

Harde tider i Golf-Norge

Svikt i greenfeeinntekter og vanskeligere rekruttering. Det er mye som mangler på at Golf-Norge skal få godkjent helseerklæring, men mange tror bunnen er nådd nå.



L angst på vei er dette meldingen fra et tretti-tall aktører, både klubber og andre, som Norsk Golf var i kontakt med ved årsskiftet, altså før årsregnskapene var klare. Hovedtendensen for 2005 er imidlertid tydelige, selv om det finnes unntak på alle felter, både klubbvis og regionale.

Greenfee ned, kontingenter opp. En vanlig statusmelding for 2005 er at greenfeeinntektene har gått ned, mens antall spilte runder totalt har holdt seg stabilt på grunn av at medlemmene spiller mer på hjemmebane. Dette betyr resultatvikt på greenfee for de fleste klubbene, men en del har reddet balansen ved å sette opp kontingenten fra 2004 til 2005.

De fleste klubber melder om en nedgang i medlemstallene. Utmeldinger på mellom 10 og 20 prosent er det vanligste anslaget, og mye vanskeligere tilgang til nye spillere. Denne kombinasjonen er kanskje den mest alvorlige delen av tilstandsrapporten. Utmeldingstallene er ikke i seg selv dramatisk høyere enn de har vært i noen år nå, men problemene med nyrekruttering gjør at netto medlemsvekst for de fleste klubbers vedkommende er negativ.

NGFs statistikker viser imidlertid fortsatt total vekst. Forklaringen på dette misforholdet ligger



antakelig i at det fortsatt etableres nye klubber rundt omkring i Norge, og at disse henter inn både ferske spillere og golfere som benytter anledningen til å melde seg inn i klubb nærmere bostedet.

Tøffere rekruttering, tapte investeringer.

På medlemsverving er det nye og tøffere takter. Mange klubber har gjennomført forsøk med mer aggressiv medlemsverving, og enkelte har i 2005 solgt grøntkort-kurs for helt ned i 150 kroner som del av forskjellige pakkedninger.

Utstyrsleverandørenes tall bekrefter tendensen. Omsetningen som sådan er forholdsvis stabil, men det har skjedd en klar forflytning fra billige produkter, som typiske nybegynnersett, til mer etablerte, dyrere merker. Dette understreker at Norge er ferdig med den første golfboomen.

Ser man på medlemmenes investeringer, i den





TØFFE TIDER: Det er ikke så mye å hente på greenfeesiden lenger. Lavere medlems-tall og færre besøkende gir mange tomme baner til tider.

FOTO: PAL A. Næss

grad spillerrettigheter, obligasjoner, andeler og aksjer noensinne var investeringer, kan de nå avskrives som tapt. Bare et fåtall golfaksjer, for å bruke en samlebetegnelse, har underliggende realverdier i gård og grunn; de fleste er finere former for bagtags.

Variasjonene er imidlertid store. Noen aksjer/rettigheter har falt helt ned i tjue prosent av toppnivå de siste årene, andre har hatt mer moderat prisfall. Men ingenting tyder på at prisene kommer til å gå opp igjen med det første; de som kjøpte dyre andeler for noen år siden, må innse at de ikke har investert i noe mer enn golfglede.

De mest gledelige tendensene gjelder sponsormarkedet, eller forholdet til samarbeidspartnere. De fleste klubber

understreker at de har dyktiggjort seg, og legger større vekt på denne siden av driften. Det er derfor ikke entydig sikkert at sponsormarkedet er blitt lettere. Likevel når de fleste klubbene budsjett på dette punktet, og en del melder om inntekter over budsjett.

Nyetableringer og hardere konkurranse. Nyetableringer kommer heller ikke til dekket bord, selv ikke på det sentrale Østlandet. Lederne for to av de ferskeste og største satsingene, Aas Gaard og Holtsmark, er forsiktig optimistiske, men begge prosjektene har vært gjennom reorienteringer underveis i anleggsprosessen.

Daglig leder Lars Hjorth på Holtsmark erkjenner villig at det Trent Jones jr.

designede anlegget, slik det vil fremstå når den er ferdig til neste år, ville vært umulig å gjennomføre uten konkursen som effektivt sanerte en stor porsjon gjeld, og la grunnlag for å reetablere prosjektet med billigere inngangsbillett for investorene.

På Aas Gaard sier Nils Thomas Fearnley at også de ville hatt det atskillig trangere nå, hvis de hadde fått godkjenning for de opprinnelige byggeplanene. Mens de ventet på godkjenning kom erkjennelsen av at boomen var over, og prosjektet ble justert for enklere vedlikehold og dermed sunnere drift.

Likevel er det ingen av disse to som har forventninger om å gjøre seg rike på investeringene i overskuelig fremtid. Og for klubber som er i startgropen vil det

bli trange år fremover. Det stilles harde krav til egenkapital, ofte 50 prosent, og utbyggere bør være sikre på at de har et markedsgrunnlag før de tar de første spadetakene.

Lyspunktet: Idretten. Lyspunktene i 2005 kom på sportssiden: Suzann Pettersens stadig stadigere spill utover sesongen lover godt for fremtiden, og med Henrik Bjørnstads formidable comeback fikk vi endelig en nordmann på PGA-touren. Ikke mindre imponerende var Marius

Thorps individuelle EM-seier, tungtveiende bidrag til et sølv for Norge i lagkonkurransen for juniorer, og innsatsen i det prestisjetunge matchoppgjøret for juniorer mellom Europa og England/Irland, *The Jacques Leglise Trophy*. Og under nordisk mesterskap endte det med gull både i herre- og jenteklassene, samt sølv i gutteklassen.

NGFs toppgolf-satsing har fått en utmerket start. Norge har, kanskje for første gang, en bredde i toppen som gir grunn til å ha forventninger til fremtiden. Det betyr at golf, i 2006, antakelig vil befinne seg på mediekartet i Norge på en annen måte enn før.

– Ja, sier generalsekretær Geir Ove Berg med en hemmelighetsfull liten latter da han får spørsmålet om NGF har merket noen effekt i sponsormarkedet.

– Ja, så absolutt. Vi er inne i en prosess nå, men det er klart vi har merket større interesse. Det å ha golfspillere på frokost-TV betyr faktisk noe.

Hva skjer i 2006? Det virker som førsteprioritet i klubbene er å opprettholde, helst forbedre, kvaliteten på bane og treningsfasiliteter. Neste punkt handler oftest om medlemsbehandling, spesielt å ta vare på eksisterende betalende medlemmer på en bedre måte. Det er blitt dyrere å rekruttere, og relativt sett billigere å beholde de som allerede er inne. Mange klubber vil satse mer på den jevne, voksne herrespiller, på lojalitetstiltak som vervekampanjer, og økt sosial aktivitet.

Flere klubber ser også etter måter å

få frafalne medlemmer tilbake på, og mange jobber med å senke terskelen inn, gjennom nybegynnerpakker av forskjellig slag. Som for eksempel å inkludere kølesett i prisen, eller å tilby helt gratis grøntkort-kurs.

Daglig leder Peder Mørk på Mørk GK vil, i likhet med mange andre, ikke ut med hva akkurat de har i ermet, men sier:

– Vi har planer for 2006. Vi tenker helt nytt nå, og jeg tror nok mange vil bli overrasket.

Svært mange nevner det som kanskje er det sterkeste virkemidlet for å beholde medlemmer, og etter hvert kunne pålegge dem kostnadene ved å drive en bane: Å gjøre dem til bedre spillere. En god golfer er en lykkelig golfer, er teorien, og lykelige golfere har mer sannsynlig større lojalitet til den banen de er best på. Det ligger også en del penger i andre kurs enn grøntkortkurs. Hvitt kort for alle, later til å være mottoet for 2006.

Konkurransefortrinn og diversifisering. Mange klubber tenker image og konkurransefortrinn nå; de spør seg hva slags klubb de skal være og hva slags bane de skal ha. Det er en ny tydelighet om klubbkonseptet å spore. Miklagard er en av klubbene som

SPORTSLIG SUKSESS: Henrik Bjørnstad og Marius Thorp har stått for den største sportslige suksessen i golfåret 2005.

har vært bevisst dette fra starten av, og i løpet av kort tid oppnådd imaget de ønsket: Monsterbanen med de lynraske greenene.

I Tyrifjord GK, tradisjonelt kjent som en greenfeeklubb, snakker daglig

leder Bent Hinze åpent om at de nå gradvis vil legge om til en medlemsbane. Og Lars Hjorth på Holtsmark er klar på at de «medlemmene» de organiserer ikke er medlemmer i tradisjonell forstand, men mer som fjernmedlemmer å regne. Holtsmark har da også som målsetting å forsyne seg kraftig av fjernmedlemskap fra samtlige klubber i landet.

Det merkes også at flere klubber tenker i en slags «country club»-retning, med økte sosiale aktiviteter rundt klubben; å gjøre den til et samlingssted også når det ikke skal spilles golf, med bedre restauranter og flere muligheter til å arrangere konfirmasjoner og bryllup i klubblokaler.

Andre klubber vil antakelig gå i stikk motsatt retning, og bli mer rufsete i jakkeskjøtene; ordet «familiebane» blir stadig hyppigere brukt i Golf-Norge. Dette er en bane med forholdsvis lav standard som er åpen for alle, gjerne også spillere uten grøntkort, og hvor man kan stikke innom uten å ha booket på forhånd. Ikke direkte pay&play, men nesten. Dette er også i tråd med NGFs ønsker om å til-



FOTO: PÅL A. RÅSE



FOTO: PÅL A. RÅSE





TRANG ØKONOMI: På Aas Gaard sier Nils Thomas Fearnley at de ville hatt det atskillig trangere nå, hvis de hadde fått godkjent de opprinnelige byggeplanene.

gjengeliggjøre sporten. Men en stikk-innombanc bør ha riktig beliggenhet, i hvert fall hvis man skal tiltrekke seg ungdom uten egen bil.

Sentrum, periferi og golfturnisme. Det er store forskjeller på Golf-Norge fra det sentrale østlandsområdet, via innland og vestland, til Nord-Norge. Det virker soleklart at klubbene jevnt over sliter mer i distriktene enn i sentrumsnære områder, for øyeblikket. Baner som Norefjell og Skei er helt avhengige av å få uttelling fra omkringliggende hyttelandsbyer. Daglig leder Frode Hov i Lofoten GK mener at den mye omtalte, bejublende artikkelen i New York Times helt klart har bidratt til en grei sesong, men mener at mye fortsatt er ugjort på reiselivssiden.

Både de utpregede "turistbanene" og en rekke andre baner som ligger utenfor befolkningssentra må finne sin egen nisje, gjerne satt i en større sammenheng eller samarbeid, som lar seg kommunisere som en attraksjon med noe mer enn golf innebygd. Den første fjellbanen med islandshester i stedet for golfbiler er antagelig på riktig vei, for å si det spissformulert.

Den største forskjellen på sentrum og periferi er imidlertid mer oppsiktsvekkende: Det later til å være en slags 30-minutters-regel i kraft. Baner som ligger innenfor 30 minutter med bil fra et større tettsted eller by, melder stort sett om bedre år enn de som ligger utenfor en slik radius.

Golf-kooperasjoner? Men diversifisering og hardere konkurranse trenger ikke skje på alle fronter; det snakkes mye om å øke samarbeidet i årene som kommer. Innkjøpssammenslutninger er allerede et etablert faktum. For eksempel har noen proshopper slått seg sammen i en mini-kjede, og det er antakelig bare et tidsspørsmål før den utvides, eller tilsvarende konstellasjoner kommer.

På banedriftssiden er det mange klubber som ser etter måter å samarbeide om maskinpark på. Hvis flere klubber kunne dele på de såkalte lavintensitetsmaskinene (de som bare er i bruk noen få ganger i året) ville det være mye å spare på investering og vedlikehold. På den andre side er det ofte vanskelige maskiner å dele på, da de gjerne skal brukes på et spesielt tidspunkt i sesongen. Men disse diskusjonene vil fortsette.

Innen klubbdriften kan det trolig samarbeides om administrative tjenester som regnskaps- og sekretærfunksjoner, slik det i dag gjøres om markedsføring. Mange mener imidlertid at man kan gå flere skritt videre i å vurdere former for samarbeid, og nesten regulære sammenslutninger. Kanskje er det ikke slik at alle klubber trenger sin egen daglig leder, på samme vis som ikke alle skoler trenger egen rektor?

Økte kontingenter! Norge er fortsatt en ung golfnasjon. Så langt i golf-boomen har mange klubber basert seg på volumtenkning og høy omsetning; mange kursdeltagere,

mange greenfeespillere, og i tillegg både høy turnover på medlemssiden og forholdsvis høyt snitt-medlemstall.

Det er ingen grunn til å tro at dette skal fortsette. Fra nå av må de fleste klubbene i større grad fokusere på dekningsgraden, og se til at hver omsatte krone gir et bidrag i kassa. Det har i en del klubber vært billigere å være hullspons enn å være medlem. Bra for den smarte kjøper, ikke så bra for klubben. Og når omsetningen i en sponsorturnering gir negativt dekningsbidrag, er det grunn for klubbene til å tenke nytt.

Problemkomplekset nå er at det fortsatt kreves investeringer i produktforbedring, både på baner og treningsanlegg. Samtidig er nyrekruttering blitt vanskeligere, og vil måtte skje til lavere pris, noe som gir dårligere inntjening på kort sikt. Det vil heller ikke være mye sponsorpenger å hente for klubbene i årene som kommer, spesielt hvis disse også skal gi dekningsbidrag.

Samtidig går det færre greenfeerunder og flere medlemsrunder, noe som gir lavere inntekter til klubben om det ikke kompenseres for på en eller annen måte. Regnestykket er ganske enkelt: De fleste baner har en maksimal kapasitet på grovt anslått 30 000 runder i året. Med 1200 medlemmer som hver går 20 runder, sier det seg selv at det ikke er plass til mange greenfeespillere.

Dermed vil økt årsavgift tvinge seg frem, selv om mange klubber fortsatt er redde for konkurransen fra fjernmedlemskap; hvis trenden fortsetter, må det til. En normal klubb med 1200 medlemmer kan drive uten større tilskudd fra greenfeespillere med en årskontingent på 7-8000 kroner. Og hvis golfspillerne er villige til å betale dette for å spille så mye de vil på sin bane, er alt i orden: Da kan det også bygges langt flere baner enn nå, også lavkostnads familie- og treningsanlegg.

Det lyder mye for dem som i dag betaler langt under en tusenlapp. Men et medlemskap i et helsestudio er omtrent på dette nivået, og hvor mange er det ikke som gladelig betaler disse pengene? På Miklagard vil de, ifølge daglig leder Tore Waage, innføre fleksible innbetalingsformer, muligens i form av månedlige avdrag, i løpet av 2006.

Det er harde tider, og de må snus; og det er endringer og løsninger av en ny type som må til i Golf-Norge nå. ●



MEDLEMSBANE: I Tyrifjord GK snakker daglig leder Bent Hinze åpent om at de nå gradvis vil legge om til en medlemsbane.



FJERNMEDLEM: MER: Lars Hjorth på Holtsmark sier at «medlemmene» de organiserer er mer som fjernmedlemmer å regne.