Marketingstrategie

2023-2026

KONINKLIJKE
NEDERLANDSE
GOLF FEDERATIE

NGF MARKETINGSTRATEGIE

01

Introductie

Marketingstrategie 2023-2026

NGF MARKETINGSTRATEGIE

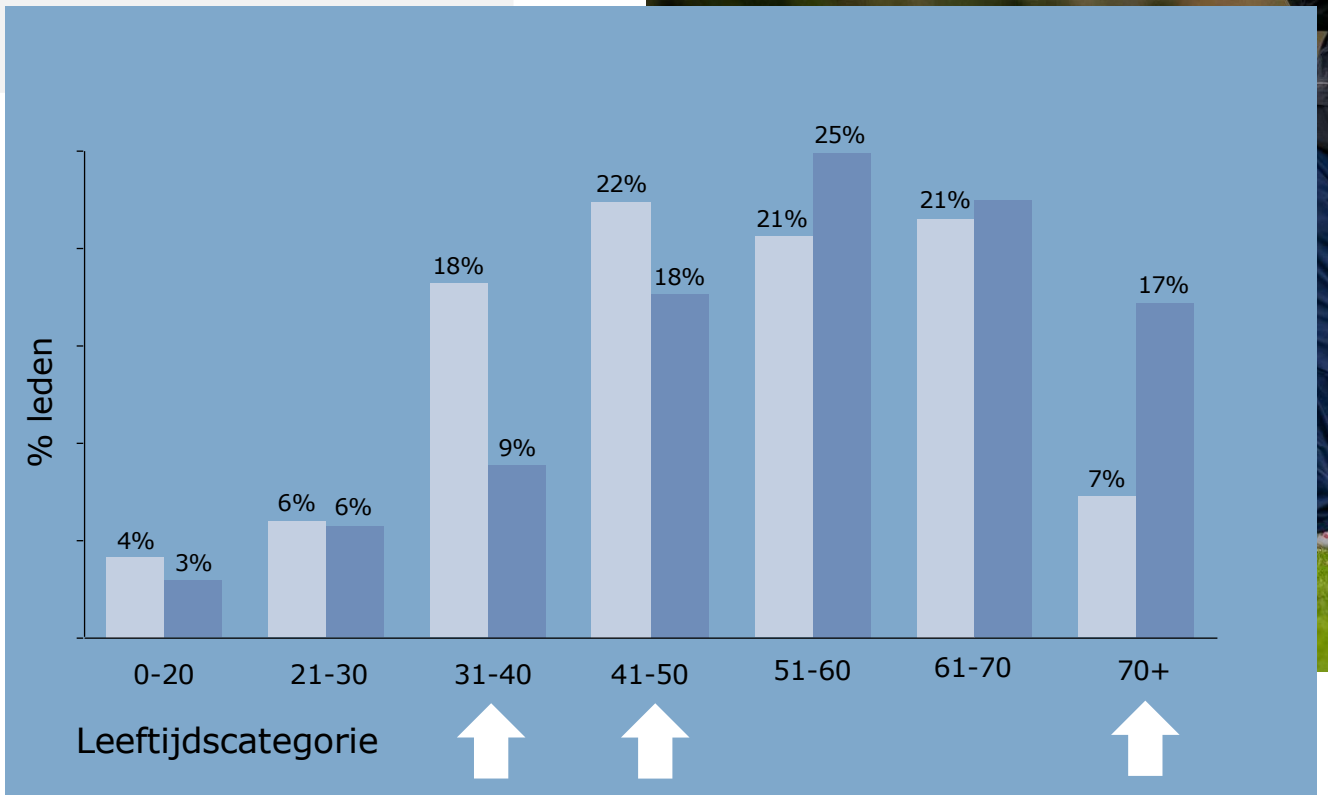
02

Aanleiding en strategie

Gepresenteerd op de ALV in mei 2022

Vergrijzing

Over de afgelopen 11 jaar is de golfmarkt sterk verouderd



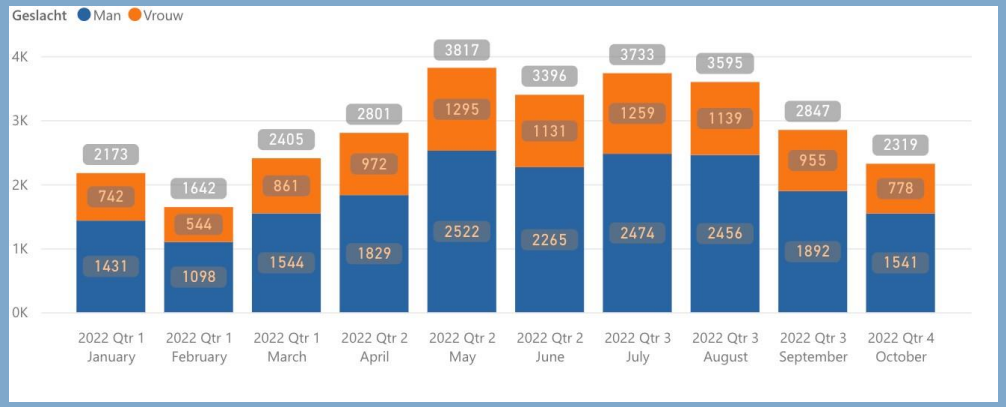
2008
2019

49
54
Gemiddelde leeftijd

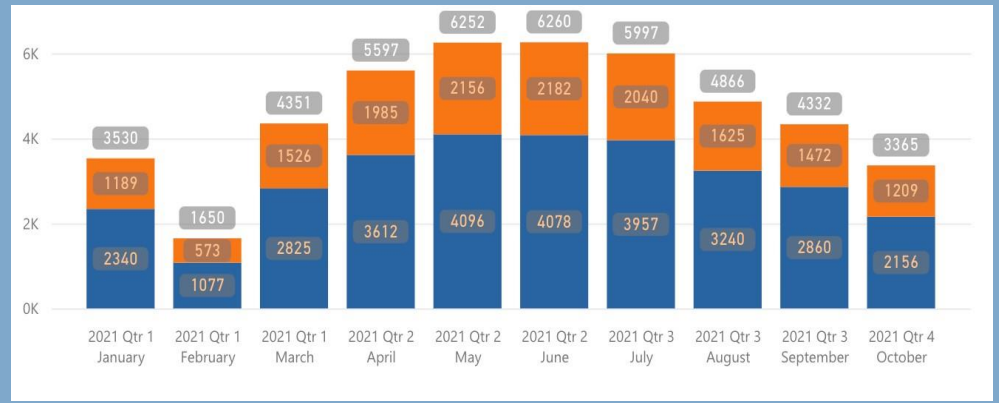
NGF MARKETINGSTRATEGIE

Populariteit zakt in

Starters 2022 t/m oktober: 28.728 (stoppers: 19.134)



Starters 2021 t/m oktober: 46.200 (stoppers: 15.265)



NGF MARKETINGSTRATEGIE

Imago

Onderzoek onder
7.000 respondenten

Meten is weten:

- Slechts 6% noemt golf spontaan bij het opnoemen van de eerste vijf sporten.
- 27% van de niet-golfers heeft de interesse om te starten met golf.

Niet-golfers:

Golf is…

- meer een spel dan een sport
- niet per se gezond
- geen leuke cultuur
- niet toegankelijk
- niet sociaal
- niet per se voor kinderen
- met één kledingstijl

Golfers denken dit precies vice versa.

Golfers en niet-golfers vinden golf niet voor jonge mensen.

Doelstellingen

Primair

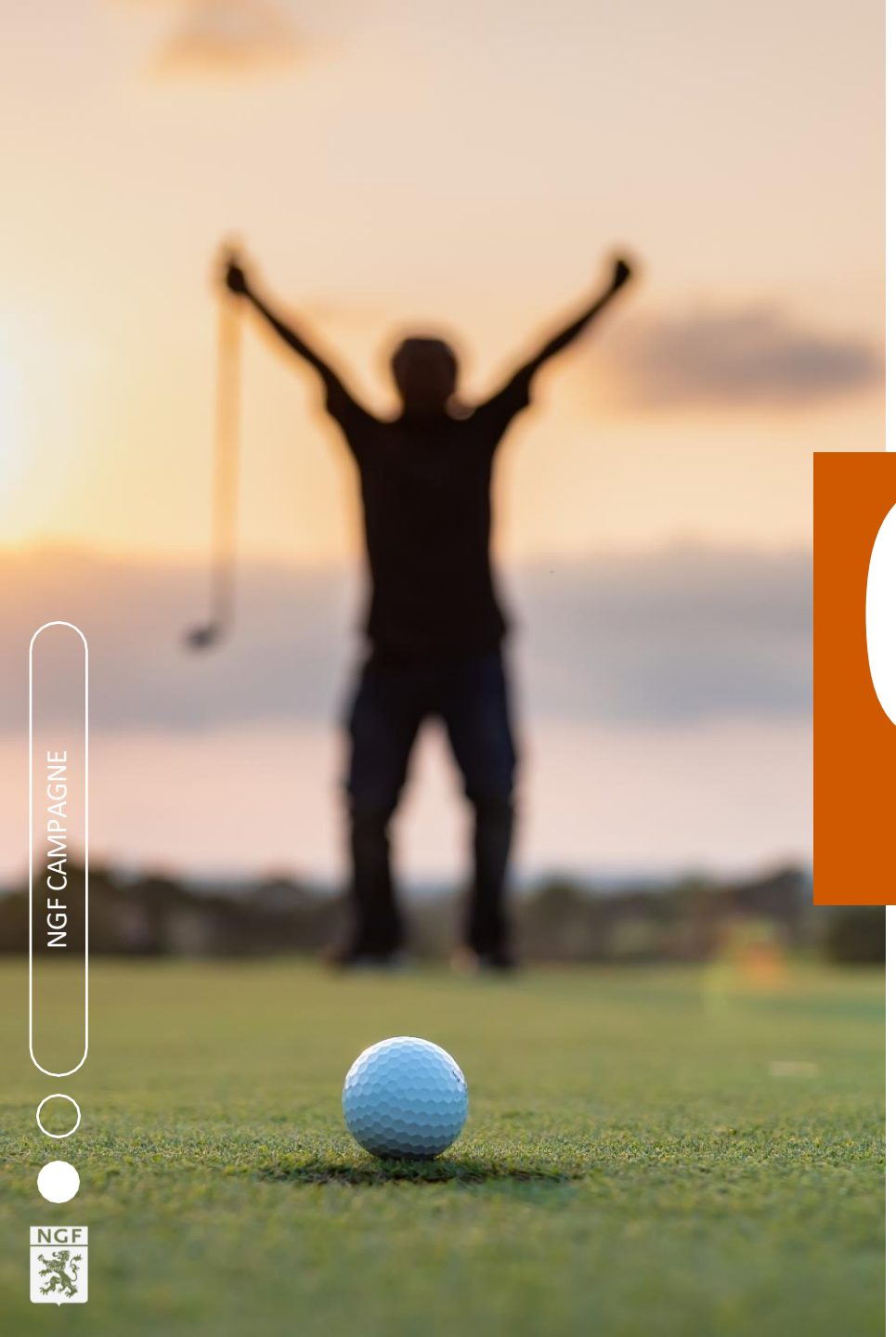
29% van de niet-golfer tussen de 25-50 jaar heeft een intentie om te gaan golfen in 2023. *2021: 27%*.

40% van de golfpopulatie is in 2030 tussen de 25-50 jaar oud.
2021: 32%.

40% van de golfpopulatie is in 2030 vrouw.
2021: 32%.

Toekomstbestendigheid van golf

NGF MARKETINGSTRATEGIE

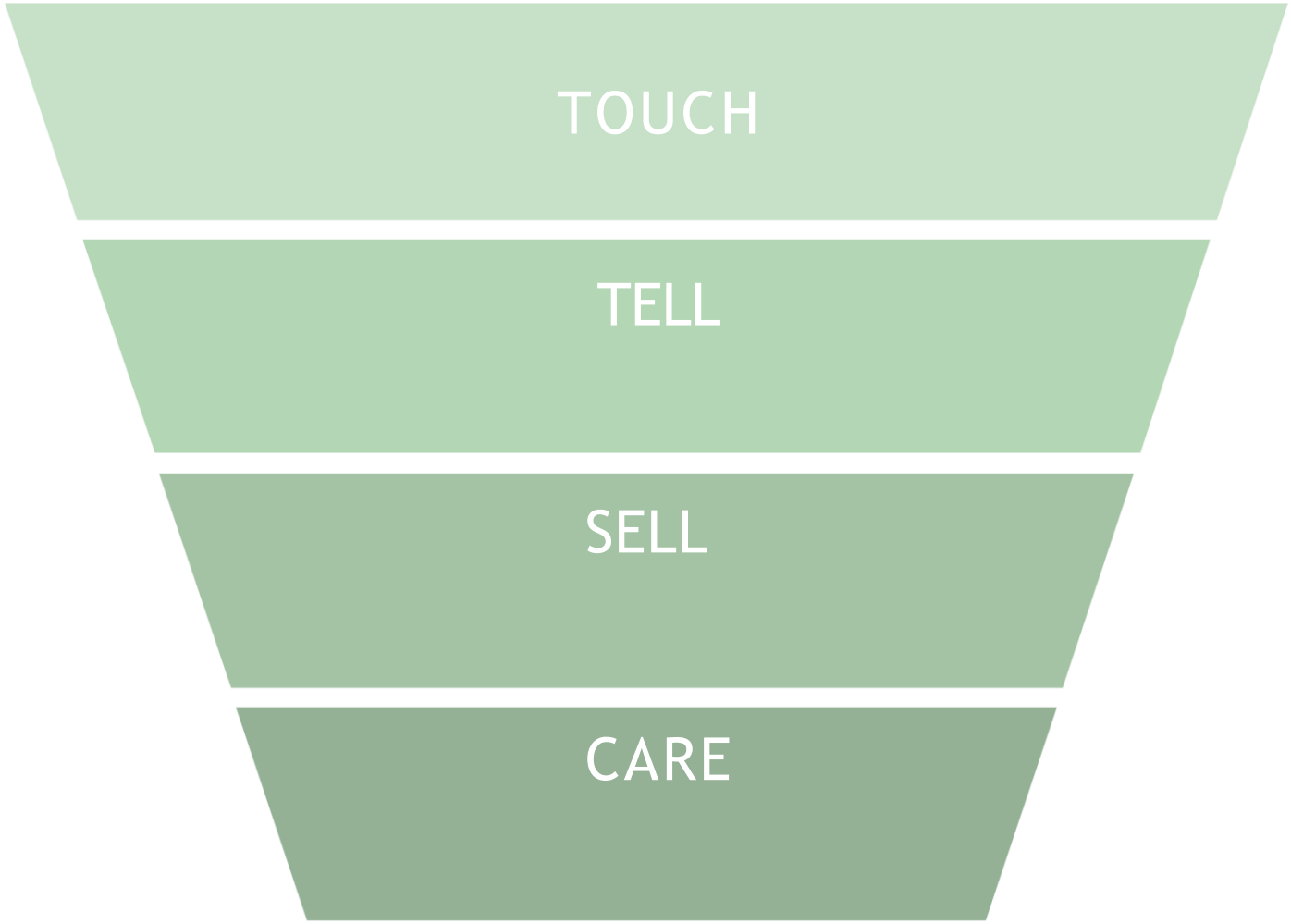


NGF CAMPAGNE

02

Marketingmix en activiteitenplan

Campagnestrategie



NGF CAMPAGNE

Stap 1: touch

HERKADEREN VAN GOLF

NGF CAMPAGNE

Herkaderen, van…

VOOR MANNEN ÉN VROUWEN

VOOR OUD ÉN JONG

NIET VOOR MIJ

NGF CAMPAGNE

Herkaderen, naar…

VOOR MANNEN ÉN VROUWEN

VOOR OUD ÉN JONG

VOOR MIJ ÉN VOOR IEDEREEN

NGF CAMPAGNE

Stap 2: tell

HET PLEZIER VAN GOLF

NGF CAMPAGNE

NGF

Het plezier van golf

DRIVERS: SPORT/SPEL, (MENTALE)GEZONDHEID, PLEZIER, SOCIAAL, LEERZAAM.

BARRIÈRES: NIET TOEGANKELIJK, VEEL TIJD, KOSTBAAR, NIET PASSEND.

NGF CAMPAGNE

Stap 3: sell

PROBEER GOLF

NGF CAMPAGNE

Probeer golf

GERICHT ACTIVEREN VAN DE DOELGROEPEN OM NAAR EEN GOLFBAAN IN DE BUURT TE GAAN VOOR:

EEN CLINIC, OPEN DAG, GOLFSTARTCURSUS, ETC.

Stap 4: care

MIJN CLUB

NGF CAMPAGNE

Mijn club

ZOWEL DE NIEUWE ALS HUIDIGE GOLFERS **BETREKKEN** BIJ DE NIEUWE BEWEGING EN ZE **ACTIVEREN** OM MEER MENSEN TE VERWELKOMEN.

Het inzicht

GQ

BRITAIN SUBSCRIBE

FASHION CULTURE GROOMING WATCHES GQ RECOMMENDS LIFESTYLE FITNESS MOTY

SPORT

Golf somehow got cool – and we're here for it

With a younger crowd getting into the sport and the likes of Nike, BMW and Rolex now heavily investing in it, golf is officially having a moment

By Robin Swithinbank
16 September 2022

VOGUE BUSINESS

MEMBERSHIP SIGN IN

TECHNOLOGY SUSTAINABILITY COMPANIES FASHION RETAIL BEAUTY DATA EVENTS ADVANCED

FASHION

Fashion's new favourite sports: Tennis and golf

The pandemic saw tennis and golf enjoy a surge in popularity among a younger audience. Time for brands and retailers to respond.

BY LUCY MAGUIRE
June 7, 2021

The New York Times

Will Cool Clothes Make Young People Love Golf?

An apparel brand with a streetwear sensibility wants to get teens and 20-somethings onto the green.

Photo: Courtesy of Birdie Golf Social

Esquire ENTERTAINMENT STYLE LIFESTYLE SHOPPING NEWS & POLITICS SUBSCRIBE SIGN IN

Style > Fashion

Golf's Dress Code Has Finally Been Disrupted

BJORN IOSS

Golf's new wave starts from inside the hearts and minds of those who play it, but it extends to the clothes they wear and the company they keep. Erik Anders Lang founded Random Golf Club, an online and IRL community that seeks to connect people on the course, on a simple belief: All are welcome. "I want to incentivize you to bring someone who hasn't played," Lang says. "It's an open-mindedness that's not often seen on a golf course. There's a pass/fail scenario where we

MANOFMANY SHARE

FEATURED: MEN'S FASHION TRENDS

How Golf Wear Became a Fashion Statement for a New Breed of Golfer

In Partnership with Ben Sherman

NGF CAMPAGNE

NGF

Sfeer

NGF CAMPAGNE

Campagne rationale

De NGF heeft zich tot doel gesteld de golfsport toegankelijker, en daarmee toekomstbestendig, te maken.

Dat gaan we doen door een beweging te starten waardoor iedereen zich welkom voelt. Jong, oud, man en vrouw. We gaan de golfsport democratiseren.

Een beweging waarin huidige leden zich thuis voelen en nieuwe leden zich welkom.

Een beweging die B2B-partners uitnodigt en verbindt.

Een beweging waar clubs zich bij kunnen aansluiten en voor verbinding zorgt.

Een beweging die inspireert om allerlei nieuwe activiteiten te ontwikkelen.

Campagne rationale

Golf is constant in beweging, in beweging op de club en daarbuiten.

Om de sport toegankelijker te maken voor jou, en je buurman, collega of vriendin.

In deze campagne gaan we spelen met de vooroordelen rondom golf. We zetten ons niet af tegen het stereotype, maar laten zien dat golf er is voor een breder publiek. En tonen we wat golf allemaal voor moois te bieden heeft.

Het gaat niet om leeftijd, gender, uiterlijk vertoon of hoe vermogend je bent. Golf gaat om plezier uit de sport te halen, op jouw manier.

Iedereen is welkom.

Welcome
to the club

Welcome to the club

- Van exclusief naar inclusief.
- Toegankelijk.
- Integratie tradities.
- Iedereen is welkom.

NGF CAMPAGNE

Welcome to the club
HERKADEREN VAN GOLF
TOUCH
NGF CAMPAGNE

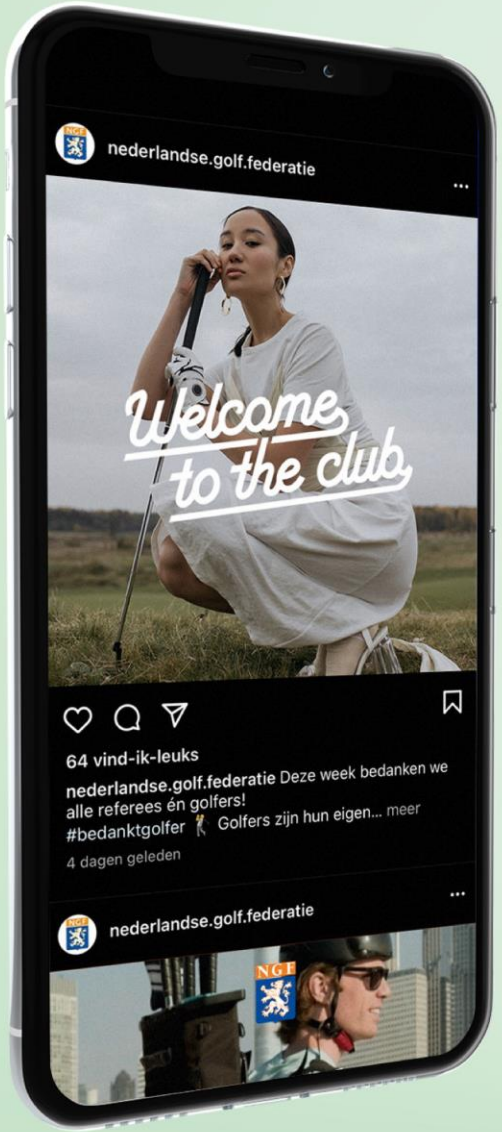
Print (touch/herkaderen)

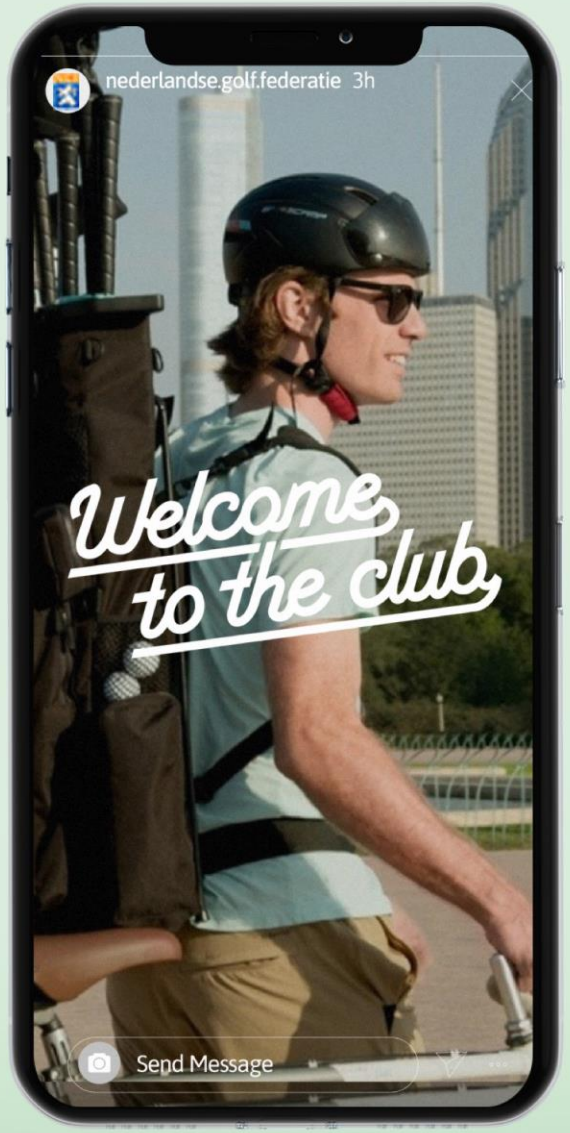
NGF CAMPAGNE

Print (touch/herkaderen)

NGF CAMPAGNE

Social (touch/herkaderen)





NGF CAMPAGNE

Samenwerking (touch/herkaderen)

Om golf benaderbaar te maken voor een bredere groep mensen moeten we af van het elitaire randje. En hoe kan dat nou beter dan samenwerken met een winkel die er echt voor iedereen is: HEMA.

Samen met HEMA en een uitgesproken Nederlandse ontwerper, zoals Bas Kosters, brengen wij Nederlands meest toegankelijke golfcollectie ooit uit.

Denk aan golfkleding en golfaccessoires zoals: shirts, petjes, golfschoentassen en ballen.

NGF CAMPAGNE

Samenwerkingen (touch/herkaderen)

Samen met de LINDA lanceert NGF een speciale uitgave van het blad.

Met hierin onder andere een fotoshoot in de stijl van de campagne, jonge hippe vrouwen, in de niet al te standaard golfkleding.

Daarnaast plaats je een rubriek over eerste ervaringen op de golfbaan. En is het leuk interviews met bekende ambassadeurs van de sport te publiceren.

Golfballen: een serie golfende ‘hunks’ wordt uitgelicht, en gevraagd naar hun golfavonturen.

Welcome to the club
HET PLEZIER VAN GOLF
TELL
NGF CAMPAGNE
NGF

Drive (tell/het plezier van golf)

In een social video reeks worden een aantal personages die je kan herkennen uit de brand movie uitgelicht.

Ontdek de uiteenlopende drivers van de verschillende mensen. Waarom kwamen ze die dag naar de golfclub?

Wat je reden ook is, jij bent: Welcome to the club.

NGF CAMPAGNE

SOCIAL VIDEO (tell/het plezier van golf)

Shot 1: Een jonge vrouw loopt zichtbaar verveeld op de loopband in de sportschool.

Voice over: Er zijn uitdagendere manieren om aan je 10.000 stappen te komen.

NGF CAMPAGNE

SOCIAL VIDEO (tell/het plezier van golf)

Voice over: Wat je reden/drive ook is…

Shot 2: Dezelfde vrouw loopt nu richting een hole om haar balletje eruit te halen.

Welcome to the club.

NGF CAMPAGNE

SOCIAL VIDEO
(tell/het plezier van golf

Shot 1: Een leuke jonge vent zit onderuitgezakt te Netflixen met een zak chips in zijn handen.

Voice over: Er zijn leukere avondvullende programma’s.

NGF CAMPAGNE

SOCIAL VIDEO (tell/het plezier van golf

NGF CAMPAGNE

Voice over: Wat je reden/drive ook is…

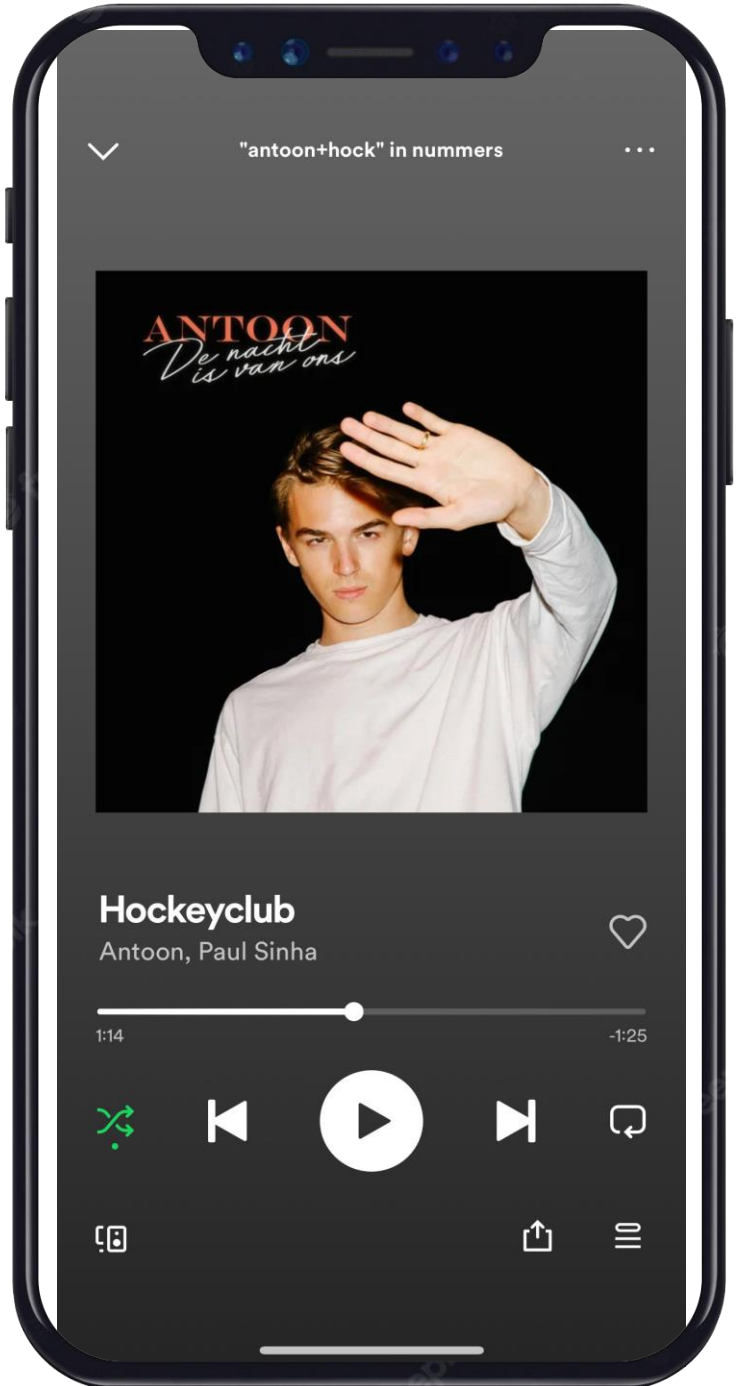
Shot 2: Dezelfde man slaat nu met zichtbaar plezier een bal uit de bunker.

Welcome to the club.

MUSIC VIDEO (tell/het plezier van golf)

Met een pakkend liedje in samenwerking met een bekende artiest, zoals Antoon, kunnen we elk gewenst verhaal over golf vertellen. Een boodschap die het ‘’nieuwe golf’’ belichaamt en waarmee een nieuwe doelgroep wordt aangesproken.

Denk hierbij aan het liedje ‘’smoorverliefd’’ van Snelle in samenwerking met Interpolis.



NGF CAMPAGNE

Welcome to the club
PROBEER GOLF
SELL
NGF CAMPAGNE
NGF

Producten, diensten en programma’s

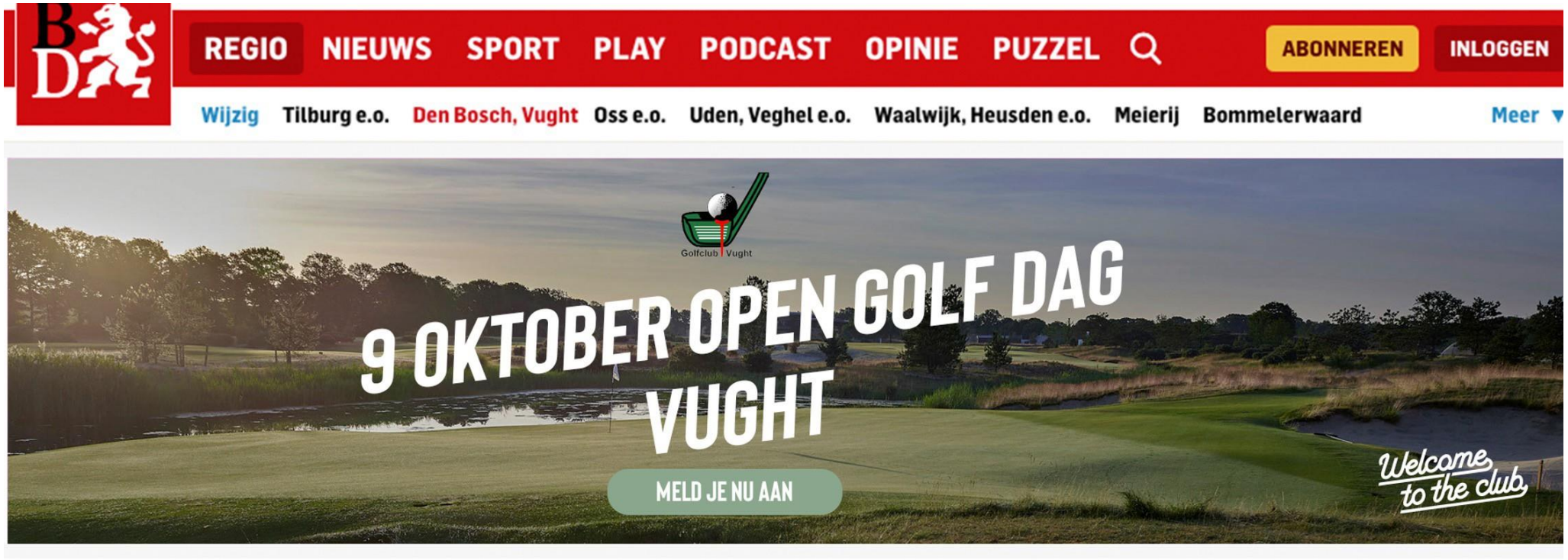
Deelname van jullie is onderdeel van het succes(!)

- Open Golfdagen
- Golfstart
- Lidmaatschap / aanbod
- GOLFGO
- Women in golf

Word onderdeel van ‘welcome to the club’ en dus van de campagne met ondersteuning van de producten: aanmelden: [danielle.wallet@ngf.nl.](mailto:danielle.wallet@ngf.nl)

NGF CAMPAGNE

Lokaal (sell/probeer golf)



Onbeperkt **PREMIUM**
van ~~1,83~~ voor 1,50 per week

NET BINNEN

09:03 PREMIUM Gestelse Buurt in Den Bosch scoort nóg slechter, ondanks wijkaanpak...

NGF CAMPAGNE

Lokaal (sell/probeer golf)

NGF CAMPAGNE

Lokaal (sell/probeer golf)

NGF CAMPAGNE

Lokaal (sell/probeer golf)

NGF CAMPAGNE

Lokaal (sell/probeer golf)

LINDA
voucher

NGF CAMPAGNE

Lokaal (sell/probeer golf)

NGF CAMPAGNE

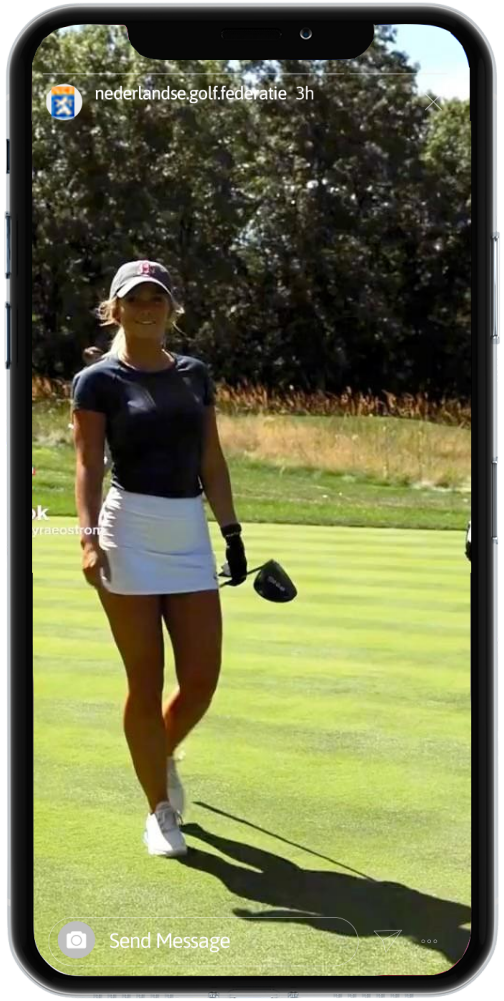
Lokaal (sell/probeer golf)

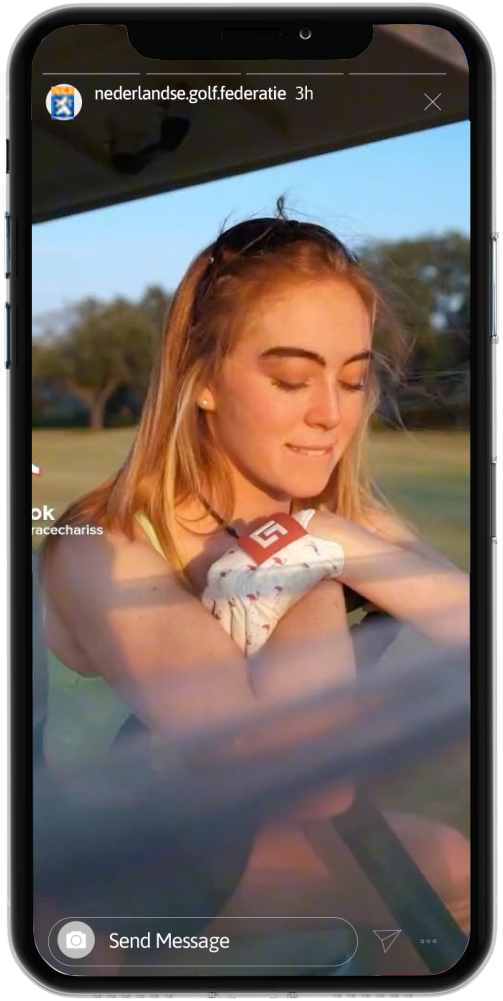
Je social media-imago is natuurlijk hartstikke belangrijk. Wat straal je uit naar de buitenwereld? Wat is je style? Waar wil je bij horen? Ben je sportief?

Golf is onwijs populair onder Gen-Z. Wanneer je deze sport beoefent wil je dit natuurlijk maar al te graag vastleggen. En het liefst op een spectaculaire manier…

Tijdens speciale ‘’TikTok Famous’’ draaidagen maken we jou een professionele golfer. Middels de juiste edit, slo-mo effecten en muziek imponeer jij straks al je vrienden.

NGF CAMPAGNE





Welcome to the club
MIJN CLUB
CARE
NGF CAMPAGNE
NGF

Clubpakket (care/mijn club)

Natuurlijk maken we de clubs onderdeel van de nieuwe beweging. Door ze te informeren en betrekken. En door ze uit te nodigen actief mee te doen.

De deelnemende clubs krijgen hun eigen Welcome to the club pakket en we nemen juist die clubs actief mee in onze campagne.

Welcome
to the club

Welcome
to the club

Clubtafel (care/mijn club)

Welcome to the club tafel.

In de aangesloten clubs plaatsen we een grote stamtafel. Deze tafels zijn bedoeld om nieuwe mensen te leren kennen op de club. Iedereen kan bij elkaar gaan zitten om even te kletsen, een dagje golf te evalueren of samen een drankje te drinken. Het doel, verbinden. Of je nou al jaren golft of er net een dag rondloopt, nieuwe mensen leren kennen is altijd leuk.

Welcome
to the club
Welcome
to the club

Welcome to the club
Welcome to the club

Bag tags (care/mijn club)

Om te laten zien dat je welkom bent en blijft op verschillende clubs in Nederland kun je deze speciale Welcome to the Club bag tags verzamelen. Iedere club kan hiermee tonen dat ze openstaan voor diversiteit op de golfclub.

Nieuwe leden kunnen vol trots laten zien dat ze onderdeel zijn van de sport, en belangrijker nog, zich welkom voelen.

Spaar ze allemaal!

NGF CAMPAGNE

ROSENDAELSCHE GOLFCLUB
1895
QUI VA DROIT NE MANQUE

GOLFCLUB
ALMEERDERHOUT
1986

Welcome
to the club

Welcome
to the club

Welcome
to the club

De huidige leden (care/mijn club)

We sturen (via de clubs) onze huidige leden een mailing over de lancering van de nieuwe campagne. Daarin is alle ruimte voor hun eigen club om aan te geven hoe zij hier invulling aan geven. En aan te geven dat zij graag samen met hun huidige, trouwe leden, graag nieuwe leden welkom willen heten.

Bij de mailing zit een bag tag en een set kaarten om een bekende uit te nodigen eens mee te gaan.

NGF CAMPAGNE

GOLF.NL app (care/mijn club)

NGF CAMPAGNE

Solheim Cup (care/mijn club)

The Road to Solheim. Vier bekende dames worden getraind om een echte wedstrijd te gaan spelen. En niet zomaar een wedstrijd. Ze zullen het tijdens de Solheim Cup tegen elkaar opnemen in een special event. “Het perfecte plaatje”, maar dan voor golf.

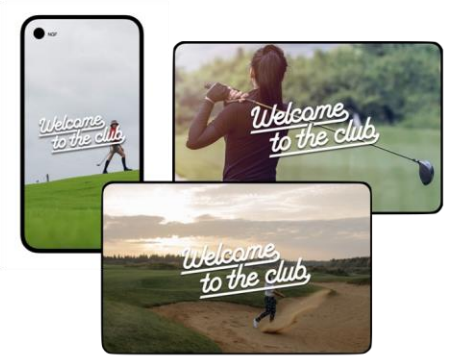
In een real life serie volg je de dames van hun eerste slag tot aan de cup. Een serie vol humor, drama, valkuilen, overwinningen en natuurlijk golf, golf en nog meer golf.

Een serie die op televisie, LINDA.nl of Videoland uitgezonden kan worden.

Welcome to the club

TOUCH

TELL



SELL

PATHÉ LADIES NIGHT

LINDA.festival

CARE

SOLHEIM CUP

NGF MARKETING STRATEGIE

03

Media

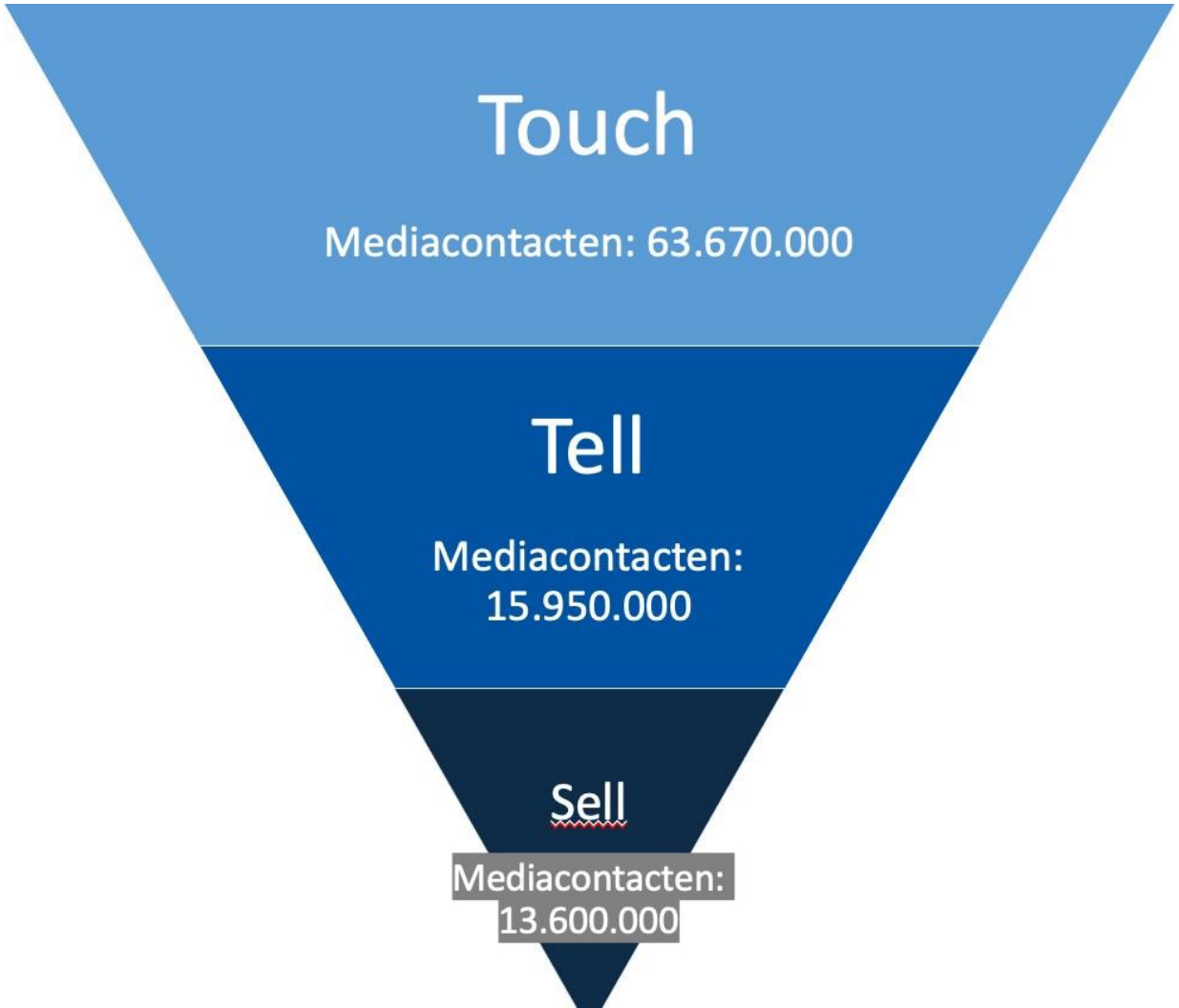
Mediastrategie: doelgroeponderzoek

- Mannen en vrouwen.
- 25-50 jaar.
- Gekeken naar bereik en selectiviteit.
- Afgestemd op touch, tell en sell.

Mediastrategie

MEDIASTRATEGIE

Mediabereik op campagneniveau



MEDIASTRATEGIE

Planning en begroting 2023

Planning

- Productie: Q1 en Q2 2023
- Start campagne: mei 2023

Budgetverdeling 2023

- Bureaukosten 15%
- Productiekosten 20%
- Mediakosten 65%

MEDIASTRATEGIE

Marketingstrategie

NGF-Strategie 2021+ &
Solheim Cup 2026

KONINKLIJKE
NEDERLANDSE
GOLF FEDERATIE