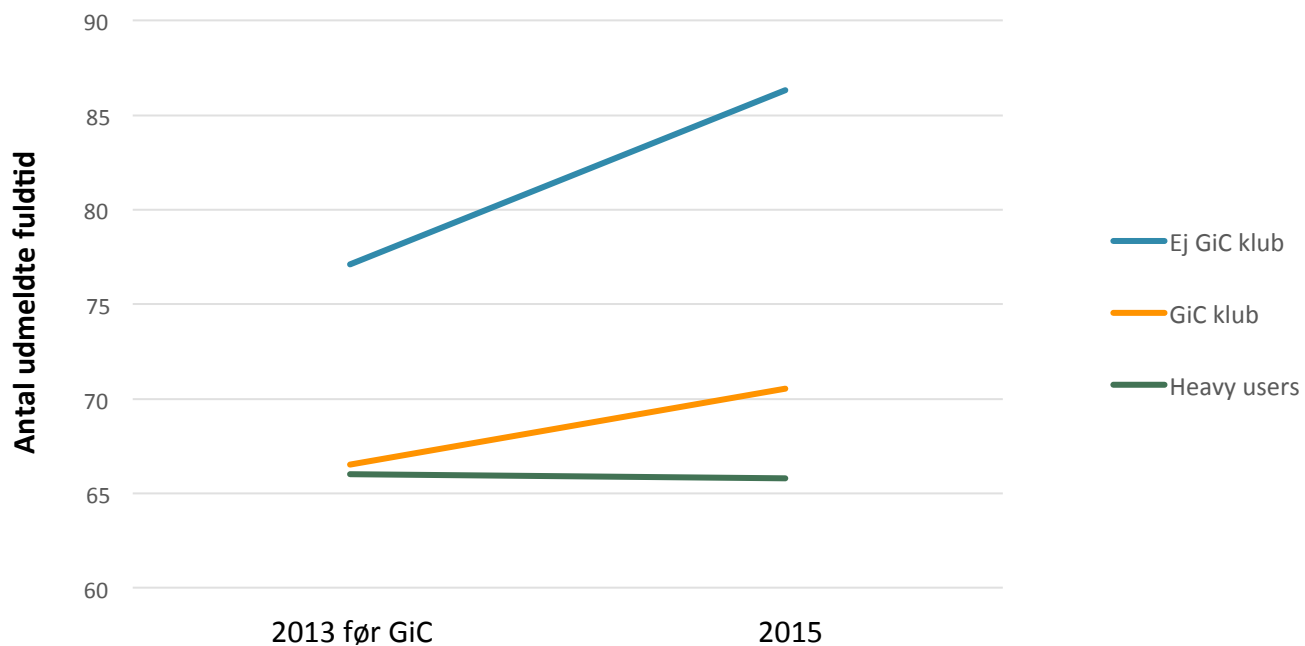
GOLFSPILLEREN I CENTRUM



Klubber har generelt haft sværere ved at fastholde fuldtidsmedlemmer de sidste 2 år, men de klubber som har fokus på medlemsoplevelsen klarer sig bedst



GOLFSPILLEREN I CENTRUM



De klubber, som har været dygtige til at implementere og gøre kundeoplevelsen til en styrende del af dagligdagen har en mere positiv udvikling.

AGENDA

- 4 VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET
- DGU'S ORGANISATION, HJÆLP FRA DGU
- KPMG: GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI
- MEDLEMSTAL
- DATA FRA GOLFSPILLEREN I CENTRUM
- **GOLFENS DAG OG MADE IN DENMARK**
- OL I RIO

GOLFENS DAG 2016

- 17. april 2016
- Tema: Golf er livslang kærlighed
- Landsdækkende markedsføring fra DGU:
 - Annoncering i 155 lokalaviser & Golf tillæg
 - Radiospots
 - Facebook og Instagram - #golfensdag
 - Samarbejde med Diabetesforeningen
 - Freecard i caféer og fitness centre
- Materialer til golfklubben:
 - Pressemeddelelse
 - Banner, tekst og logoer til golfklubbens hjemmeside
 - Annonceskabeloner
 - Plakater/flyers

Husk jeres hjemmesider.....

Og tatoveringer!

DANSK GOLF UNION

**GOLF ER LIVSLANG
KÆRLIGHED**

*Spil med på Golfens Dag
den 17. april*

#GolfensDag #SpilMed #Golfdk



MADE IN DENMARK – DGU'S AKTIVITETER

- I er velkommen i DGU's flotte telt
- Flere perioder med "Åbent hus"
- Vi inviterer alle bestyrelsesmedlemmer i danske golfklubber til at komme forbi teltet!
- Fortsat billetter til formænd
- Fortsat formandsgolf lørdag formiddag



AGENDA

- 4 VIGTIGE POINTER FRA TEMAMØDET
- DGU'S ORGANISATION, HJÆLP FRA DGU
- KPMG: GOLFSPORTENS SAMFUNDSVÆRDI
- MEDLEMSTAL
- DATA FRA GOLFSPILLEREN I CENTRUM
- GOLFENS DAG OG MADE IN DENMARK
- **OL I RIO**

OL 2016 RIO DE JANEIRO

- 60 spillere herrer/damer
- Top 15 fra verdensranglisten, dog max. fire spillere fra et land (P.t USA & Sydkorea)
- Herefter fyldes feltet op fra verdensranglisten max. to spillere pr. land
- Danmark får to herrer og to damer med
- Hver spiller får både caddie og træner med til RIO
- DGU afholder pressemøde med bla. Kronprinsen & spillere som optakt til OL





















PAUSE