

Golf sponsoring in Nederland

SponsorMaps

Augustus 2009

Inhoud

1. Inleiding
2. Het Nederlandse golflandschap
 - De Nederlandse golfer
 - Bonden en organisaties
 - Banen
 - Evenementen
 - Spelers
 - Media
3. Sponsoring van golf in Nederland
 - Sponsors
 - Financieel
4. Conclusies en toekomstmogelijkheden

Inleiding

De golfsport is de laatste jaren in Nederland enorm in populariteit toegenomen. Op allerlei terreinen is deze groei waarneembaar. Zo is de Nederlandse Golf Federatie inmiddels een van de grootste sportbonden van ons land. Het aantal golfterreinen met 18 holes neemt jaarlijks met 5 banen toe en de bladen die over golf schrijven zien hun oplages nog steeds gewoon stijgen. Het profiel van de golfer en het imago van golf zoals dat lange tijd bestaan heeft is dan ook veranderd. Golf is geen elite sport meer.

Maar niet alleen in de breedte neemt de belangstelling voor golf toe. Ook op topsportniveau is een aanzienlijke groei zichtbaar. Dit jaar spelen zes Nederlandse golfers in de European Tour. Aan het KLM Open doen in 2009 maar liefst 19 Nederlandse spelers mee. En met de grote kans dat golf in 2016 een Olympische sport wordt zal golf ongetwijfeld komende jaren verder in populariteit toenemen.

Golf is ook van oudsher onder het bedrijfsleven populair. Niet alleen wordt er vrij fanatiek gegolfd en zijn er honderden, zo niet duizend bedrijfstoernooien. Ook wat betreft sponsoring van golf door de bedrijven is er de laatste jaren een onmiskenbare groei. Niet alleen in het aantal bedrijven, maar ook in de bedragen die er omgaan.

Deze inventarisatie door SponsorMaps geeft een actueel en accuraat beeld van sponsoring van golf in Nederland. Het laat zien welke ontwikkelingen te signaleren zijn en welke bedrijven (sponsors) daarin actief zijn en met welke doelstellingen. Aan de hand van de inventarisatie wordt een aantal conclusies en aanbevelingen gedaan, ook wat betreft de toekomstige sponsormogelijkheden voor het bedrijfsleven in golf.

Voor het rapport is gebruik gemaakt van informatie en onderzoeken van de Nederlandse Golf Federatie, Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties, SPORT + MARKT, Respons Evenementen Monitor en SponsorTribune.

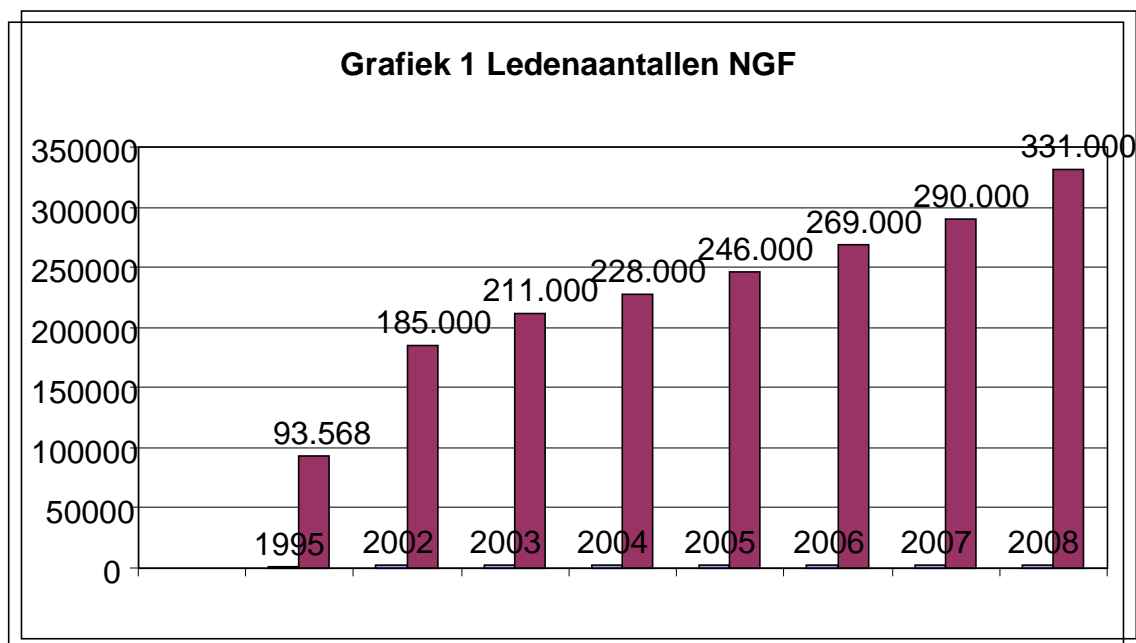
Het onderzoek is mogelijk gemaakt door ABN AMRO.

Groeningen, augustus 2009

2. Het Nederlandse golflandschap

De Nederlandse golfer*

Momenteel zijn er in Nederland zo'n 330.000 golfers actief, onder te verdelen in clubgolfers en 'vrije golfers'. Als men nagaat dat er in 2002 nog maar 185.000 Nederlanders actief aan het golfen waren, is de stijging in het aantal golfers in ons land zonder meer spectaculair te noemen (zie grafiek 1). Ondanks de vergrijzing en de groeiende aandacht voor de sport in de media is de verwachting overigens dat de groei de komende jaren licht zal afvlakken. Als de huidige trend wordt doorgetrokken heeft de NGF in 2015 450.000 leden.



In 2008:

Clubleden 137.000
Vrije golfers 141.000
D-leden 53.000

In 2015 (bij doortrekken huidige trend):

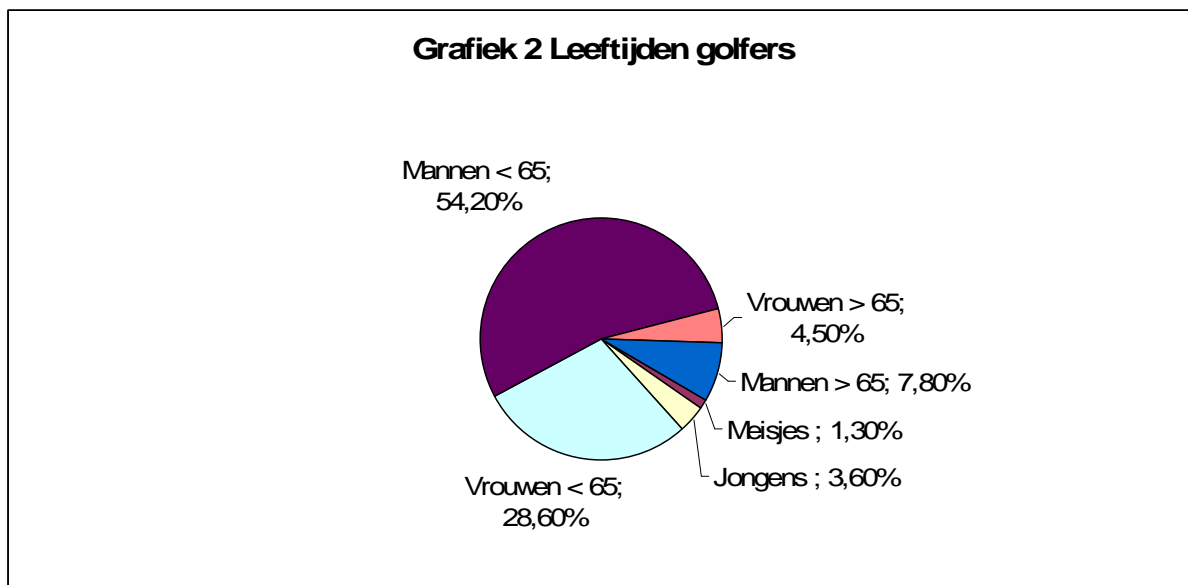
Clubleden 145.000
Vrije golfers 195.000
D-leden 110.000
Totaal 450.000

Door de aanwas aan spelers is het klassieke imago van de golfer aan het verdwijnen. Er vindt een differentiëring plaats in verschillende groepen golfers, met naast de klassieke golfer ook de zakelijke golfer, de leisure golfer en de prestatie gerichte golfer. De nieuwe golfer is jonger, individualistischer ingesteld dan de "klassieke" clubgolfer. De groei van golf zit voornamelijk in de groep golfers die geen lid wordt en graag eigen keuzes maakt en zelf graag bepaalt wanneer en met wie zij spelen.

De meerderheid van de Nederlandse golfers is man. Met name bij de vrije golfers is dat aandeel groot, bijna 75%. De verhoudingen man-vrouw zijn afgelopen jaren eigenlijk nauwelijks veranderd.

De vrije golfers zijn met 44,3 jaar gemiddeld wel jonger dan de clubgolfers die gemiddeld 53,7 jaar zijn. Het aandeel 55-64-jarigen is afgelopen tien jaar over het geheel genomen toegenomen. Bij de clubgolfers was in 2008 43% tussen de 55 en 64 jaar. Bij de vrije golfers is dat percentage kleiner met maar 20%. Toch is duidelijk dat de golfpopulatie licht verouderd. Ook omdat het aantal jongeren nog relatief klein blijft (zie grafiek 2).

Golfers zijn over het algemeen hoog opgeleid, hebben een brede maatschappelijke ontwikkeling en bevinden zich in welstandsklasse A/B1.



Ook de cijfers over de werkzaamheid van golfers zijn afgelopen jaren nagenoeg onveranderd gebleven. Alleen onder clubleden is het aantal werkenden iets verminderd (pensionering). Bij de vrije golfers is veruit het grootste deel werkzaam in een beroep (79%). Bij de clubgolfers is dat 54%. Het aantal gepensioneerden is bij de clubgolfers meer dan twee keer zo groot dan bij de vrije golfers (26% tegenover 11%).

Maar liefst 81% van de vrije golfers zou liever vaker golfen. De reden dat het niet lukt is vooral tijdgebrek. Ook de clubgolfers willen nog vaker golfer, maar dat percentage is aanzienlijk minder (47%). Niettemin betekent dit dat over 10 tot 15 jaar, als een groot deel van de huidige golfers zal pensioneren, een aanzienlijke verhoging van de golffrequentie zal plaatsvinden.

*Voor dit onderdeel is uitgebreid gebruik gemaakt van cijfers uit het onderzoek dat de Nederlandse Golf Federatie heeft laten uitvoeren door marktonderzoeksbureau Facts&More in samenwerking met Interview/NSS over de beleving van golf.

Organisaties en bureaus

Nederlandse Golf Federatie

De Nederlandse Golf Federatie is de officiële, overkoepelende service-organisatie voor alle golfers in Nederland. De NGF is als sportbond lid van NOC*NSF. De NGF is opgericht in 1914

onder de naam Nederlands Golf Comité. Een aantal jaren later wordt de naam veranderd in de huidige naam Nederlandse Golf Federatie. Begin dit jaar nam Henk Heyster na twintig jaar afscheid als directeur van de NGF. Hij is opgevolgd door Jeroen Stevens.

Door de groei van de golfsport in Nederland is de NGF inmiddels opgeklommen naar de derde plaats op de ranglijst van grootste sportbonden, achter voetbal en tennis. De stijging vindt plaats in alle leeftijdscategorieën.

In 1995 telde de Nederlandse Golf Federatie nog maar 93.568 gekwalificeerde golfspelers. Een jaar later werd de honderdduizend grens gepasseerd. Begin 2009 waren 330.000 leden geregistreerd. De verwachting is dat de groei ook komende jaren, weliswaar iets lichter, zal doorzetten. Dit zou betekenen dat in 2015 de NGF 450.000 leden telt.

Om goed op de groeiende vraag naar 'golf in te spelen is in 2007 door de NGF een meerjarenbeleidsplan voor de jaren 2007 - 2011 opgesteld. Daarin zegt de NGF 'gebalanceerd' te willen groeien. In het plan heeft de NGF haar missie omschreven als 'het stimuleren, begeleiden en ondersteunen van de golfsport, het golfspel en de golfer in Nederland'. De groeiambitie van de NGF wordt de komende jaren vertaald naar vier aandachtsgebieden: spelplezier, jeugd, accommodaties en opleidingen.

Wat betreft sponsoring is de NGF lange tijd zeer terughoudend geweest. Inmiddels heeft men toch een aantal partners aan zich verbonden waarvan Van Lanschot Bankiers hoofdsponsor is. Daarnaast wordt de NGF gesponsord door Titleist, Greenlease en Aon.

Golf Team Holland

Veel getalenteerde, jonge golfers vallen bij de overstap van amateur naar professional in een spreekwoordelijk 'gat'. Zowel op sportief, financieel als managementgebied hebben zij behoefte aan professionele ondersteuning. De NGF heeft in 2005 met Van Lanschot als hoofdsponsor Golf Team Holland opgericht. Golf Team Holland houdt zich bezig met de totale begeleiding van jong golftalent, de financiën en de contacten met sponsors en andere belanghebbenden. Om de activiteiten van Golf Team Holland te financieren heeft Van Lanschot certificaten van aandelen Golf Team Holland uitgegeven. In 2005 is de uitgifte succesvol afgerond. Het startkapitaal van € 2.002.200 heeft gezorgd voor een solide fundament. Aandeelhouders in Golf Team Holland investeren in de bevordering van de ontwikkeling van spelers en topgolf van Nederlandse bodem op Europees niveau. Het team kan uitgebreid worden tot maximaal tien spelers, mannen en vrouwen.

Als eerste speler werd in 2005 Inder van Weerelt in het team opgenomen. Eind 2006 kwam Joost Luiten bij het team. De eerste vrouwelijke speelster, Marjet van der Graaff, trad eind december 2007 toe. Inmiddels maken ook Richard Kind, Wil Besseling, Floris de Vries, Christel Boeljon en Dewi Claire Schreefel deel uit van Golf Team Holland.

Augustus 2009 werd bekend dat Joost Luiten Golf Team Holland zal verlaten. Luiten stapt over naar ISM, een internationaal sportmanagementbureau met een uitgebreide spelersstal van golfers. Behalve Van Lanschot heeft Golf Team Holland Athlon Car Lease, ATP, Egeria en Kema als partners. Made in Schotland is sponsor, Golfers Magazine, GoPro en Golfsupport zijn mediapartners.

Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties

De NVG is de branche- en werkgeversorganisatie van de Nederlandse golfbanen. De NVG heeft per 1 april 2009 127 leden. Dit betekent dat meer dan 85% van de golfbanen in Nederland lid is van de NVG. De doelstelling van de NVG is drieledig:

- belangenbehartiging
- kennisuitwisseling/professionalisering golfbranche
- ontwikkeling golf in Nederland

Professional Golfers Associatie (PGA) Holland

PGA Holland behartigt de belangen van playing en teaching professionals in Nederland. De organisatie zet zich in voor een zo hoog mogelijke kwaliteitsstandaard voor teaching professionals. Bovendien wil PGA Holland voor talentvolle playing professionals de voorwaarden scheppen om zich verder te kunnen ontwikkelen.

PGA Holland en Van Lanschot Bankiers hebben een Corporate Membership-overeenkomst afgesloten, die loopt tot en met 1 januari 2010. Van Lanschot is naamgever van de nationale wedstrijden die de PGA Holland organiseert, de Van Lanschot PGA Holland Tour. De samenwerking met Van Lanschot biedt PGA Holland de mogelijkheden om op alle onderdelen een verdere professionalisering binnen de organisatie door te voeren.

Naast Van Lanschot wordt PGA Holland ook gesponsord door Terberg Leasing en Golfers Magazine

Bureaus

This is Golf

This is Golf is een multimediaal golfconcept dat zich op creatieve wijze wil richten op het thema golf. Het bureau is o.a. organisator van het KLM Open en het ABN AMRO Ladies Open. In april 2006 is This is Golf gestart met de uitgave GOLF Weekly, een wekelijkse krant voor golfers die gratis wordt verstrekt op alle golfbanen en in alle golfshops van Nederland. GOLF Weekly begon in 2006 met een oplage van 10.000. Eind 2008 is de oplage gegroeid naar 22.000.

This is Golf is in 2003 gestart met het tv-programma This is Golf Business bij RTLZ. In 2006 en 2007 zond This is Golf het programma wederom uit bij RTLZ met Elsemieke Havenga als presentatrice. In de tussentijd maakte This is Golf andere golfprogramma's die in prime time op RTL 5 of 7 werden uitgezonden. Voorbeeld is De Wildcard, een afvalrace voor een startbewijs in het KLM Open.

This is Golf heeft met 38.000 members, van wie 25.000 wekelijks de gratis e-nieuwsbrief ontvangen, en 90.000 maandelijkse bezoekers het grootste online golfplatform van Nederland. Naast het KLM Open en het ABN AMRO Ladies Open organiseert This is Golf golfdagen voor bedrijven.

Made in Scotland

Made in Scotland is een Nederlands organisatiebureau dat in 1997 is opgericht op de Loch Lomond Golfclub in Schotland door Alan Saddington, Jonas Saxton, David Burnside en Mauk de Booy. Directeur is de Nederlandse ondernemer Leen Zevenbergen.

In 2007 organiseerde Made in Scotland op Golfclub Houtrak voor het eerst het Nederlandse toernooi van de European Challenge Tour, The Dutch Futures, met Niels Boysen als toernooirecteur.

In april 2008 maakte de organisatie bekend dat men de Ryder Cup in 2018 naar Nederland wil halen. De bid wordt inmiddels breed gesteund door de Nederlandse Golf Federatie, PGA Holland, This is Golf en NOC*NSF.

Reved

Reved International is in 1980 opgericht door Robbie 'Mr. Golf' van Erven Dorens. Het bureau nam destijds de organisatie van het Dutch Open over van de Nederlandse Golf Federatie. Als in 2002 hoofdsponsor TNT zich na 5 jaren terugtrekt lijkt het erop dat het Open in 2003 niet door kan gaan. Reved vindt in Bols en de ING twee nieuwe sponsors waarmee het toernooi gered is. Begin 2003 meldt de KLM zich (opnieuw) als hoofdsponsor van het Open aan, en deze besteedt de organisatie uit aan This is Golf. Van Erven Dorens wordt, na wat geruzie over en weer, co-toernooirecteur.

Meer recent is Reved organisator van de Telegraaf Annexum Links Challenge, de ICT Golf Challenge en diverse Golf Series.

Golfbanen

Het aantal golfbanen in Nederland nam in 2008 toe tot 153 banen. Jaarlijks komen er zo'n 5 (18-holes) banen bij. De totale capaciteit is circa 2.500 holes. Om aan de vraag naar golfmogelijkheden tegemoet te komen is het nodig dat er nog veel banen bijkomen. Voor een twintigtal projecten is inmiddels groen licht gekregen. Voor nog eens 70 projecten ligt een aanvraag of zijn er plannen.

Een aantal banen valt onder een organisatie. Zo exploiteert BurgGolf negen banen in Nederland. Andere ketens zijn Het Rijk (4 banen) en Golf Management Group (6 banen). Sponsoring van golfbanen gebeurt mondjesmaat. De ketens zijn wel op zoek naar sponsoring, maar slagen daar nog niet goed in. Wel hebben veel banen businessclubs die als ontmoetingsplek voor mensen uit het bedrijfsleven dienen.

Evenementen

KLM Open

Wanneer het gaat om golftoernooien in Nederland is er eigenlijk maar een toernooi echt belangrijk, namelijk het KLM Open, voorheen het Dutch Open. Het eerste Dutch Open werd gehouden in 1912 op de Haagse Golf & Country Club. Vanaf 2010 zal het KLM Open drie jaar gespeeld worden op de baan van de Hilversumsche Golf Club.

Het toernooi maakt onderdeel uit van de European PGA Tour (die overigens alle PGA-toernooien omvat die buiten Amerika gespeeld worden. De tour omvat zo'n 50 toernooien. Behalve de Europese Tour organiseert de ET ook de European Challenge Tour (ECT), bestaande uit zo'n dertig evenementen.). Het KLM Open telt mee voor de 'Race to Dubai'. Op dit toernooi moet de top-60 van de Order of Merit aan het eind van het seizoen strijden om een prijzenpot van 10 miljoen dollar in de grote seizoensfinale, het Dubai World Championship.

Robbie van Erven Dorens is met zijn bureau Reved International lange tijd de organisator van het Dutch Open. Inmiddels wordt het KLM Open, net als overigens het Ladies Open, georganiseerd door This is Golf. Toernooirecteur is Daan Slooter. Het prijzengeld van het toernooi is inmiddels opgelopen tot € 1,8 miljoen. Daarmee behoort het overigens bij lange na niet tot de grootste toernooien qua prijzengeld in de tour. Het toernooi wordt uitgezonden in meer dan 100 landen met jaarlijks zo'n 45.000 bezoekers. (grafiek 3 Overzicht toeschouwers golfevenementen). In Nederland heeft momenteel RTL de televisierechten van het toernooi. In 2010 loopt dit mediacontract af.

De huidige hoofd- en titelsponsor KLM was van 1981 tot en met 1990 ook al tien jaar hoofdsponsor van het golfevenement. Sinds 2004 is KLM opnieuw de hoofdsponsor van het Dutch Open en werd het opnieuw het KLM Open. In de tussenliggende periode waren Heineken, Sun Microsystems en TNT (van 1998 tot en met 2002) hoofd- en titelsponsor. In 2003 waren ING en Bols partners van het toernooi.

In mei 2009 verlengde KLM de sponsoring met nog eens drie jaar, waardoor het toernooi zeker tot en met 2012 onder de naam KLM Open zal worden gehouden. Die zekerheid is belangrijk. De druk op de golfkalender is erg groot en andere partijen staan te trappelen om een prestigieus PGA toernooi naar hun land te halen. Mocht het toernooi ooit verdwijnen uit ons land is de kans dat er opnieuw een toernooi uit de European Tour terugkomt naar Nederland klein te achten.

Naast KLM zijn ABN AMRO (dat de sponsoring in 2007 voor ten minste drie jaar overnam van Fortis) en KPMG partner van het toernooi. De sponsorships van deze twee partijen lopen in 2009 af. Andere sponsors in 2009 zijn BMW, American Express, Rolex, KPN, CBS Outdoor, Nike, Heineken, De Boer tenten, Philips en Varilux.

Overzicht 3: bezoekers golfevenementen

Toernooi	Bereik	Deelnemers
KLM Open	45.000	150
ABN AMRO Ladies Open	8.500	66
PGA Holland Tour	7.500	37
Nationale Strokeplay Kampioenschap	1.000	72
Nationaal Open Matchplay	600	32

ABN AMRO Ladies Open

De drie partners van het KLM Open zijn ook partners van het ABN AMRO Ladies Open. ABN AMRO nam in 2008 voor drie jaar de titelsponsoring van KLM over en is sinds dat jaar de hoofdsponsor van het toernooi. Het eerste Ladies Open werd gespeeld in 1986. In dat jaar en in 1987 en 1988 is Volmac de hoofdsponsor en heet het evenement het Volmac Ladies Open. Na een onderbreking van vier jaar wordt in 1992 Holiday Inn als nieuwe hoofdsponsor gevonden en wordt de naam het Holiday Inn Leiden Ladies Open. In 1994 is SENS de titelsponsor. Het toernooi vindt daarna met verschillende onderbrekingen plaats. Pas vanaf 2004 wordt het toernooi weer jaarlijks gespeeld. Eerst met KLM als hoofdsponsor en vanaf 2008 zoals gezegd als ABN AMRO Ladies Open. Steeds meer bedrijven verbinden zich aan het damestoernooi. Naast de drie partners zijn in 2009 BMW, Omega, Scapa, Sixt, De Boer, Conclusion en Philips sponsor van het toernooi.

In 2009 werd de toernooirectie versterkt met oud-hockeyinternational Elsemieke Havenga als directielid. Samen met de huidige toernooirecteur Liz Weima moet zij de groei die het toernooi de laatste jaren liet zien, doortrekken. Het bezoekersaantal zal naar verwachting verder oplopen als in 2010 het toernooi gespeeld wordt op Golfclub Broekpolder in Vlaardingen in plaats van op de Eindhovensche Golf.

Het ABN AMRO Ladies Open maakt deel uit van de Ladies European Tour en wordt georganiseerd door This is Golf.

Dutch Futures

De Dutch Futures maakt onderdeel uit van de Challenge Tour. De Europese Challenge Tour dient als opstap voor internationaal golftalent. Elk land dat de Challenge Tour organiseert, verdient daarmee circa veertig toegangskarten voor de Tour. Deze wildcards worden door Made in Scotland in samenwerking met Golf Team Holland aan jonge talenten gegeven. Aan het einde van het seizoen promoveren de beste twintig spelers van de ranking van de Challenge Tour zich voor de Europese Tour van 2009.

In 1992 werd er voor het eerst een wedstrijd van de Challenge Tour in Nederland gespeeld. Sinds 2007 is de organisatie in handen van Made in Scotland, met Niels Boysen als toernooirecteur. Het toernooi heeft daarbij de naam Dutch Futures gekregen. Het met 140 duizend euro gedoteerde kampioenschap wordt gespeeld op de baan van Golfclub Houtrak, gelegen tussen Amsterdam en Haarlem.

In 2009 wordt de Dutch Futures gesponsord door de Royal Bank of Scotland (RBS). Naast RBS is ook KPN sponsor van het toernooi.

Ryder Cup

Samen met de Amerikaanse PGA Tour wordt door de European PGA tweejaarlijks de Ryder Cup georganiseerd. Beurtelings vindt deze plaats in Amerika en Europa, bijna altijd in het Verenigd Koninkrijk. Nederland heeft zich kandidaat gesteld voor de organisatie van het toernooi in 2018. Initiatiefnemer is Made in Schotland. In de strijd moet Nederland het opnemen tegen Zweden, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Duitsland en Portugal. De bid wordt ondersteund door de NGF, This is Golf en NOC*NSF. De deadline voor het bidbook is door het Ryder Cup Committee vanwege de economische crisis naar 30 april 2010 verschoven. In 2011 wordt bekend wie de Ryder Cup 2018 mag organiseren.

De komende editie in 2010 vindt plaats in Wales en heeft als partners BMW, City Group, KPMG en Rolex. MasterCard is sponsor.

Bedrijfstoernooien

Inmiddels zijn er wel meer dan 1000 bedrijfsgolftoernooien. Eigenlijk is hier geen sprake van sponsoring maar van eigen evenementen. Bij de lidmaatschappen van bedrijven bij golfbanen is sprake van een beperkte mate van sponsoring.

Spelers

Lange tijd werd het Nederlandse golf gedomineerd door drie spelers: Maarten Lafeber, Robert-Jan Derksen en Rolf Muntz. De spelers hebben incidenteel successen gehaald. Het grootste succes was voor Maarten Lafeber die in 2003 het Dutch Open won. Inmiddels is een nieuwe lichter golfers aangetreden zoals Wil Besseling, Joost Luiten, Taco Remkes en Inder van Weerelt. In 2009 spelen zes Nederlandse golfers in de European Tour. Een tot dusver ongekend aantal.

Onder de vrouwen zijn het momenteel Marjet van der Graaff en Christel Boeljon (beiden opgenomen in het Golf Team Holland) en de nieuwe talent Marieke Nivard en Kyra van Leeuwen die het meest succesvol zijn.

Sponsoring van de spelers, en met name het jonge talent, lijkt aantrekkelijk. Verschillende spelers maken deel uit van het Golf Team Holland, met Van Lanschot als hoofdsponsor. Ook individueel hebben de verschillende spelers sponsors.

Overzicht 4: Sponsors golfers

Robert-Jan Derksen (Staalbankiers, Het Rijk Golfbanen, State of Art, Grondgedachte, TaylorMade, Bochane Coppes Renault, Huis ter Duin, TechnoGym, FatCo, Fiberglass)

Maarten Lafeber (Van Lanschot, Gant, ATP)

Joost Luiten (Van Lanschot, Puma, Yes, KPN, Titleist)

Taco Remkes (Longridge, Machinefabriek Saedt, RSB, Audi Maas, Golfjunkie)

Inder van Weerelt (Van Lanschot)

Wil Besseling (Van Lanschot)

Reinier Saxton (ABN AMRO, KPMG en Made in Scotland)

Marjet van der Graaff

Christel Boeljon (Van Lanschot, ATP)

Media

Met de groei van het aantal golfers neemt ook de media-aandacht voor golf toe. De NGF heeft haar eigen leden het blad Golf Nieuws. GolfNieuws wordt in samenwerking met de NGF verspreid onder alle vrije golfers. Het blad wordt gemaakt door Golf Media (onderdeel van Sanoma). Sanoma brengt verder de bladen Golfers Magazine en GOLFJournal uit. Golfers

Magazine is het lijfblad van de ervaren en gepassioneerde golfer. GOLFjournaal wordt verspreid onder alle golfers die lid zijn van een bij de NGF aangesloten golfclub.

This is Golf verspreidt in een oplage van ca. 20.000 het gratis Golf Weekly op alle Nederlandse golfbanen.

RTL heeft de mediarechten van het KLM Open. Het contract loopt in 2010 af. Ook NOS besteedt in Studio Sport aandacht aan het toernooi. Het afgelopen KLM Open trok op de laatste dag 's middags op RTL 4 43.000 kijkers, een kijkdichtheid van 0,3%. Toen de uitzending na half vijf verhuisde naar RTL 7 groeide het aantal naar 82.000 kijkers. Op zaterdag waren er 38.000 kijkers (RTL4).

Volgens cijfers van KLM zou het KLM Open wereldwijd meer dan 125 miljoen mensen bereiken. De drie partners krijgen daarbij het merendeel van de exposure (90%).

Overzicht 5: Oplage golftijdschriften (2007)

Golf Nieuws	126.593
GOLFjournaal	128.008
Golf Weekly	22.000
Golfers Magazine	16.723
Golf2day	18.374

3. Sponsors van golf in Nederland

ABN AMRO

ABN AMRO is in golf gestapt omdat het een snelgroeiende sport is die goed aansluit bij de interesse van de klanten van de bank. De bank heeft in 2007 een driejarig contract getekend als partner van het KLM Open. Het contract loopt daarmee in 2009 af. Sinds 2008 is men ook hoofd- en titelsponsor van het ABN AMRO Ladies Open. Daarnaast is ABN AMRO een aantal kleinere sponsorships aangegaan om de sponsoring ook in de breedte te ondersteunen en de amateurgolfer te bereiken. Tot en met 2010 heeft de bank zich verbonden aan de Nationale Neary Competitie en het Nationale Neary Kampioenschap. Daarnaast sponsort ABN AMRO het Ouder-Kind toernooi en de Studenten Kampioenschappen. Voor 2010 en 2011 heeft de bank zich als hoofdsponsor verbonden aan het Disabled Open, het Open Nederlands golfkampioenschap voor spelers met een lichamelijke beperking.

ABN AMRO sponsort ook de jonge golfer Reinier Saxton.

Het sportsponsoringportfolio van ABN AMRO is inmiddels erg groot, met naast golf tennis (ABN AMRO WTT), hockey en voetbal (Ajax). Met de samenvoeging met Fortis (met zijn uitgebreide loopsponsorships) op komst, kan het niet anders dat ABN AMRO komende periode keuzes zal maken met welke sport(en) men doorgaat.

American Express

De sponsoring van American Express van het KLM Open lijkt een logische verbintenis.

American Express werkt sinds 2003 in Nederland samen met KLM voor ondermeer de uitgifte van privé betaalkaarten binnen het Flying Dutchman programma. Daarnaast geeft American Express, in samenwerking met de KLM, de American Express- KLM Corporate Card uit voor het zakelijke segment. Ook de doelgroep van privé personen en zakelijke relaties van het KLM Open, waar ook American Express veelal zaken mee doet, zijn voor het betaalkaart bedrijf reden om te sponsoren.

Niet dat golf vreemd is voor de creditcardmaatschappij. American Express is ook op internationaal gebied volop betrokken bij de golfsport via de sponsoring van toernooien en als partner van zowel de PGA (onder meer het PGA Championship) en USGA, de Amerikaanse Golf Associatie. Ook was men tien jaar een van de grote sponsors van Tiger Woods. In 2007 werd de samenwerking beëindigd.

BMW

BMW heeft golf (naast motorsport en zeilen) als belangrijkste pijler van haar sportsponsoring.. BMW Nederland is in 2009 voor de zesde keer sponsor van het KLM Open. Bovendien heeft het automerk zich in 2009 tot en met 2012 jaar verbonden aan het ABN AMRO Ladies Open. Traditiegetrouw kan bij beide toernooien een speler die in een bepaalde baan een hole-in-one maakt met een nieuwe BMW naar huis rijden. Bij het KLM Open is dat in 2009 een BMW X6 xDrive35d ter waarde van meer dan 80.000 euro.

BMW is in totaal hoofdsponsor van 4 toernooien op de European Tour en PGA Tour, sponsor van de European Tour en betrokken bij de Ryder Cup.

Conclusion

Zakelijke dienstverlener Conclusion richt zich met name op damesgolf. In 2008 hebben Conclusion en de Nederlandse Golf Federatie (NGF) een start gemaakt met GirlZgolf, een nieuw project van de Nederlandse Golf Federatie om meer meisjes aan het golfen te krijgen en te houden. In het verlengde daarvan werd men in dat jaar ook voor twee jaar sponsor van PGA Holland, waarbij de nadruk ligt op de damesprofessionals, die nu haar wedstrijden gesponsord zien.

Conclusion is ook sponsor van het ABN AMRO Ladies Open. Daar introduceerde Conclusion de Flight Masters, de specialist die de bezoekers op de baan informeert over het toernooi, de baan en de speelsters. Conclusion is eveneens sponsor van de caddies. Conclusion sloot in 2008 een driejarig contract als sponsor van de Heren I en Dames I van de Lochemse Golf & Countryclub.

De Boer

De Boer, leverancier van tijdelijke accommodaties voor evenementen en zakelijke toepassingen, is sinds 2007 naast leverancier ook sponsor van het KLM Open. In 2009 heeft het bedrijf zich voor vier jaar, ook als sponsor verbonden aan het ABN AMRO Ladies Open. Voor het KLM Open levert De Boer in totaal 9000 vierkante meter tijdelijke accommodatie inclusief alle bijbehorende voorzieningen. Voor het ABN AMRO Ladies Open betreft dat in totaal 1000 vierkante meter.

KLM

KLM draagt de golfsport een warm hart toe en ondersteunt daarom diverse golfprojecten. Het vlaggenschip is het KLM Open, dat in de jaren tachtig en waarvan men opnieuw vanaf 2004 hoofd- en titelsponsor is. Het contract is in 2009 met drie jaar verlengd tot en met 2012. KLM werd opnieuw hoofdsponsor vanwege de dalende zichtbaarheid van het bedrijf aan het begin van deze eeuw, waarbij ook de marketingbudgetten kleiner werden. Bovendien was de fusie met Air France net tot stand gekomen, wat voor negatieve emoties in Nederland zorgde. KLM heeft het toernooi geheel opgezet volgens haar eigen marketingdoelstellingen, waarvan een wereldwijde exposure tegen een goede prijs gekoppeld aan relatiemarketing voor hun belangrijkste klanten centraal staan. 60% van de frequent flyers bij KLM golft. Uniek is dat KLM zelf eigenaar van het toernooi is en onlangs haar overeenkomst voor nog eens drie jaar verlengd heeft. KLM is ook partner bij het ABN AMRO Ladies Open.

KPMG

KPMG sponsort met name cultuur en maatschappelijke projecten. Met de sponsoring van het KLM Open wil KPMG haar naamsbekendheid vergroten en verdere invulling aan het imago geven. Bovendien biedt het KLM Open uitstekende relatiemanagement mogelijkheden voor KPMG. KPMG is partner van het KLM Open sinds 2004. Het contract loopt in 2009 af. KPMG sponsort ook de jonge golfer Reinier Saxton.

Philips

Philips heeft zich in 2009 als sponsor verbonden aan het KLM Open en het ABN AMRO Ladies Open 2009. Reden is dat golfers goed aansluiten bij de doelgroep van de producten van Philips. Het Nederlandse bedrijf ondersteunt de twee golftoernooien door het ter beschikking stellen van producten van Philips, die het mogelijk maken de organisatie van deze toernooien verder naar een hoger plan te trekken. De sponsoring is voor Philips een eerste introductie in de golfwereld.

Royal Bank Of Schotland

The Royal Bank of Scotland heeft zijn naam in 2008 verbonden aan het Nederlandse toernooi van de Challenge Tour. Door zich te verbinden aan 'The Dutch Futures' speelt The Royal Bank of Scotland een belangrijke rol in de ontwikkeling van golftalent. The Royal Bank of Scotland is al uiterst actief in de golfwereld. Zo sponsort men golflegende Jack Nicklaus en de Britse topspeler Luke Donald. Ook is 'RBS' een van de zogenaamde patrons van het Brits Open.

Staalbankiers

Staalbankiers ondersteunt verschillende sporters en instellingen bij het verwezenlijken van hun doelen. Met de specifieke sponsorkeuzes wil men aansluiten bij de interesses van haar cliënten. Staalbankiers is al sinds 2001 sponsor van Robert-Jan Derksen. Het sponsorschap stelt hem in staat zich volledig op de European Tour te richten. Tijdens de golfdagen die Staalbankiers jaarlijks organiseert is Robert-Jan Derksen aanwezig om de gasten te begeleiden en waar nodig bij te staan met golftips.

Staalbankiers is ook een aantal jaren sponsor geweest van Nienke Nijenhuis, tot zij in 2007 stopte met professioneel golf.

Van Lanschot

Van Lanschot Bankiers is al sinds begin vorige eeuw actief in de golfsport. De bank gebruikt golf vooral voor haar relatiemarketing. Ook bij Van Lanschot zijn veel relaties en cliënten actieve golfers. In 2004 heeft de Raad van Bestuur besloten om de golfsport volledig te omarmen. Dit heeft geresulteerd in de sponsoring van verschillende onderdelen in de golfsport.

Zo is Van Lanschot sinds 2005 hoofdsponsor van Maarten Lafeber, al jaren een van de belangrijkste Nederlandse spelers op de European Tour.

Voor haar relaties organiseert Van Lanschot door het jaar heen een aantal golfdagen. Lafeber en de spelers van Golf Team Holland spelen bij een aantal van deze wedstrijden een actieve rol spelen. Tijdens de Van Lanschot Masters, een groot besloten golfevenement dat de afgelopen vijf jaar met veel succes heeft plaatsgevonden, hebben afgelopen jaren zeker zo'n 500 klanten van Van Lanschot het Golf Vaardigheid Bewijs gehaald.

Als hoofdsponsor van de Nederlandse Golf Federatie ondersteunt men golf in Nederland in de breedte. Het hoofdsponsorschap van de NGF past bij de ambitie van Van Lanschot om een structurele bijdrage te leveren aan de golfsport in Nederland. De hoofdsponsorovereenkomst is op 1 januari 2007 aangegaan voor vier jaar. De sponsoring komt onder meer tot uitdrukking in de Van Lanschot Jeugd tour, voor de bank een belangrijk onderdeel van de totale sponsoring van de NGF. De jeugd tour is voor vijftig jongens en vijftig meisjes met hcp 4,0 en lager. Met de sponsoring van deze competitie op het hoogste niveau wilt men een bijdrage leveren aan de bevordering van de ontwikkeling van talent in Nederland. Zo krijgen de deelnemers een 'Total Golf Account'. Met deze online tool kunnen zij hun eigen spel analyseren. Hierdoor worden de aandachtspunten duidelijk, wat ruimte geeft voor verbetering van het spel. Ook staat het logo van Van Lanschot achter op elke NGF-pas.

Als hoofdsponsor van Golf Team Holland ondersteunt men amateurs die de overstap maken naar professional. Het initiatief tot oprichting van Golf Team Holland is genomen in 2005 door Van Lanschot in samenwerking met de Nederlandse Golf Federatie en het management van Maarten Lafeber (Michiel Floris).

Verder wil Van Lanschot met het sponsorschap van de Professional Golfers Associatie (PGA) Holland een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van de playing- en teachingprofessionals in Nederland. PGA Holland en Van Lanschot Bankiers hebben een Corporate Membership-overeenkomst afgesloten, die loopt tot en met 1 januari 2010. Het eenjarige contract uit 2007 is in 2008 met nog eens een jaar verlengd.

Van Lanschot is naamgever van de nationale wedstrijden die de PGA Holland organiseert, de Van Lanschot PGA Holland Tour. Ook de Van Lanschot Twente Cup, een van de oudste professional toernooien in Nederland, maakt deel uit van de overeenkomst.

Vanuit de visie dat topgolf in Nederland verder moet worden ontwikkeld sponsort Van Lanschot tot slot in Nederland vier competitieteams in de hoofdklasse. Sinds 2007 sponsort men de topteams van de Sallandsche Golfclub en GC Houtrak. In 2009 zijn daar de hoofdklasseteams van de Haagsche G&CC en golfclub Haverleij aan toegevoegd.

Het is de ambitie van Van Lanschot om in de volle breedte een structurele bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van de golfsport in Nederland. Van Lanschot wil de komende jaren ook actief blijven in de golfsport. De nadruk ligt daarbij op betrokkenheid, kwaliteit en privacy voor haar relaties. Het enige dat in Van Lanschot's golfsponsorportfolio ontbreekt is de sponsoring van een, in internationaal aanzien, belangrijk golftoernooi in Nederland.

Xerox

Xerox heeft in 2009 haar contract met het KLM Open met een jaar verlengd. De wereldwijd marktleider op het gebied van documentbeheer, technologie en adviseringsdiensten was in het verleden al meerdere jaren sponsor van het golftoernooi. Xerox zet haar technologische expertise en apparatuur in voor het KLM Open. Xerox verzorgt al het printwerk. Ook de faciliteiten van het perscentrum worden door Xerox verzorgd.

De markt

Het zal niemand verbazen dat het meeste sponsorgeld met betrekking tot golf naar het KLM Open gaat. De begroting van het toernooi wordt voor driekwart door de sponsors opgebracht en voor een kwart entreegelden. De begroting bedraagt € 7 miljoen, hetgeen de totale sponsorbijdrage op bijna € 6 miljoen brengt. KLM draagt als hoofd- en titelsponsors € 3 miljoen bij. De twee partners ABN AMRO en KPMG betalen ieder ca. € 1 miljoen.

Het ABN AMRO Ladies Open heeft een begroting van € 1,5 miljoen, die bijna helemaal uit sponsoring wordt opgebracht. Meer dan de helft komt voor rekening van ABN AMRO. De totale sponsorbijdrage van Van Lanschot zal tussen de € 1,5 a € 2 miljoen liggen. De hoofdsponsoring van de NGF bedraagt ca. € 500.000. De sponsoring van Lafeber kan geschat worden op een even groot bedrag.

Ook Robert-Jan Derksen zal in totaal zo'n € 500.000 jaarlijks aan sponsorgeld verdienen. De andere spelers hebben duidelijk minder sponsorinkomsten.

De sponsoring van golfbanen gebeurt nog mondjesmaat. Bedragen die daar betaald worden liggen tussen de € 10.000 en € 50.000.

Opgeteld kan de totale sponsormarkt geschat worden op ongeveer € 12 miljoen.

4. Conclusies en toekomstmogelijkheden

Met een totale sponsormarkt van circa € 12 miljoen ligt het volume van golf nog duidelijk achter bij sporten als tennis en hockey. Het sponsorgeld is vooral gekoppeld aan het KLM Open. De NGF is lang afkerig geweest van partnerships. In tegenstelling tot bonden als de KNHB en KNLTB is de sponsorpropositie van de NGF dan ook nog weinig ontwikkeld.

Golf is een sport die ook de komende jaren verder zal groeien in aantal beoefenaars en in media-aandacht. Dat biedt natuurlijk kansen voor bedrijven. Bij de doelgroepen van de verschillende sponsors en met name bij de decisionmakers bij bedrijven is steeds meer interesse voor golf, zowel actief als passief. Golf kan door veel mensen een lange periode in het leven en op verschillende niveaus gespeeld worden. Het lopen van een baan biedt veel contactmogelijkheden in een sportieve en vriendschappelijke ambiance. Bovendien is de golfsport (nog) exclusief, uitdagend en fascinerend. Dat zorgt er voor dat golf en golftoernooien een uitstekend platform bieden om relaties te ontvangen. Golf zal daarom voor veel bedrijven nu en in de toekomst een gewilde sport zijn om te sponsoren.

Die mogelijkheden lijken echter niet op topsport-niveau te liggen. De huidige sponsormogelijkheden liggen daar redelijk vast en zijn verdeeld onder de huidige actieve partijen. KLM, ABN AMRO en KPMG zijn een stevig trio bij de twee grote publieksevenementen. Van Lanschot Bankiers claimt ongeveer alle andere sponsorproposities. Van ABN AMRO en KPMG loopt het contract als partner van het KLM Open dit jaar af. Alleen wanneer zij niet verlengen liggen daar mogelijkheden voor nieuwe partijen om partner te worden van een PGA toernooi in Nederland. Een tweede toernooi uit de European Tour naar Nederland halen lijkt kansloos. De mogelijkheden voor een toernooisponsorship liggen alleen te liggen in het organiseren van een toernooi op een andere basis dan het huidige KLM Open.

Door de groei van het aantal golfers liggen de kansen voor sponsors veel eerder in het associëren met golf als breedtesport, het bereiken van specifieke –niche- doelgroepen en nieuwe creatieve invalshoeken te bedenken of ‘niche’-doelgroepen. Zoals Conclusion zich richt op damesgolf. De jeugd- en seniorenmarkt zijn andere doelgroepen die nog geen sponsors hebben. Met het aanstormende talent lijkt ook de sponsoring van (jonge) spelers kansen te bieden, bijvoorbeeld door aan te sluiten aan Golf Team Holland. Het aantal jongeren blijft relatief klein. Talentontwikkeling is daarom ook binnen golf een kansrijke doelstelling. Golf zou zich meer kunnen profileren met haar topsporters. Maar het wachten is nog op de echte Nederlandse Tiger Woods.

De associatie van golf (en potentiële sponsors) met natuurbeleving en gezondheid lijkt een kansrijke invalshoek.

Ondanks de snelle groei van golf in de afgelopen jaren heeft de branche nog een groot deel van het marktpotentieel laat liggen. Golfbanen moeten actief marketing bedrijven om hun potentieel te kunnen benutten. Golf zelf moet laten zien dat men oplossingen heeft voor de druk van veel golfers om meer te spelen. Dat betekent vooral meer banen, maar ook inspelen op de ‘nieuwe golfer’. Dat betekent dat de gesloten cultuur die er nog vaak is moet afgezwakt, met behoud van het kwaliteitsimago. Ook daar kunnen sponsors een rol spelen.