



De ondernemende vereniging: **Golfclub Kromme Rijn uit Bunnik**



Door teruglopende inkomsten uit subsidies en minder contributie opbrengsten als gevolg van dalende ledenaantallen zien veel verenigingen zich genoodzaakt andere activiteiten te ontwikkelen om geld te 'verdienen'. Er zijn echter ook clubs waarbij dat helemaal niet aan de orde is en het creatieve ondernemerschap als 'vanzelf' bij de verenigingscultuur past. Over die clubs gaat deze serie, waarbij we dit keer op bezoek gaan bij een golfclub: Kromme Rijn in Bunnik. We spreken met Thomas Kahnt, sinds vier jaar directeur en afkomstig uit de 'gastvrijheid' industrie zoals hijzelf zegt, als oud manager van hotels als Hilton, Bilderberg en Kasteel de Wittenburg.



Direct buiten het dorp Bunnik nabij Utrecht, aan de oevers van rivier de Kromme Rijn ligt de gelijknamige golfbaan. Op het landgoed De Brakel ligt sedert 1997 een zogeheten 9 holes golfbaan met een zeer hoge natuurwaarde. Al voor de bouw van de baan zijn er goede afspraken gemaakt met diverse milieu instanties zoals de Vlinderstichting en de Natuur en Milieufederatie Utrecht. Tegenwoordig is de baan GEO-gecertificeerd (een internationaal keurmerk voor duurzaam beheer op golfbanen). De golfholes lopen door een terrein met een landgoedkarakter. De club, ontstaan in 1985, speelt sinds eind vorige eeuw op de huidige locatie. De baan is ontworpen door de bekende golfarchitect Gerard Jol. Dat zegt veel niet-golfers niks (en veel golfers ook niet trouwens), maar “veel spelers en gasten kijken heel goed naar de ranking van onze baan op ‘Leading Courses’ en daarin staan wij, mede door dat fraaie ontwerp, in de top van 9-Holes banen”, zegt Kahnt met onverholten trots. Voor golfers is de kwaliteit van de baan een belangrijke indicator, naast gastvrijheid, zo meldt hij.

Juridische structuur heeft basis in grondaankoop

Veel golfclubs hebben een kenmerkende juridische structuur: een stichting en een vereniging waarbij een gedeeld bestuur bestaat. Met aan de ene kant het eigendom en aan de andere kant de sport. Leden betalen een participatie (basisinvestering) die echt hard nodig is om de baan aan te leggen. Vroeger waren dat puur participatiehouders, tegenwoordig kiezen veel golfclubs voor een combinatie van participatie (leden die een aandeel hebben) en ‘losse’ leden, die louter jaarlijks hun speelrecht betalen (vaak met een bescheiden opslag voor administratie). Ook Kromme Rijn kent deze verdeling, waarbij nu ca 55% van de leden aandelen heeft en de rest louter speelrecht.

Veel golfverenigingen hebben de structuur aangepast, hetgeen niet alleen past in de huidige flexibele tijdgeest, maar tevens nodig werd omdat de vroegere wachtlijsten bij clubs nu zijn vervangen door een ‘tekort’ aan leden. Dat geldt gelukkig niet voor Kromme Rijn, want met bijna 700 leden is de club financieel en sportief gezond. Zeker ook omdat een klein aantal van hen ‘aandeelhouder met speel-



recht voor het leven’ is geworden (tegen fikse betaling). Dat geld is in een investeringspot gestoken, wordt gebruikt voor duurzame investeringen en valt dus buiten de exploitatie. Een andere ontwikkeling die je bij veel clubs ziet, is het terugdringen van de vrijwilligers voor het secretariaat en de zogeheten marshalls, waarbij professionals hun taken overnemen.

Waar zit het verdienmodel in?

Waar veel sporten louter lidmaatschapsgeld ontvangen van spelende leden, heeft de golfsport te maken met veel andere inkomstenbronnen: greenfee-spelers (niet abonnementhouders), bedrijven of vriendenclubjes die een golfdag of clinic organiseren en spelers die les nemen bij de golfschool. In Bunnik zijn de drie docenten van de golfschool fysiek ondergebracht naast de driving range (de oefenbaan voor de afslag) en vormen een eigen entiteit. Ze leiden zo’n 100 nieuwe golfers per jaar op (waarvan een deel natuurlijk ook lid wordt van de vereniging, maar dat is niet verplicht). Verder kent de club nog bedrijfsleden, waarvoor een eigen competitie wordt georganiseerd en die allemaal exposure krijgen in of rond de baan (een beetje afhankelijk van hun financiële bijdrage, zo meldt Kahnt met een knipoog).





In Bunnik worden zo'n 100 nieuwe golfers per jaar opgeleid

Golfballen, bitterballen en business...

Opvallend genoeg heeft Kromme Rijn wel bedrijfsleden, maar geen businessclub. "We hebben dat uiteraard onderzocht en de leden bevraagd over hun wensen, maar meer activiteiten naast het golfen of onderling presentaties geven heeft geen prioriteit voor hen", aldus Kahnt. Zelf is hij wel actief in diverse service en businessclubs, waarvan enkele ook het clubhuis gebruiken voor hun eigen bijeenkomsten (Business Open bijvoorbeeld). Belangrijkste in de regio is de BHIK, de Bunnikse Handel en Industrie Kring. Meerdere sponsors zijn daar ook lid van. Hoofdsponsor van Golfclub Kromme Rijn is BWM-dealer Ekris uit Zeist, die met de keuze voor golf midden in zijn doelgroep zit. Verder kunnen bedrijfsleden ruimtes gebruiken in het clubhuis, maar dan betalen ze wel voor de catering (die is uitbesteed aan een horeca exploitant). Kromme Rijn heeft zelfs sponsors die wel adverteren, maar zelf niet spelen. Dat komt niet vaak voor in deze tak van sport, waarbij het 'netwerken' zo vaak wordt opgevoerd als argument ergens een bord te plaatsen. Overigens krijgt zo'n bedrijf wel greenfee kaarten, maar die worden dan voor klanten of medewerkers ingezet. De golfclub koopt uiteraard wel het merendeel van zijn diensten en producten in bij sponsors of bedrijfsleden. Tot slot is er jaarlijks een wedstrijd tussen de ondernemersverenigingen van Bunnik en Bilthoven: daar worden beslist naast business ook bier en bitterballen 'geserveerd'.

Met één speelrecht spelen op 72 holes

In 2015 stond Thomas Kahnt, samen met collega's van de golfbanen Albatross en De Dorpswaard, aan de basis van een briljant idee: de GolfAlliantie. De deelnemende banen geven hun leden speelrecht op elkaars baan. Dit concept geeft de leden de mogelijkheid om wanneer ze maar willen, een keer uit te wijken naar een andere golfbaan. De clubs, die alle beschikken over 9 holes, behouden wel hun eigen identiteit. Dit wil zeggen dat wedstrijden en evenementen louter bestemd blijven voor de eigen leden.

Deelnemende golfbanen naast Kromme Rijn zijn de Nieuwegeinse, Old Course Loenen, Albatross, De Kurenpolder, De Dorpswaard, De Strijensche en Golfclub Overbrug. Deze golfclubs liggen op een acceptabele reisafstand van elkaar in de provincies rondom Utrecht. De deelnemende golfclubs spelen hiermee in op een markt waarin de golfsport vraagt om verandering. Met dit concept spelen golfers niet alleen op hun thuisbaan maar kunnen zij uitwijken naar 63 andere holes! "Er wordt heel veel gebruik van gemaakt door onze leden", aldus een glimmende Kahnt. "Het gaat om ca. 1.500 rondjes golf". Dit idee is inmiddels wel gekopieerd, tot in Duitsland toe. Waarbij het wel zo fair is te melden dat er ook clubs minder blij mee zijn, omdat zij (doordat ze niet deelnemen) een stuk omzet van greenfee spelers missen. Kahnt ziet dat probleem niet zo: "golfers die elders willen spelen, gaan heus wel naar andere banen toe".





*Wij zorgen
voor uw
sportveld!*

BRAS FIJNAART verzorgt
bij privatisering het
totaal beheer van uw
buitensportaccommodatie

ADVIES | ONDERHOUD | AANLEG

BRAS FIJNAART

GROENVOORZIENING & CULTUURTECHNIEK

OUDE HEIJNINGSEDIJK 30, 4794 RE HEIJNINGEN | 0168 462 856 | WWW.BRASFIJNAART.NL



Thomas Kahnt stond aan de basis van de GolfAlliantie: "Er wordt heel veel gebruik van gemaakt door onze leden"

SEO in de sport: gevonden worden

Een ander innovatie idee vanuit golfclub Kromme Rijn is actief insteken op SEO: Search Engine Optimization. Het is het optimaliseren van een (mobiele) website door het verbeteren van interne en externe factoren (techniek, content, autoriteit) om het bezoek naar de (mobiele) website of app op relevante zoekwoorden (keywords of trefwoorden) vanuit zoekmachines te verhogen. "Gevonden worden is stap 1 in het verhogen van het bezoek van greenfee spelers", zo suggereert de directeur. Momenteel denkt men in Bunnik zelfs aan het inzetten van een breed scala aan Social Media activiteiten om de bekendheid te verhogen. Medewerkers krijgen daarvoor training 'on the job'.

Sponsoring voor de topteams?

Weliswaar speelt het eerste team hoog in de landelijke Golf-competitie, voor sponsoring van hun kleding en andere zaken zijn ze zelf verantwoordelijk. "Dat gaat prima hoor", aldus Kahnt. Wel laat hij de verschillende interne wedstrijdseries sponsoren door lokale bedrijven. "Die betalen een bescheiden bijdrage en mogen dan hun naam verbinden aan de wedstrijd en prijzen aanleveren. Jumelle bijvoorbeeld, een lokale juwelier en goudsmid, doet dat meerdere keren per jaar". Er zijn maar weinig verenigingen waar dat kan in de golfwereld in Nederland, zo suggereert Kahnt. Verder zijn er samenwerkingsverbanden met bijvoorbeeld scholen in de buurt en een bridgeclub, maar dat wordt voornamelijk door de golfschool en de horeca-exploitant opgepakt.

Zonnebloem op stille tijden

Een golfclub in Limburg heeft, om de 'stille' ochtend uurtjes te vullen, een groep senioren van de Zonnebloem ontvangen. Is dat een idee voor Kromme Rijn? Kahnt beaamt dat: "als we daarmee meer appelgebak verkopen, zijn ze zeker van harte welkom". Maar eigenlijk is de nieuwe horeca exploitant in Bunnik al druk doende met de clubjes golfers die in het clubhuis komen. De twijfel inschattend kan de Zonnebloem er beter een Facebook event van maken want met het SEO beleid vanuit Bunnik komen ze dan snel op de radar van Kahnt terecht!



Dit artikel is geschreven op persoonlijk titel door **Paul Boehlé** van sponsormediar, met meer dan twintig jaar ervaring als manager sponsoring in de energiebranche en de verzekeringswereld. Naast betrokkenheid bij Eredivisievoetbal in ons land (FC Groningen en FC Twente) en het internationale schaatsen (Essent ISU World Cup), is hij ook vele jaren voorzitter geweest van een kleine volleybalvereniging in Utrecht. Voor sponsoradvies is hij bereikbaar op paul.boehle@sponsormediar.nl