

SGF Effektmätning och drivkrafter

2010-12-16



Svenska Golf förbundet

1

Innehåll

1. Bakgrund
2. Undersökning och analys
3. Medlemsprofilerna
4. Slutsatser och diskussioner



Svenska Golf förbundet

2

Bakgrund



Svenska Golfförbundet

3

Bakgrund, syfte och mål

- SGF genomförde under 2007 en profilering för att få kunskap om olika typer av golfare.
- Genom att genomföra en uppföljande kvantitativ studie på profilerna 2010 möjliggör att vi nu kan följa utvecklingsmönster och förändringar i beteende och preferenser.
- **Syftet** med denna studie är därmed att se förändringar och likheter i utvecklingen från den förra studien.
- **Målet** är att förse SGF med ett underlag som bidrar till att utveckla kommunikation och erbjudande till golfspelare för att undvika framtida avhopp.



Svenska Golfförbundet

4

Tillvägagångssätt

Tillvägagångssätt för studien 2007:

- **Steg 1 Förstudie:** Skrivbordsanalys av gamla undersökningar.
- **Steg 2 Hypotesutveckling:** Utifrån skrivbordsanalysen.
- **Steg 3 Hypotestest och identifiering av profiler:** Utskick av kvantitativ enkät.
- **Steg 4 Prioritering av målgrupper och idéutveckling:** Gemensamma analysmöten för att identifiera och prioritera profiler samt skapa idéer kring produkt- och tjänsteutveckling samt hur SGF kan gå vidare med detta.

Tillvägagångssätt för studien 2010

- **Steg 1:** Genomgång av ursprungligt frågebatteri samt revidering och tillägg av frågeställningar.
- **Steg 2:** Utskick av enkät via TNS SIFO och SGF Golfpanel
- **Steg 3:** Analys och rapport



Svenska Golfbörbundet

Om Golfpanelen

- Golfpanelen administreras av Sifo Research International och startades i januari 2004.
- Panelen består av golfare som rekryterats via telefon och via golf.se. Och består av nästan **3000** golfare.
- Urvalet har varit slumpmässiga individer i åldern 16-79 år som är medlemmar i en golfklubb knuten till SGF och har tillgång till Internet.
- Panelen motsvarar Golsverige
 - Allt resultat vägs utifrån vägningsmatris från SGF på kön, ålder och hcp.
 - Panelen är ett tvärsnitt av Sveriges golfare och viktningen av resultaten säkerställer datafångstens kvalitet.



Svenska Golfbörbundet

6

Fördelning av respondenter

Fördelningen av respondenterna är viktad för att få ett underlag representativt mot fördelningen av SGF:s medlemmar.

Totalt antal respondenter: 886

Kön	Man	701	Bas 627	71%
	Kvinna	185	Bas 259	29%
Ålder	-35	79	Bas 86	10%
	36-49	245	Bas 208	23%
	50-65	375	Bas 373	42%
	65+	187	Bas 219	25%
Golfhcp	Elitmotionär hcp 0-12	252	Bas 144	16%
	Klubbspelare hcp 12.1 – 24.9	457	Bas 335	38%
	Sällskapsspelare hcp 25 – 35.9	148	Bas 240	27%
	Klubbhcp hcp 36.1 – 54	29	Bas 167	19%



Svenska Golf förbundet

7

Undersökningen

Resultat och analys



Svenska Golf förbundet

8

Var, när, hur och varför spelar man golf?

EN ANTINGEN ELLER SPORT?

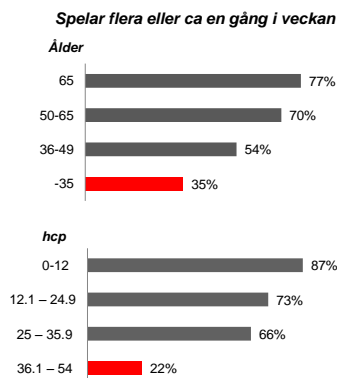


Svenska Golfförbundet

9

Spelfrekvens beror främst på ålder

- En majoritet av alla golfare spelar golf minst en gång i veckan och i jämförelse med 2007 har frekvensen för golfspelare ökat något.
 - 2007 uppgav 61% av de svarande att de spelar golf minst en gång i veckan. Motsvarande för 2010 är 66%.
- Spelfrekvens ökar **med ålder** där 77% av respondenter äldre än 65 år spelar flera eller ca en gång per vecka, medan motsvarande siffra för yngre (under 35) är 35%
- Spelfrekvensen för respondenter med **högt hcp** (36+) är betydligt lägre än genomsnittet. Endast 22% spelar flera eller ca en gång per vecka.



Fråga 9: Hur ofta spelar du golf? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej)



Svenska Golfförbundet

10

Semester och helg dominerar

- Under semestertider spelas det fortfarande mest golf (62%) samt under helger, men i något lägre utsträckning 2010 jämfört med 2007.
 - Dock spelas golf i lägre utsträckning under framför allt kvällar (37%) jämfört med 2007 (49%).
- En av de största skillnaderna överlag är hur ofta man spelar i tävlingssammanhang där **respondenter med lågt hcp** spelar i betydligt högre utsträckning än övriga grupper (66% T = 32%)
- Kvinnor** spelar hellre i semestersammanhang (K = 66% M = 51%)

	2007	2010
Semester	68%	62%
Helg	62%	57%
Kvällar	49%	37%
Tävling	32%	29%
Affärs sammanhang	9%	8%

(Bas: Mycket ofta, Ofta)

Fråga 10: Tillsammans med vem spelar du oftast golf? (Ett svarsalternativ möjligt)

Fråga 12: Hur ofta spelar du golf i följande sammanhang? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej) (Bas: Mycket ofta, Ofta)

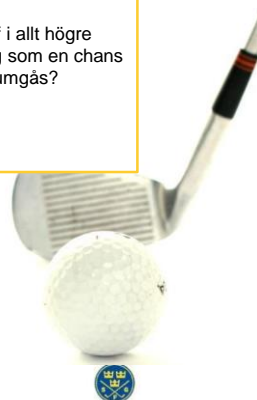

Svenska Golfförbundet

11

Social drivkraft bakom golf än större idag

	2007	2010
Umgås med vänner	53%	58%
Utöva en sport/fysisk aktivitet	50%	51%
Koppla av	41%	33%
Komma ut i naturen	33%	32%
Umgås med familjen	30%	21%
Utmana sig själv	24%	15%
Lära känna andra människor	12%	9%
Utveckla mig själv	10%	19%

Ses golf i allt högre utsträckning som en chans att umgås?



Svenska Golfförbundet

Fråga 8: Vilket av följande stämmer bäst överens med din uppfattning om golf? Golf är ett sätt för mig att... (Max 3 svarsalternativ)

12

Olika drivkrafter beroende på kön

- Kvinnor är mer drivna av golfen som sport än vad män är (K = 59% M = 48%) medan män är mer benägna att se golfen som avkoppling (M = 37% K = 22%)

	Män	Kvinnor
Utöva en sport/fysisk aktivitet	48%	59%
Koppla av	37%	22%
Komma ut i naturen	26%	47%
Utmana sig själv	17%	10%
Lära känna andra människor	7%	13%

} Kvinnor sportar och män kopplar av

Fråga 8: Vilket av följande stämmer bäst överens med din uppfattning om golf? Golf är ett sätt för mig att...
(Max 3 svarsalternativ)



13

Drivkrafter varierar mellan olika grupper

	Under 35	36-49	50-65	65+	Elitmotionär Hcp 0-12	Klubbspelare Hcp 12.1 – 24.9	Sällskapsspelare Hcp 25 – 35.9	Klubb Hcp 36.1 – 54
För att umgås med vänner	62%	67%	57%	47%	64%	61%	66%	34%
Utöva en sport/fysisk aktivitet	32%	38%	55%	66%	47%	57%	48%	48%
Koppla av	29%	44%	35%	20%	29%	34%	34%	32%
Komma ut i naturen	42%	25%	28%	43%	16%	27%	39%	46%
Umgås med min familj	34%	17%	18%	27%	12%	19%	23%	33%

Golf som sport/aktivitet är den största drivkraften för personer över 65 år, medan "för att umgås" är den största drivkraften för övriga åldersgrupper.

Drivkrafter för personer med högt hcp skiljer sig markant.



14

Golf – helst med sin partner!

- **Helst spelar man golf tillsammans med sin partner** (33%) men annars är andra populära sällskap kompisgäng (28%) eller en vän (21%), något som inte förändrats markant sedan 2007.
- **Kvinnor** spelar dock i betydligt högre utsträckning tillsammans med sin partner (K = 55% M = 24%) medan **män föredrar kompisgäng** (M = 30% K = 23%) eller en vän (M = 25% K = 11%)
- Det finns också **påfallande skillnader mellan åldrarna** där yngre under 49 oftast spelar med en vän eller sitt kompisgäng och äldre över 50 oftast spelar tillsammans med sin partner.
- Personer med **låg hcp** skiljer sig också från övriga genom att oftast spela golf tillsammans med sitt kompisgäng (47% T = 28%)

	2007	2010
Min partner	31%	33%
Kompisgäng	29%	28%
Vän	20%	21%



Svenska Golfbundet

15

Fråga 10: Tillsammans med vem spelar du oftast golf? (Ett svarsalternativ möjligt)

Varierande engagemang på klubben

- Klubben som samlingspunkt har **ökat något i popularitet** sedan 2007, exempelvis har tävlingar gått från att besökts mycket ofta eller ofta av 25% 2007 till 33% 2010. Dock bör detta ställas mot andelen mindre engagerade som antingen inte spelar golf längre eller som spelar utan klubbmedlemskap.
 - Ungefär en **femtedel av alla golfspelare är på något sätt involverade** i klubben genom att delta i föreningsverksamhet (22%) eller delta i klubbens sociala aktiviteter såsom resor och middagar (18%)
 - Ungefär **en tredjedel som besöker klubben aktivt** för att äta exempelvis middag (32%) eller delta i klubbens golftävlingar (33%)
- Det finns stora skillnader när det kommer till engagemanget i den egna klubben, bland annat åldersmässigt. **Ju äldre man blir desto högre sannolikhet** är det att man deltar i klubbens aktiviteter samt besöker klubben exempelvis för att äta middag.

1 av 5 deltar aktivt i klubben

1 av 3 besöker och deltar i viss mån i klubbens aktiviteter

Vad gör övriga två tredjedelar?



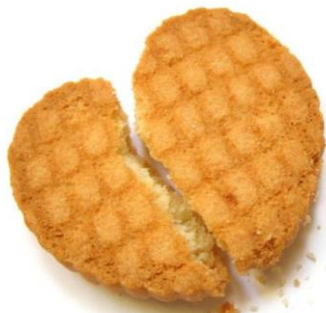
Svenska Golfbundet

16

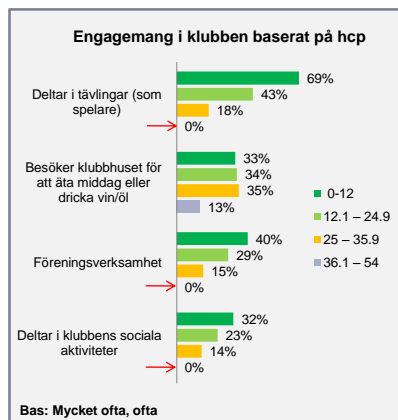
Fråga 19: Hur ofta gör du följande vid din golfklubb? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)

Klubben långt borta för hög hcp:are

- Engagemang och besök på klubben faller drastiskt ju högre hcp som en person har.
- Hcp verkar vara en av de mest styrande variabler för hur mycket och om man engagerar sig samt besöker och deltar i klubbens aktiviteter.



Fråga 19. Hur ofta gör du följande vid din golfklubb? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)



Svenska Golfbörbundet

17

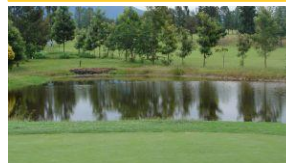
Beteende och intresse en hcp fråga

- Även utanför klubben visar sig engagemanget för golfen vilket främst är beroende av vilket hcp man har.
- Att titta på golftävlingar eller följa tourer på TV är i stort sett inga som har **hcp över 36** som gör (20% tittar ofta, T = 37%) och man spelar heller inte på andra banor (14% T = 50%) eller åker på golfresor utomlands (4% T = 18%).
 - I gruppen spelare med hcp **under 36 ökar andelen respondenter som intresserar sig för golf** och som genomför olika golfaktiviteter markant.
- Män** tillhör den kategori spelare som i högre utsträckning har lågt hcp och det är även män som i större utsträckning söker sig till banor utanför den egna klubben (M = 58% K = 31%)
- Kvinnor**, åker i högre utsträckning på golfresor utomlands (K = 24% M = 16%) vilket också stöds i frågeställningen kring vilka sammanhang man oftast spelar golf.

Hur ofta gör du följande?

Spelar på andra banor i Sverige än den egna klubbens	50%
Följer golftävlingar via TV	38%
Åker på golfresa i Sverige	22%
Åker på golfresa utomlands	18%

(Bas: Mycket ofta, Ofta)



Svenska Golfbörbundet

18

Fråga 11: Hur ofta gör du följande? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)

Majoritet fortsätter i nuvarande form

- En majoritet av golfspelarna kommer att fortsätta vara medlem i samma golfklubb som sin nuvarande. Men det finns substansiella skillnader olika grupper emellan.
- Ju yngre man blir desto större är sannolikheten att man bryter med sin klubb. Bland respondenter under 35 års ålder uppger:
 - 50% att de kommer fortsätta vara medlem i sin nuvarande klubb (T = 77%)
 - 24% uppger att de kommer fortsätta som medlem i en annan klubb (24% T = 12%)
 - 21% uppger att de kommer bryta sitt medlemskap och istället spela på exempelvis pay and play (T = 8%).

Som medlem i samma golfklubb som idag

77%

Som medlem i en annan golfklubb

12%

Pay and play, på utlandsresor och dylikt

8%

Jag kommer inte fortsätta att spela golf

3%

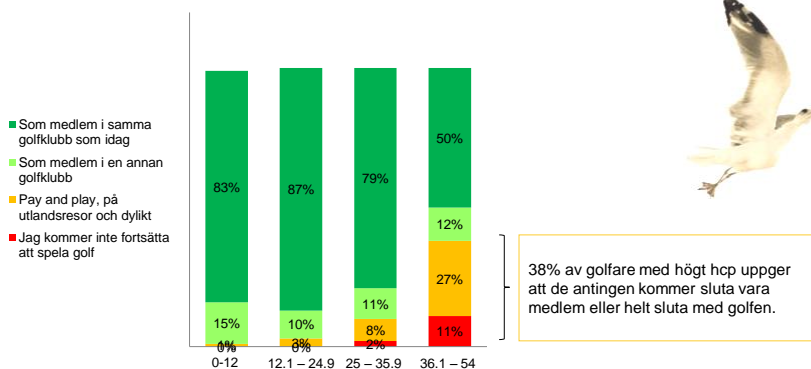


Svenska Golfbörbundet

19

Fråga 24: Hur tror du att du kommer spela golf i framtiden? (Max ett svarsalternativ)

Högt hcp = stor risk för avhopp



Svenska Golfbörbundet

20

Fråga 24: Hur tror du att du kommer spela golf i framtiden? (Max ett svarsalternativ)

Vissa barriärer för att spela golf

- Det största hindret för att spela golf uppges vara att tiden är tidskrävande (63%).
- Spelare med ett högre hcp, över 36, upplever att tiden är ett ännu större hinder (74% T = 63%)
 - De med högre hcp anser även att det är dyrt i högre utsträckning (48% T = 39%)
 - De uppger även att de har svårigheter med den egna utvecklingen i högre utsträckning (26% T = 17%) än övriga åldergrupper.
- På en av få punkter där låga hcp:are sticker ut är att man anser att bemötandet samt service generellt är för dåligt på golfklubbar (13% T = 8%)
- Ekonomin är ett större problem för de yngre spelarna (under 35 år) som i högre utsträckning uppger:
 - Att det är dyrt (58% T = 39%)
 - Att de inte har någon att spela med (19% T = 11%)

Upplevda problem/hinder för golf		
1	Golf tar för mycket tid	63%
2	Det är dyrt	39%
3	Inläsningseffekten på den egna banan p.g.a. avgiftsstrukturen	29%
4	Jag kommer inte framåt i min utveckling	17%
5	Jag har inte någon att spela golf med	11%
6	Jag tycker att bemötande och service på golfklubbar generellt är för dåligt	8%
7	Jag trivs inte med "golfkulturen"	5%
8	Jag trivs inte med min golfklubb	1%

Fråga 17: Vilket/vilka av följande påståenden stämmer bäst in på vad du anser är de största problemen med att spela golf? (Max tre alternativ)



Svenska Golfbundet

21

Sammanfattning



- Spelfrekvens beror framförallt på ålder samt vilket hcp som man har. Denna frekvens ökar med både med ålder och lägre hcp.
- Den sociala drivkraften för att spela golf har ökat sedan 2007. Kvinnor spelar dock i högre utsträckning golf för att utöva en sport, för att njuta av naturen och för att skapa kontakter medan män i högre utsträckning spelar golf för att koppla av samt för att utmana sig själva.
- Det främst problemet med golf är 1. Tiden 2. Att det är dyrt samt 3. Inläsningseffekten på den egna banan på grund av avgiftsstrukturen.
- 4 av 5 engagerar sig inte aktivt i sin golfklubb och ca 2 av 3 besöker och använder sig nästan aldrig av klubbens erbjudanden. Det innebär att en majoritet har liten eller ingen relation till sin golfklubb i nuläget.
- Engagemang till sin golfklubb beror framför allt på vilket hcp som man, där personer med högt hcp har absolut lägst relation till både sin egen golfklubb och andra golfklubbar. Det är denna kategori av golfspelare (dvs. med högt hcp) som även är mest benägna att antingen avbryta sitt medlemskap eller sluta spela golf helt.



Svenska Golfbundet

22

Insikter och rekommendationer

Insikt: Ju högre hcp desto mer distans till golfen som helhet

- Stimulera till att få personer med högt hcp att sänka detta exempelvis genom fortsättningskurser och genom att satsa på utbildning.

Insikt: Den sociala aspekten av golf är än viktigare idag

- Anordna sociala aktiviteter för att knyta till sig klubbens medlemmar ytterligare. Satsa och anpassa aktiviteter för människor som "befinner sig" längst bort från klubben.

Insikt: Fler spelar alltmer frekvent vilket gör det svårt för de som spelar mer sällan.

- Kan man avsätta tider för exempelvis spontangolf för spelare som har det tufft tidsmässigt?




Svenska Golfförbundet

23

Insikter och rekommendationer

Insikt: Tid och pris är relativt

- Medlemskapet måste uppfylla krav och förväntningar och bidra med mervärde för att (framförallt) få spelare som är mindre engagerade att uppleva priset som skäligt.
- Ett reellt sätt att hantera pris och tid är att satsa på exempelvis olika längd på banorna, olika antal hål etc. eller skapa mervärde genom samarbeten klubbar emellan (mer valfrihet) eller flexibla medlemskap (likt gymföretag) som bättre tillgodoser individuella behov.
- Eventuellt bör medlemsstrukturen ses över.

Insikt: Icke engagerade medlemmar tappar man enklare

- Skapa en relation genom exempelvis nyhetsbrev, personliga samtal, invitationer osv.
- Anpassa erbjudandena även efter de som mest sällan besöker klubben.
- Få nya medlemmar att känna sig välkomna genom exempelvis aktiviteter.




Svenska Golfförbundet

24

Golfares konsumtion och konsumtionsbeteende

HÅRDARE TIDER LIKA MED MER KONSUMTION?



Svenska Golf förbundet

25

Mer konsumtion av golfprodukter 2010

Produkter som *mycket eller ganska troligt* kommer köpas kommande säsong

	2007	2010
Golfhandske	68%	71%
Golfkläder	57%	64%
Golfresa	40%	54%
Utbildning/kurs	43%	47%
Golfskor	37%	43%
Klubbor	35%	39%
Greenfee checkar	25%	25%
Entrebiljetter till golfevenemang	20%	23%
Golfbag	22%	17%
Golfböcker	7%	7%



Fråga 22. Vilket av följande tror du att du kommer att köpa under den kommande golfsäsongen? (Svarsalternativ: (Bas: Ja, mycket troligt, Ja ganska troligt, Nej)

26

Kvalitet allt viktigare vid konsumtion

Bas: Mycket viktiga aspekter

		2007	2010
③ (1-15%)	Märke	4%	5%
	Inköpsställe	6%	5%
② (15-40%)	Tillgänglighet	11%	15%
	Bra betyg i tester	13%	17%
	Tips och råd	17%	18%
	Utseende	15%	22%
	Pris	22%	24%
① (>40%)	Kvalitet	38%	52%

Framför allt kravet på kvalitet har ökat sedan 2007 vilket kan bero på omvärldsfaktorer som konjunktur, miljö samt hållbarhet.

Fråga 23. Hur viktigt är följande när du köper en golfprodukt? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt) (Bas: Mycket viktigt)



Svenska Golf förbundet

27

Stora skillnader i golfkonsumtion

- Ju mer golf man spelar desto mer golfrelaterade produkter och tjänster konsumerar man.
- Eftersom att spelfrekvensen i hög utsträckning är kopplat till hcp innebär detta krasst att **ju lägre hcp man har desto mer konsumerar man**.
- Här ser man också skillnader i vad man söker efter i en golfprodukt. Medan respondenter med **lägt hcp** (0-12) är klart mer fokuserade på kvalitetsprodukter (77% T = 52%) och utseende (38% T = 22%) är respondenter med **högt hcp** i högre utsträckning mer prisorienterade (46% T = 24%)



Konsumerar minst någon gång i halvåret

Egen ordnad resa för att spela golf	59%
Nya golfkläder	57%
Ny sportutrustning	48%
Nya träningskläder	42%
Anordnad golfresa	26%
Böcker om golf	11%

Fråga 21: Hur ofta spenderar du pengar på följande? (Svarsalternativ: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret, mer sällan) (Bas: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret)



Svenska Golf förbundet

28

Män söker kvalitet, kvinnor estetik

- Det finns också **skillnader mellan kvinnor och män** där män i högre utsträckning konsumerar hårdvara (ex. klubbor och sportutrustning) medan kvinnor i högre utsträckning konsumerar golfkläder (K = 60% M = 56%).
- Vid val av golfprodukter värderar män kvaliteten i högre utsträckning än kvinnor (M = 54% K = 45%) medan kvinnor istället fokuserar mer på utseendet (K = 34% M = 17%).

Hårdvara och kvalitet för män,
kläder och produktens
utseende för kvinnor



Svenska Golfbörbundet

Fråga 21: Hur ofta spenderar du pengar på följande? (Svarsalternativ: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret, mer sällan) (Bas: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret). Fråga 23: Hur viktigt är följande när du köper en golfprodukt? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt) (Bas: Mycket viktigt)

29

Under 35 – mer fokus på pris

- **Konsumtion och ålder är också sammankopplat** där golfare över 36 år i högre utsträckning konsumerar samtliga golfrelaterade produkter och tjänster.
- Dock konsumerar personer under 36 år i högre utsträckning ny sportutrustning vilket kan innebära att denna grupp i högre utsträckning är nybörjare. (65% T = 48%)
- Golfare under 35 år skiljer sig från äldre när de söker efter golfprodukter. De är mindre kvalitetsorienterade (46% T = 52%) och fokuserar i högre utsträckning på exempelvis utseende (32% T = 22%), pris (42% T = 24%), att den fått bra betyg i tester (29% T = 17%) och att märket är det rätta (10% T = 5%)

Utseende, pris och märke
viktigare för unga!



Svenska Golfbörbundet

Fråga 21: Hur ofta spenderar du pengar på följande? (Svarsalternativ: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret, mer sällan) (Bas: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret). Fråga 23: Hur viktigt är följande när du köper en golfprodukt? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt) (Bas: Mycket viktigt)

30

Sammanfattning



- Trots lågkonjunktur uppger golfare i högre utsträckning idag att de förmodligen kommer köpa golfrelaterade produkter. Framförallt intentionen att köpa golfresor har ökat sedan 2007.
- Dock har preferenser kring golfprodukter förändrats sedan 2007 där golfare i allt högre utsträckning lägger tonvikten vid kvalitet som den viktigaste faktorn vid konsumtion.
- Konsumtionen av golfprodukter är stark sammankopplat med hur mycket golf man spelar och framför allt vilket hcp som man har där personer med lågt hcp konsumerar i större utsträckning är personer med högt hcp.



Svenska Golfbundet

31

Insikter och rekommendationer

Insikt: Ökade krav på kvalitet (eller "det är dyrt att ha dålig kvalitet")

→ Lågprisprodukter slår längre inte lika högt – satsa hellre på mer kvalitet än lågt pris.

Insikt: Människor som köper golfprodukter mer sällan behöver mer information och service för att hitta rätt produkter för att hitta rätt kvalitet

→ Bjud på information och vägled konsumenterna igenom sitt golfköp. Ta rollen som förmedlare och hänvisa medlemmar till expertkällor och oberoende tester.

Insikt: Högre tröskel att börja med golf på grund av dyr utrustning och även högre tröskel för att köpa golfutrustning.

→ Skapa möjlighet att hyra kvalitetsutrustning.



32

Hur vill man ha det när man spelar golf?

BANAN ÄR VIKTIG MEN DET ÄR "ATMOSFÄREN" OCKSÅ



Svenska Golf förbundet

33

34

Bemötande och öppenhet A & O

Information, service och bemötande

		Mycket viktigt	Viktigt
1	Bemötande och atmosfär på klubben golfare emellan	48%	47%
	Bemötande och hjälpsamhet från klubbens personal	41%	51%
2	Möjligheten att ta med familj, vänner och bekanta till klubben	22%	52%
	Information kring klubbens evenemang och aktiviteter	14%	43%
3	Information kring klubbens verksamhet och utveckling	13%	45%
	Information kring klubbens skrivna och oskrivna regler	13%	56%



Viktigaste aspekterna kring **information, service och bemötande** för att få en bra golfupplevelse

Fråga 13: Hur viktiga är följande aspekter kring information, service och bemötande för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt, Viktigt)



Svenska Golf förbundet

Toaletter står högst på trivsel listan

Golfanläggningens faciliteter		<i>Mycket viktigt</i>	<i>Viktigt</i>
1	Toaletterna vid klubben	33%	55%
	Övningsanläggning (Driving range etc.)	30%	54%
	Parkeringsplatser	28%	57%
2	Restaurangen	20%	54%
	Café	15%	52%
	Möjligheter för träning och utveckling med instruktör	13%	47%
	Förvaringsmöjligheter och omklädningsrum	12%	37%
3	Golfshopen	10%	43%
	Transport till och från klubben	3%	14%
	Lekplatser/Barnpassning	1%	4%



Viktigaste aspekterna kring **golfanläggningens faciliteter** för att få en bra golffupplevelse

Fråga 14. Hur viktiga är följande aspekter kring faciliteter för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt, Viktigt)



Svenska Golfbundet

Underhåll och skötsel viktigast

Golfbanan		<i>Mycket viktigt</i>	<i>Viktigt</i>
1	Banans/banornas underhåll och skötsel	51%	46%
	Möjlighet att få tider på banan	48%	48%
	Flytet på banan/banorna	36%	55%
	Priset på green-fee	32%	53%
2	Information och tydlighet längs banan	28%	61%
	Banans/banornas utformning och layout	25%	59%
	Kortare rundor (9 eller 12 hål) till reducerat pris	25%	38%
3	Toaletter utmed banan	20%	40%
	Kiosk vid banan	17%	40%
	Golfbilar	4%	15%



Viktigaste aspekterna kring **golfbanan** för att få en bra golffupplevelse

Fråga 15. Hur viktiga är följande aspekter kring golfbanan för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt, Viktigt)



Svenska Golfbundet

Prioritet från kvinnor - toaletter!

Viktigaste aspekterna för att få en bra golfupplevelse sorterat på största skillnader mellan män och kvinnor	Kvinnor	Män	Skillnad
Möjlighet att få tider på banan	59%	44%	15%
Toaletterna vid klubben	56%	26%	30%
Bemötande och hjälpsamhet från klubbens personal	49%	37%	12%
Möjligheter att spela kortare rundor (9 eller 12 hål) till reducerat pris	46%	17%	29%
Toaletter utmed banan	44%	10%	34%
Parkeringsplatser	43%	22%	21%
Information och tydlighet längs banan	43%	22%	21%
Tiden det tar att spela en omgång golf	36%	25%	11%
Möjligheten att ta med familj, vänner och bekanta till klubben	33%	17%	16%
Kiosk vid banan	27%	12%	15%
Möjligheter för träning med instruktör	21%	10%	11%

= Vitt skilda preferenser kring vad man värdesätter när man spelar golf mellan kvinnor och män, där kvinnor ställer högre krav på saker som män kanske inte ens reflekterar över ...

Fråga 14,15,16: Hur viktiga är följande aspekter kring... för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt)



Svenska Golfförbundet

37

Krav på bekvämligheter från äldre

- **Äldre golfare (65+) ställer generellt högre krav** på olika typer av bekvämlighetsinrättningar. Bland annat är förvaringsmöjligheter och omklädningsrum i högre utsträckning mycket viktigt för äldre (18% T = 12%), men också klubbens toaletter (43% T = 33%) är viktigare.
 - Äldre uppger även högre utsträckning gärna att man kan spela kortare rundor till reducerat pris (35% = 25%)
- **För yngre under 35 år** uppger man att sådana aspekter som kan minska tids- och prisproblem framför allt viktigt. Exempelvis är möjligheten att kunna spela kortare rundor mycket viktigt (32% T = 25%). Man är även i högre utsträckning mån om att det finns en övningsanläggning på klubben (52% T = 30%).

Bekvämlighetsaspekter viktigare för äldre

Tid och pris viktigare för yngre



Svenska Golfförbundet

38

Fråga 14,15,16: Hur viktiga är följande aspekter kring... för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt)

Banan viktigast för låg hcp

- **Personer med lågt hcp** lägger avsevärt mycket mer vikt vid banan än vad personer med högt hcp gör.
 - Saker som flyt på banan, banans utformning och layout, underhåll och skötsel etc. Även övningsanläggning extra viktig för låghandikappare (48% T = 30%).
- **Respondenter med högra hcp är dock mindre kräsna** på samtliga punkter, kanske på grund av den lägre spelfrekvensen och ett mindre engagemang till golfen generellt.
 - En faktor som sticker ut bland de med högre hcp är möjligheten att spela kortare rundor till reducerat pris (54% T = 24%).

Lågt hcp innebär stora krav främst på bana.

Kortare rundor till reducerat pris mycket viktigt för personer med högt hcp.



Fråga 14,15,16: Hur viktiga är följande aspekter kring... för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt)



Svenska Golfbundet

39

Fler restaurangbesök med ökad kvalitet

Fråga: I vilken utsträckning skulle du besöka klubbrestaurangen om följande erbjöds?

Skulle besöka i lägre utsträckning		Skulle besöka i högre utsträckning
5%	Bättre kvalitet på maten	33%
5%	Billigare alternativ på menyn	30%
9%	Trevligare miljö i restaurangen	20%
12%	Hälsosammare mat på meny	19%
23%	Enklare mat på menyn, t ex korv med bröd	10%
29%	Exklusivare middagar, t ex möjlighet till tre-rättersmåltid	7%
19%	Bättre transportmöjligheter till och från restaurangen	12%



Fråga 20. I vilken utsträckning skulle du besöka klubbrestaurangen om följande erbjöds? (Svarsalternativ: I högre utsträckning, i lika stor utsträckning, i lägre utsträckning, jag besöker aldrig klubbrestaurangen) (Bas: I högre utsträckning, i lägre utsträckning)



Svenska Golfbundet

40

Aktiviteter lockar de flesta

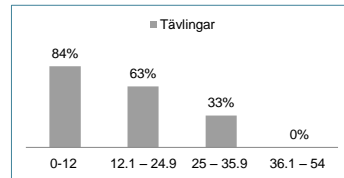
- För de allra flesta är det viktigaste en golfklubb kan erbjuda i aktivitetsväg möjligheten att få träffa golf pro eller gå på kurser (T = 52%).
 - Personer med höga hcp är generellt avsevärt mycket mindre intresserade av samtliga aktiviteter förutom spelhelger för nybörjare (23% T = 18%)
 - Respondenter med lågt hcp (0-12) är tävlingar mer intressant. 84% (T = 46%) uppger att de är mycket eller ganska intresserade av att tävla.
- För kvinnor lockar "Aktiviteter för kvinnor" avsevärt mer än män (62%) men det är viktigt att också poängtera att 19% av männen också anser att aktiviteter för kvinnor är viktigt.



Fråga 16: Hur intresserad är du av följande golfaktiviteter? (Svarsalternativ: Mycket intresserad, ganska intresserad, inte särskilt intresserad, inte intresserad alls) (Bas: Mycket intresserad, ganska intresserad)

1. Kurser/Träffa golfpro	52%
2. Tävlingar	46%
3. Sociala aktiviteter vid golfklubb	41%
4. Paketerade golfresor utomlands	39%
5. Paketerade resor till andra banor	33%
6. Aktiviteter för kvinnor	32%
7. Spelhelger för nybörjare	18%
8. Aktiviteter för barnfamiljer	14%

(Bas: Mycket intresserad, ganska intresserad)



Svenska Golfförbundet

41

Sammanfattning



- Viktigast aspekterna för att få till en bra golfupplevelse:
 1. Banornas underhåll och skötsel
 2. Bemötande och atmosfär på klubben golfare emellan
 3. Möjligheter att få tider på banan
 4. Bemötande och hjälp från klubbens personal
 5. Flytet på banorna
- Det finns dock stora skillnader framför allt mellan män och kvinnor som lägger vikt vid olika aspekter vid golfen. Kvinnorna anser i avsevärt högre utsträckning än män att toaletter utmed banan, toaletter vid klubben samt möjlighet att spela kortare rundor är mycket viktigt.
- Även aktivitetsmässigt är kvinnor mycket intresserad av aktiviteter som riktar sig endast till kvinnor och samma sak gäller för nybörjare som lockas av kurser för just nybörjare.



Svenska Golfförbundet

42

Rekommendationer



Insikt: Medlemmar har höga krav på klubb och bana

- Ta reda på hur bra klubbarna levererar på dessa punkter för konkreta förbättringsåtgärder.
- Se till att tillgodose baskraven

Insikt: Kvinnor har andra baskrav

- Att tillgodose kvinnors baskrav skulle öka möjligheten att värva kvinnliga medlemmar samt öka nöjdheten bland befintliga. Lägg speciell tonvikt på toaletter, både på klubb och utmed bana.

Insikt: Golfare attraheras av specifika aktiviteter för specifika målgrupper

- Skapa specifika forum för kvinnor för att utveckla och stärka denna grupp golfare samt för att underlätta kontaktskapande dem emellan. Skapa även aktiviteter specifikt riktade mot kvinnor.
- Integrationsrelaterade aktiviteter mellan nya och gamla medlemmar, låga och höga hcp för att samtliga ska känna sig välkomna.
- Bjud in nya medlemmar till aktiviteter endast riktade mot dem.



Svenska Golfförbundet

43

Profilerna

Bakgrund



Svenska Golfförbundet

44

SGF:s medlemmar

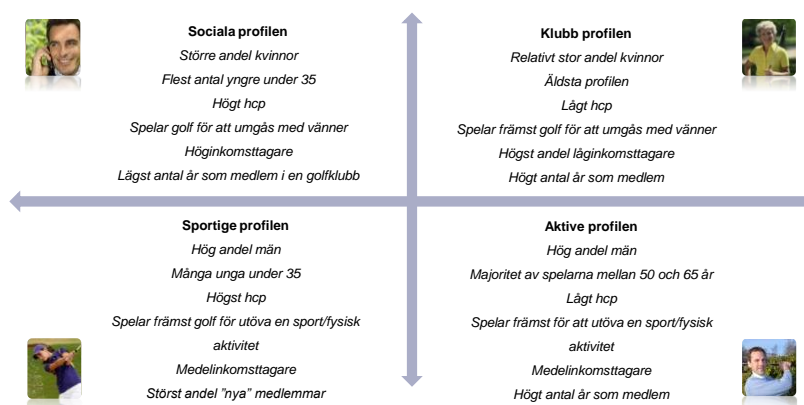
- Utifrån de hypoteserna kring golfens betydelse och inställningen till golfen har fyra profiler tagits fram bland SGF:s medlemmar.
 - Sociale profilen
 - Sportige profilen
 - Aktive profilen
 - Klubb profilen
- Profilerna skiljer sig åt i attityden till golf, drivkrafterna bakom spelandet, i konsumtionsvanor och i vilka behov de ha i kring golfen.
 - I profileringen lyfts det som särskiljer profilen från de andra fram. Analysen ska inte tolkas som att majoriteten i profilen beter sig på ett visst sätt utan det är det särskiljande som redovisas.
- Profileringen är ett sätt att lyfta fram olika medlemmars drivkrafter för att på ett effektivt sätt kunna förstå skillnader i hur olika medlemmar nås genom kommunikation och erbjudanden.



Svenska Golfförbundet

45

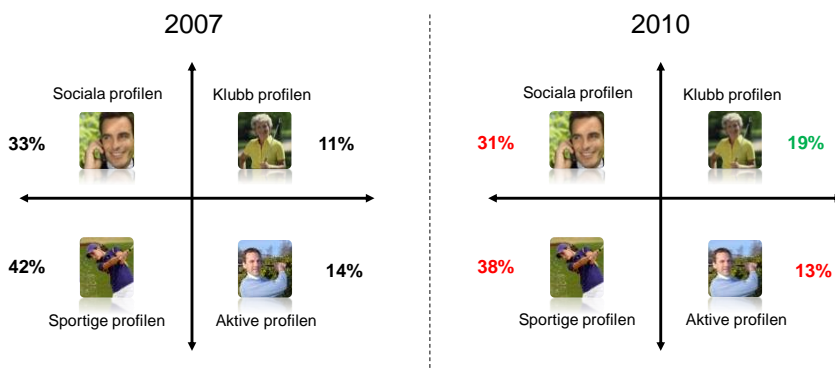
Kännetecknande för profilerna



Svenska Golfförbundet

Fråga 8: Vilket av följande stämmer bäst överens med din uppfattning om golf? Golf är ett sätt för mig att (Välj max 3 svarsalternativ) 46

Förflyttning av golfprofilerna




Svenska Golfförbundet

47

Förklaring till förflyttning i profilerna

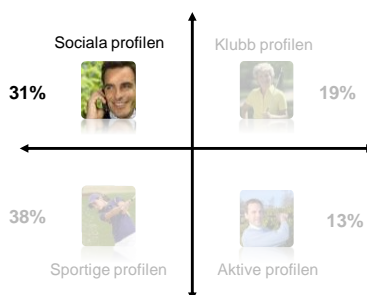
- I 2007 års undersökning framkom att det största risken för avhopp fanns i den vänstra delen av medlemsprofilerna och då i synnerhet i det sportiga segmentet. Förklaringen till detta var att de inom detta segment har den minsta kontakten och relationen till klubben utan ser golf mer som vilken sport som helst.
 - Dock var och är detta segment det största varför det är ett viktigt segment att förstå och satsa på.
- 2010 års undersökning visar att trenden går mot att en allt större andel golfklubsmedlemmar befinner sig i segmentet Klubbprofilen. Detta kan förklaras genom att andelen medlemmar i detta segment ökar då antalet medlemmar i det sportiga segmentet minskar.
 - Ökningen beror med all sannolikhet mindre på att det skett en intresse förskjutning bland de medlemmar som finns, än av att de antalet medlemmar sjunker
- För att ytterligare undersöka detta kan det vara intressant att genomföra en vidare studie bland ett urval av golfare i Sverige, oberoende medlemskap eller ej


Svenska Golfförbundet

48

Sociala profilen

"Att spela golf är för mig främst ett sätt att umgås med mina vänner och/eller affärsbekanta. Jag spelar ibland i affärssammanhang eller åker på golfresor tillsammans med mina vänner och familjen men jag spelar sällan golf på egen hand."

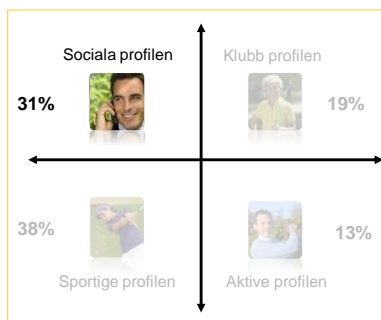


Svenska Golf förbundet

49

Sociala profilen - bakgrund

- **Utveckling:** Utgör i stort sett samma andel av profilerna som 2007. Har dock minskat något.
- **Kön:** Högre andel kvinnor 2010. Har dessutom högst andel kvinnor av samtliga profiler (K = 36% M = 64%)
- **Ålder:** Störst andel unga av profilerna
- **HCP:** Övervägande del har över 25 i hcp.
- **År som medlem:** Förutom Sportige profilen har Sociala profilen störst andel "nya" medlemmar,
- **Inkomst:** Störst andel personer med hög inkomst



50

Spelar främst för att umgås!

- Sociala profilen är en social golfspelare och det främsta skälet för att spela golf är för att umgås med vänner vilket är avsevärt högre drivkraft än övriga profiler.
- När sociala profilen spelar golf gör denna det helst tillsammans med sin partner (36% T = 33%) eller ett kompisgäng (28% T = 28%) och man spelar relativt ofta; 53% spelar en eller flera ggr per vecka, dock har spel frekvensen har gått ner något sedan 2007

Huvudanledningarna till att spela golf		
	2007	2010
För att umgås med vänner	72%	73%
Utöva en sport/fysisk aktivitet	41%	44%
Koppla av	44%	32%

Spelfrekvens		
	2007	2010
Spelar golf en eller flera gånger i veckan	58%	53%

Fråga 9: Hur ofta spelar du golf? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej) Fråga 10: Tillsammans med vem spelar du oftast golf? (Ett svarsalternativ möjligt)



Svenska Golfförbundet

51

Social vid golf, men inte vid klubben

- Framför allt har spel på helger tappat från 2007 när 71% spelade mycket ofta eller ofta på helger. Motsvarande siffra för 2010 52%. Vilket skulle kunna vara ett resultat av att andelen kvinnor är större i denna grupp idag än 2007.
- Sociala profilen är inte särskilt intresserade av att delta i klubbens verksamhet. Vare sig det gäller föreningsliv eller sociala aktiviteter vid klubben.
- Intresset för golf är heller inte särskilt stort. Golftävlingar är för Sociala profilen exempelvis inte särskilt intressant (14% T = 31%), inte heller golftävlingar på tv (26% T = 38%). Däremot reser gärna Sociala profilen och för det mesta spelas golf under semestern (56% T = 62%)

	2007	2010
Semester	67%	56%
Helg	71%	52%
Kvällar	45%	26%
Tävling	13%	12%
Affärs sammanhang	12%	12%

Fråga 12: Hur ofta spelar du golf i följande sammanhang? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej) (Bas: Mycket ofta, Ofta) Fråga 19: Hur ofta gör du följande vid din golfklubb? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)



Svenska Golfförbundet

52

Sociala gillar att konsumera

- Däremot är Sociala profilen intresserad av konsumtion, och de konsumerar relativt mycket golfprodukter med tanke på dess spelfrekvens och intresse. Detta kan bero på exempelvis på att Sociala profilen tjänar högre i snitt än övriga profiler.
- Produkter som mycket eller ganska troligt kommer köpas kommande säsong:

- Golfhandske	71%	T = 71%
- Golfkläder	58%	T = 64%
- Golfresa	52%	T = 54%
- Utbildning/kurs	39%	T = 47%
- Golfskor	40%	T = 43%
- Klubbor	35%	T = 39%
- Vid konsumtion är det viktigare för Sociala profilen att de produkter denne införskaffar är utseendemässigt tilltalande (26% T = 22%) och att det finns bra råd och tips om produkterna de tittar på (23% T = 18%).



Svenska Golf förbundet

53

Fråga 22. Vilket av följande tror du att du kommer att köpa under den kommande golfsäsongen? (Svarsalternativ: (Bas: Ja, mycket troligt, Ja ganska troligt, Nej) Fråga 23. Hur viktigt är följande när du köper en golfprodukt? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt) (Bas: Mycket viktigt) Fråga 21: Hur ofta spenderar du pengar på följande? (Svarsalternativ: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret, mer sällan) (Bas: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret)

Mindre engagemang = mindre tid?

- Eftersom Sociala profilen är mindre engagerade och intresserade av golf uppger de i större utsträckning än övriga att det största problemet med golf är att det tar tid (76% T = 63%) och att priset är ett problem (43% T = 39%).
- De uppger också i högre utsträckning att de inte kommer framåt i sin utveckling (20% T = 17%) vilket kan bero på att Sociala profilen tillsammans med den Sportiga profilen har högst snitt hcp samt att man inte spelar i samma omfattning som andra profiler.



Svenska Golf förbundet

54

Fråga 17. Vilket/vilka av följande påståenden stämmer bäst in på vad du anser är de största problemen med att spela golf? (Max tre alternativ)

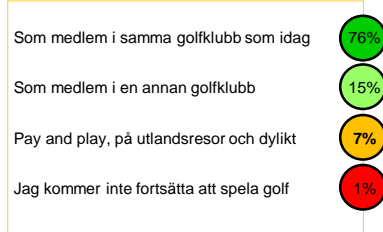
Sociala mer benägna att byta klubb

Bland golfspelare i Sociala profilen är det 15% som uppger att de kommer byta golfklubb, dock kommer få att helt sluta spela golf (1% T = 3%)

7% kommer fortsätta på utlandsresor och pay and play vilket inte är någon överraskning med tanke på det starka intresse för resor som Sociala profilen besitter.




Fråga 24: Hur tror du att du kommer spela golf i framtiden? (Max ett svarsalternativ)



Svenska Golfförbundet

55

Sociala profilen 

Kortare rundor lockar de Sociala

- Eftersom Sociala profilen inte spenderar särskilt mycket tid på golfklubben uppger dessa i något lägre utsträckning att klubbens faciliteter och information, service och bemötande är mindre viktigt än högra profilsegmentet.
- Detta kan man att tolka i att sociala profilen oftast spelar golf med sin partner eller sina vänner varför omgärdande aspekter kring golfen betyder något mindre. Dock inte sagt att Sociala profilen inte bryr sig alls, då Sociala profilen ligger närmst genomsnittet genomgående kring frågor som berör vad som är viktigt när man spelar golf.
- En sak som dock sticker ut är att Sociala profilen gärna skulle vilja spela kortare rundor till reducerat pris (27% T = 25%) och möjligheten att ta med familj, vänner och bekanta till klubben (25% (T = 22%). Dessutom skulle Sociala profilen gärna se att klubbrestauranger får med kvalitet i maten (35% T = 33%) och trevligare miljö (22% T = 20%)

Lägre krav generellt, men sociala arenor som restaurangen får gärna bli bättre – dessutom måste möjlighet att ta med familj och bekanta finnas

Möjlighet att spela kortare rundor till reducerat pris efterfrågas

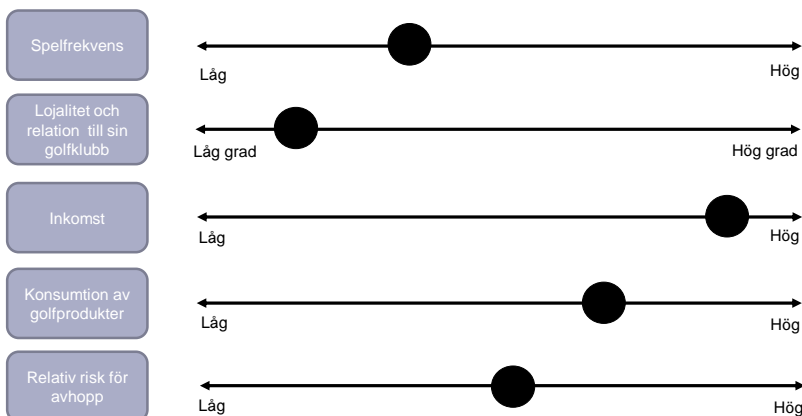


Svenska Golfförbundet

56

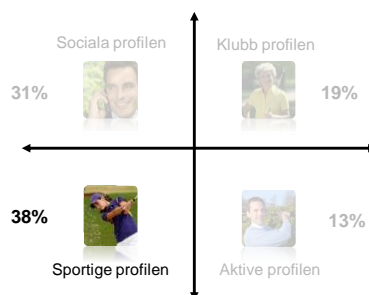
Fråga 14,15,16: Hur viktiga är följande aspekter kring... för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt) Fråga 20: I vilken utsträckning skulle du besöka klubbrestaurangen om följande erbjöds? (Svarsalternativ: I högre utsträckning, I lika stor utsträckning, I lägre utsträckning, jag besöker aldrig klubbrestaurangen)(Bas: I högre utsträckning, I lägre utsträckning)

Hög konsumtion trots relativt mindre spel



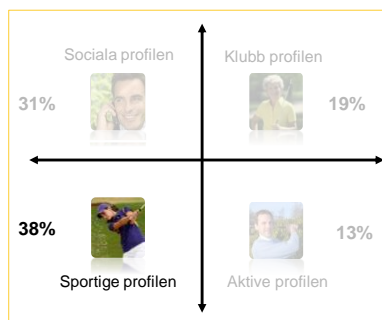
Sportige profilen

"Golf är för mig en sport och att spela golf handlar mest om mitt eget spel och hur jag kan utvecklas i detta. Klubben är inte viktig för mig och jag deltar inte i klubbens olika aktiviteter. Jag gillar att spela på olika banor för att få en variation och utveckla mitt spelande."



Sportige profilen - bakgrund

- **Utveckling:** Profilen har minskat sin relativa andel sedan 2007 – den profil som minskat i högst utsträckning. (K = 26% M = 74%)
- **Kön:** Störst andel män förutom Aktive profilen. Andelen män har ökat sedan 2007
- **Ålder:** Näst efter Sociala profilen den "yngsta"
- **HCP:** Störst andel respondenter med högt hcp
- **År som medlem:** Störst andel "nya" medlemmar dvs. som inte varit medlem i en golfklubb (antal år) i samma utsträckning som övriga profiler.
- **Inkomst:** Ungefär som genomsnittet med största andelen (29%) som tjänar mellan 300 och 400 tkr.



Svenska Golf förbundet

59

Golfen som sport i fokus

- Sportige profilen spelar främst golf för att utöva en sport och fysisk aktivitet (54%) något som inte förändrats avsevärt sedan 2007.
- Sportige profilen spelar i något lägre utsträckning än genomsnittet, även om frekvensen har utvecklats i positiv bemärkelse (från 48% 2007 till 52% 2010 som spelar en eller flera gånger i veckan).
- Sportige profilen spelar i högre utsträckning "one on one" hellre än med flera vänner. Att spela med sin partner är dock vanligast (35% T = 31%) och att spela med en vän andra vanligast (24% T = 21%).
- Eftersom Sportige profilen uppvisar vissa drag att inte vara lika socialt orienterad som exempelvis Sociala profilen är ett problem som Sportige profilen dras med i högre utsträckning än övriga profiler att de inte har någon att spela med (14% T = 11%).

Huvudanledningarna till att spela golf		
	2007	2010
Utöva en sport/fysisk aktivitet	51%	54%
Umgås med vänner	46%	47%
Koppla av	44%	42%

Hur ofta spelar du golf?		
	2007	2010
Spelar golf en eller flera gånger i veckan	48%	52%
Total	61%	65%



Svenska Golf förbundet

60

Fråga 8: Vilket av följande stämmer bäst överens med din uppfattning om golf? Golf är ett sätt för mig att... (Max 3 svarsalternativ) Fråga 9: Hur ofta spelar du golf? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, Icke-samt/vet ej) Fråga 10: Tillsammans med vem spelar du oftast golf? (Ett svarsalternativ möjligt) Fråga 17: Vilket/vilka av följande påståenden stämmer bäst in på vad du anser är de största problemen med att spela golf? (Max tre alternativ)

Spelar oftast helg, men tävlingar har ökat

- Sportige profilen spelar i störst utsträckning när det är semester (62%) men även under helger (57%) vilket inte förändrats markant sedan 2007.
- Däremot verkar det som att Sportige profilen i högre utsträckning idag spelar tävlingar (29% uppger att de spelar mycket ofta eller ofta) jämfört med 2007 där motsvarande siffra var 8%. Detta skulle kunna vara ett resultat av att profilen i dagsläget består av relativt fler män än tidigare.

	2007	2010
Helg	51%	57%
Semester	65%	62%
Tävling	8%	29%
Kvällar	44%	37%
Affärs sammanhang	6%	8%

Fråga 12: Hur ofta spelar du golf i följande sammanhang? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej) (Bas: Mycket ofta, Ofta)

Lägre inkomst och intresse innebär mindre konsumtion

- Sportige profilen har relativt sett mindre pengar att röra sig med än övriga profiler. Detta sätter sina spår i hur Sportige profilen konsumerar vilket visar sig genom att de generellt konsumerar mindre golfprodukter och att pris i högre utsträckning spelar roll när de väl ska väl ska handla.
- Sportige profilen är dessutom mindre professionell i sitt golfspelande vilket gör att de endast köper sådana produkter som är nödvändiga, exempelvis golfskor som endast 22% (T = 46%) uppger att de kommer inhandla kommande golfsäsong.
- Saker som Klubbprofilen spenderar pengar på minst någon gång i halvåret:

– Anordnad golfresa	15%	T = 26%
– Egen ordnad resa för att spela golf	46%	T = 59%
– Nya golfkläder	47%	T = 57%
– Ny sportutrustning	42%	T = 48%
– Nya träningskläder	35%	T = 42%
– Böcker om golf	8%	T = 11%



Fråga 11: Hur ofta gör du följande? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)
 Fråga 23: Hur viktigt är följande när du köper en golfprodukt? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt)
 (Bas: Mycket viktigt) Fråga 21: Hur ofta spenderar du pengar på följande? (Svarsalternativ: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret, mer sällan) (Bas: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret)

Mycket liten relation till klubben

- Sportige profilen är ytterst lite involverad i den egna klubben både när det kommer till engagemang (endast 3% är med i föreningsverksamheten) och att besöka exempelvis restaurangen (18% T = 32%).
- Istället uppvisar Sportige profilen mer rörlighet i sina golfvanor, 46% uppger att de mycket ofta eller ofta spelar på andra banor än den egna klubbens (T = 50%) vilket är relativt hög andel med tanke på att denna grupp har lägst spelfrekvens.
- Överlag är intresset för golf relativt lågt, exempelvis följer inte särskilt många i Sportige profilens segment tourer på tv (31% T = 38%) och man åker i avsevärt lägre utsträckning än övriga profiler på golfresor.



Fråga 19: Hur ofta gör du följande vid din golfklubb? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)
Fråga 11: Hur ofta gör du följande? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)

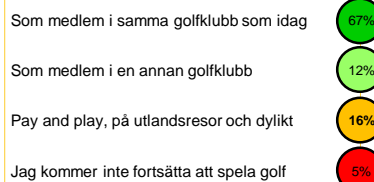


Svenska Golfbörbundet

63

Lägre krav på klubb och bana

- Sportige profilen har därmed generellt lägre krav på både klubb, bana och service, men det är också denna grupp som är mest av fjärrad från sin klubb och man är även i lägre utsträckning intresserad av klubbaktiviteter.
- En annan anledning kan vara att denna profil i högre utsträckning har högre hcp vilket får dessa att inte känna sig som en del av golfvärlden vilket skulle kunna förklara att de är mer positiva till café på golfbanan så att slippa gå till klubbhuset (18% T = 17%).
- Sammantaget innebär detta en stor risk – sportige profilen är den profil som i störst utsträckning uppger att de kommer avsluta medlemskap i sin klubb. Sammanlagt uppger 21% att de i framtiden kommer spela på pay and play eller helt sluta.



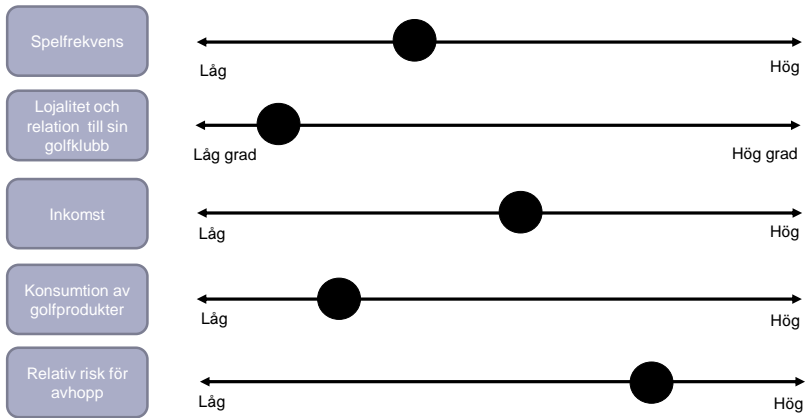
Fråga 14,15,16: Hur viktiga är följande aspekter kring... för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt) Fråga 16: Hur intresserad är du av följande golfaktiviteter? (Svarsalternativ: Mycket intresserad, ganska intresserad, inte särskilt intresserad, inte intresserad alls) (Bas: Mycket intresserad, ganska intresserad) Fråga 24: Hur tror du att du kommer spela golf i framtiden? (Max ett svarsalternativ)



Svenska Golfbörbundet

64

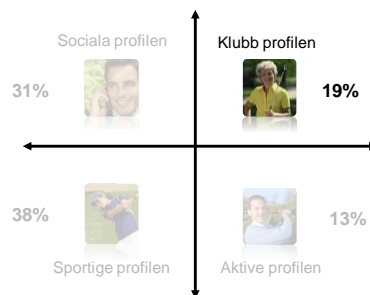
Störst risk för avhopp



Svenska Golf förbundet

Klubb profilen

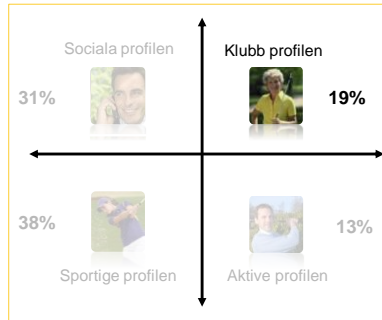
"Att spela golf är en självklar del av mitt liv och golfen utgör en stor del av min fritid. Mina vänner har alltid spelat golf och vi umgås mycket genom golfklubben. Klubben är en viktig del av golfen och jag deltar ofta i min klubbs mer sociala aktiviteter såsom middagar, tävlingar och städdagar."




Svenska Golf förbundet

Klubb profilen - bakgrund

- **Utveckling:** Relativa andelen medlemmar har som enda profil ökat.
- **Kön:** Andelen kvinnor har ökat sedan 2007 (K = 30% M = 70%)
- **Ålder:** Har högst andel äldre - 84% över 50 år.
- **HCP:** Har efter Sportige profilen lägst hcp
- **År som medlem:** Har ett visst inflöde av "nya" medlemmar men majoriteten har varit medlemmar i någon golfklubb i över 10 år (73%)
- **Inkomst:** Profil som har störst andel låginkomsttagare (34% mellan 0 – 200 tkr)



67

Klubb profilen 

Sociala aspekten av golf större idag

- Klubbprofilen tycker om att spela golf och befinna sig på klubben. Man spelar gärna och ofta - 93% uppger att de spelar en eller flera gånger i veckan vilket är en marginell ökning från 2007 med +2 procentenheter (91%).
- Att ett av huvudskälen till att man spelar golf är för att umgås med vänner och denna sociala drivkraft har ökat från 2007 vilket skulle kunna bero på att åldern i denna profil ökat.
- Att den sociala aspekten av golf blivit allt större i denna grupp reflekteras också i vem man oftast spelar golf tillsammans med. 2007 spelade 34% oftast med kompisgäng, 2010 är motsvarande siffra 50%.
- Helger fortsätter att dominera som främsta tidpunkt att spela golf (85% T = 57%), men tävlingar har tagit position från 60% 2007 till 68% 2010.

Huvudanledningarna till att spela golf		
	2007	2010
Umgås med vänner	55%	64%
Utöva en sport/fysisk aktivitet	53%	48%
Tävla mot andra	20%	25%
Koppla av	29%	25%

Tillsammans med vem spelar man oftast golf?		
	2007	2010
Kompisgäng	34%	50%
Partner	27%	26%
Vän	20%	18%

Fråga 9: Hur ofta spelar du golf? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej) Fråga 12: Hur ofta spelar du golf i följande sammanhang? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej) (Bas: Mycket ofta, Ofta) Fråga 19: Hur ofta gör du följande vid din golfklubb? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta) Fråga 10: Tillsammans med vem spelar du oftast golf? (Ett svarsalternativ möjligt)

Svenska Golfförbundet

68

Klubben utgör den sociala basen

- Intresset för golf är stort bland klubbprofilerna och man använder golfklubben som en social bas där man spenderar mycket av sin tid. Exempelvis besöker man mycket ofta eller ofta klubben i högre utsträckning än övriga profiler för att äta middag eller dricka vin och öl (61% T = 32%)
- Dock är man nödvändigtvis inte involverad i själva föreningsverksamheten (41% T = 22%) även om man är mer engagerad än genomsnittet.
- Klubben som knypunkt innebär att få planera att lämna som medlem. 90% uppger att de kommer stanna på klubben i framtiden och 6% att de kommer byta, vilket innebär att endast 4% lämnar.



Fråga 11: Hur ofta gör du följande? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)
 Fråga 19: Hur ofta gör du följande vid din golfklubb? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)
 Fråga 24: Hur tror du att du kommer spela golf i framtiden? (Max ett svarsalternativ)

Lägger mycket pengar på golfen

- Klubbprofilen spelar också gärna och ofta på andra banor än klubbens egna (66% T = 50%) och man åker gärna på golfresor, helst i Sverige (41% T = 22%), vilket kanske inte är så konstigt med tanke på att de spelar mest frekvent av alla profiler.
- Klubbprofilens konsumtionsvanor liknar mycket den Aktive profilens, dvs. lägger både tid och pengar på golf och golfprodukter och har högre krav framförallt på kvaliteten vid köp av golfprodukter.
- Saker som Klubbprofilen spenderar pengar på minst någon gång i halvåret:

- Anordnad golfresa	45%	T = 26%
- Egen ordnad resa för att spela golf	79%	T = 59%
- Nya golfkläder	79%	T = 57%
- Ny sportutrustning	56%	T = 48%
- Nya träningskläder	54%	T = 42%
- Böcker om golf	18%	T = 11%



Fråga 11: Hur ofta gör du följande? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta)
 Fråga 23: Hur viktigt är följande när du köper en golfprodukt? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt) (Bas: Mycket viktigt)
 Fråga 21: Hur ofta spenderar du pengar på följande? (Svarsalternativ: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret, mer sällan) (Bas: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret)

Högst krav på klubbens faciliteter

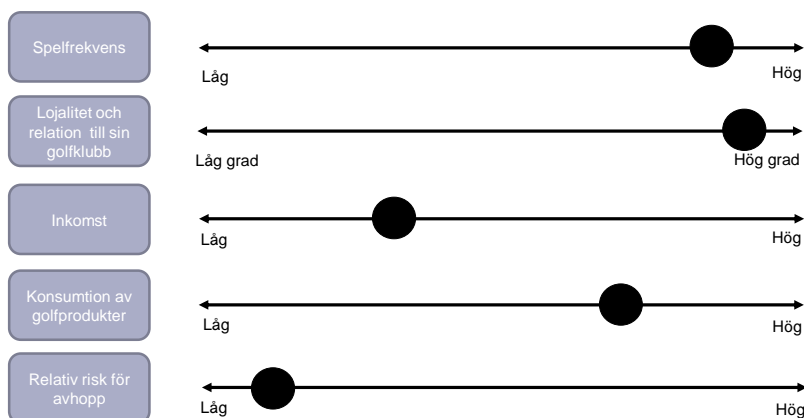
- Även om Klubbprofilen har höga krav på själva golfbanan så slår denne dock inte Aktive profilen. Däremot ställer Klubbprofilen högst krav av samtliga profiler på klubbens faciliteter och service exempelvis:

- Bemötande och atmosfär på klubben golfare emellan	67%	T = 48%
- Bemötande och hjälpsamhet från klubbens personal	58%	T = 41%
- Toaletterna vid klubben	43%	T = 33%
- Restaurangen	28%	T = 20%
- Förvaringsmöjligheter och omklädningsrum	18%	T = 12%
- Engagemanget att vilja ha det bra på klubben reflekterar Klubbprofilens strävan efter att få använda klubben som social knypunkt. Detta reflekteras också i att Klubbprofilen älskar klubbaktiviteter såsom tävlingar (85% T = 46%) och andra sociala events (82% T = 41%).
- Klubbprofilen vill också hållas informerade om klubbens utveckling i högre utsträckning än övriga profiler.



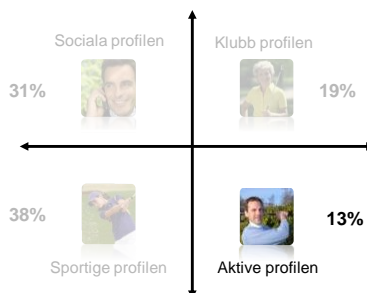
Fråga 14,15,16: Hur viktiga är följande aspekter kring... för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt)

Golfen en naturlig del av livet



Aktive profilen

"Jag är engagerad i klubbens verksamheter såsom träningar, tävlingar och andra evenemang. Golf handlar för mig mycket om spelet och klubben är viktig för golfen och för mitt utövande av sporten."

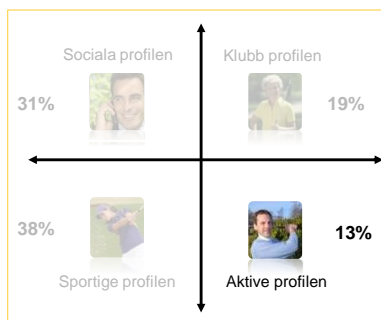


Svenska Golfbundet

73

Aktive profilen - bakgrund

- **Utveckling:** Utgör i stort sett samma andel av profilerna som 2007.
- **Kön:** Hög andel män (M = 81% K = 19%)
- **Ålder:** Majoritet av spelarna mellan 50 och 65 år
- **HCP:** Den mest "professionella" golfgruppen med högst andel golfspelare med lågt hcp
- **År som medlem:** Stor andel har varit medlemmar i en golfklubb länge – förutom klubb profilen den grupp med flest lojala.
- **Inkomst:** Genomsnittlig med största andelen (31%) som tjänar mellan 300 och 400 tkr.



74

Golfen – en naturlig del av livet

- Aktive profilen spelar främst golf för att utöva en sport/fysisk aktivitet och har sedan 2007 fokuserat än mer på golfen som sport. Bland annat har drivkraften "tävla mot andra" stigit från 15% till 39% vilket också är en av de främst tillfällena för Aktive profilen att spela golf på (80% T = 39%).
- Detta märks också genom att Aktive profilen ökat frekvensen på sitt golfspelande. 2007 uppgav 79% att de spelade en eller flera gånger per vecka. Motsvarande siffra 2010 är 94%.
- Det innebär att denna profil spelar mest golf av samtliga profiler och lägger en stor del av sin tid på sporten på helger (68% T = XX%) och semester (70% TT = XX%)

Huvudanledningarna till att spela golf		
	2007	2010
Utöva en sport/fysisk aktivitet	68%	65%
Umgås med vänner	29%	43%
Tävla mot andra	15%	39%
Komma ut i naturen	41%	19%
Koppla av	38%	18%

Fråga 9: Hur ofta spelar du golf? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej) Fråga 12: Hur ofta spelar du golf i följande sammanhang? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig, tveksam/vet ej) (Bas: Mycket ofta, Ofta) Fråga 8: Vilket av följande stämmer bäst överens med din uppfattning om golf? Golf är ett sätt för mig att... (Max 3 svarsalternativ)



75

Klubben – en naturlig del av livet

- Aktive profilen är mycket engagerade i sin golfklubb och besöker och deltar i klubbens aktiviteter kontinuerligt.
- 48% deltar mycket ofta eller ofta i klubbens sociala aktiviteter (T = 18%) och 67% är engagerad i klubbens föreningsverksamhet (T = 32%) och man deltar gärna i klubbens tävlingar (87% T = 33%)
- Detta intresse i klubben har förändrat Aktive profilens sällskapsvanor på banan – numera spelar man helst golf tillsammans med ett kompisgäng, förmodligen ett som finns och deltar i klubben i samma utsträckning som Aktive profilen.
- Aktive profilen är omåttligt lojal till sin golfklubb och 93% (T = 77%) uppger att de kommer stanna kvar i sin klubb och endast 7% (T = 12%) uppger att de kommer att byta golfklubb inom en snar framtid.

Tillsammans med vem spelar man oftast golf?		
	2007	2010
Kompisgäng	23%	33%
Partner	24%	31%
Vän	20%	11%



Fråga 19: Hur ofta gör du följande vid din golfklubb? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta) Fråga 10: Tillsammans med vem spelar du oftast golf? (Ett svarsalternativ möjligt) Fråga 24: Hur tror du att du kommer spela golf i framtiden? (Max ett svarsalternativ)

76

Golfintresset präglar livet

- Eftersom Aktive profilen lägger mycket tid och uppenbarligen är mycket fokuserad på sitt spel går även fritiden till att leva och andas golf. Aktive profilen tittar exempelvis gärna på tourer och golftävlingar på tv ofta (55% T = 38%).
- Man åker gärna på golfresor både i Sverige (51% T = 30%) och utomlands (32% T = 18%) för att spela på andra banor än den egna klubbens (65% spelar på andra banor i Sverige än den egna klubbens. T = 50%)
- Eftersom golfen är ett stående inslag hos Aktive profilen upplever man den generellt som mindre problematisk än övriga profiler. Dock sticker Aktive profilen ut i ett avseende. De anser nämligen i högre utsträckning än övriga profiler att bemötande och service på golfklubbar generellt är för dåligt (15% T = 8%)



Fråga 11: Hur ofta gör du följande? (Svarsalternativ: Mycket ofta, ofta, sällan, aldrig) (Bas: Mycket ofta, Ofta) Fråga 17: Vilket/vilka av följande påståenden stämmer bäst in på vad du anser är de största problemen med att spela golf? (Max tre alternativ)

Konsumerar mycket golf

- Aktive profilen lägger också mycket pengar på sitt huvudintresse, och deras professionalitet ställer höga krav på golfprodukter. Kvalitet är det absolut viktigaste för Aktive profilen (67% T = 52%), men man har också högre krav än övriga profiler på exempelvis produktens utseende (30% T = 22%).
- Saker som Aktive profilen spenderar pengar på minst någon gång i halvåret:

– Anordnad golfresa	45%	T = 26%
– Egen ordnad resa för att spela golf	77%	T = 59%
– Nya golfkläder	77%	T = 57%
– Ny sportutrustning	62%	T = 48%
– Nya träningskläder	56%	T = 42%
– Böcker om golf	20%	T = 11%



Fråga 22: Vilket av följande tror du att du kommer att köpa under den kommande golfsäsongen? (Svarsalternativ: (Bas: Ja, mycket troligt, Ja ganska troligt, Nej) Fråga 23: Hur viktigt är följande när du köper en golfprodukt? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt) (Bas: Mycket viktigt) Fråga 21: Hur ofta spenderar du pengar på följande? (Svarsalternativ: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret, mer sällan) (Bas: Varje vecka, varje månad, någon gång i halvåret)

Ställer höga krav på bana och klubb

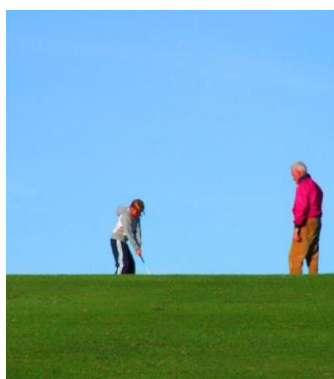
- Aktive profilen ställer höga krav både på bana och klubbens faciliteter generellt i högst utsträckning av samtliga profiler. Framför allt är det banan och övningsanläggningar som ligger i fokus vilket är naturligt med tanke på Aktive profilens intresse och relativt låga hcp. Men även klubben och dess faciliteter har Aktive profilen höga krav på. Exempelvis toaletterna på klubben (37% T = 33%)
- Även information och bemötande är mycket mer viktigt än övriga profiler för att Aktive profilen skall få en bra golfupplevelse. Och Aktive profilen är en van golfkonsument och besöker många klubbar både i och utanför Sverige vilket innebär många möjligheter att jämföra klubbar emellan och berätta om sina upplevelser för andra.
- Detta innebär att Aktive profilen kan ha ett stort inflytande på människors uppfattning och inställning till olika banor och klubbar.



Fråga 14,15,16: Hur viktiga är följande aspekter kring... för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Svarsalternativ: Mycket viktigt, viktigt, inte så viktigt, helt oviktigt, vet ej) (Bas: Mycket viktigt)

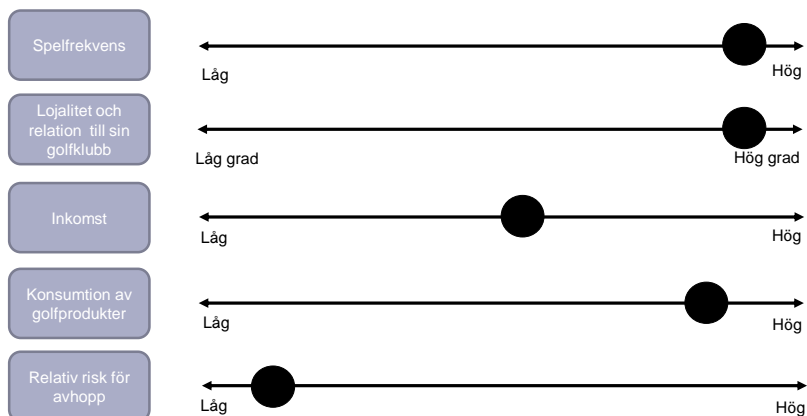
Vill involvera vänner och familj

- Aktive profilen tycker som sagt om klubben och klubbaktiviteter. Framför allt är Aktive profilen mycket eller ganska intresserad av tävlingar (96% T = 46%) och för att kunna spela dessa tävlingar bättre vill Aktive profilen delta i kurser som kan utveckla dennes golfspel (76% T = 52%).
- Men Aktive profilen vill även göra familj och vänner delaktiga i golfen. Därför är denne intresserad av bland annat aktiviteter för kvinnor (45% T = 32%) och aktiviteter för barnfamiljer (26% T = 14%) i högre utsträckning än övriga profiler.



Fråga 16: Hur intresserad är du av följande golfaktiviteter? (Svarsalternativ: Mycket intresserad, ganska intresserad, inte särskilt intresserad, inte intresserad alls) (Bas: Mycket intresserad, ganska intresserad)

Lojal i vått och torrt



SAMMANFATTNING OCH REKOMMENDATIONER

Sammanfattning av insikter

1. **Insikt: Ju högre hcp desto mer distans till golfen**

- Personer med högt hcp känner sig i hög utsträckning distanserad till såväl golfen som den egna klubben. Detta skapar barriärer för spel som i sin tur leder till en negativ spiral där man spelar allt mindre golf tills man till slut inte ser mervärdet av ett medlemskap. Idag kan vi se att det sker en polarisering mellan personer med högt respektive lågt hcp som på sikt kan göra att allt färre söker sig till golfen.

2. **Insikt: Nybörjare måste introduceras och tas om hand om**

- Eftersom golfen i hög utsträckning handlar om att komma ner i hcp krävs att barriärer som hindrar golf rivs ner. För nybörjare handlar detta i stor utsträckning om att känna sig välkommen och att kunna spela golf på sina egna villkor. Det är därmed extra viktigt att introduktionen till golfen inte avslutas efter en nybörjarkurs utan sträcker sig under en längre tidsperiod.

3. **Insikt: Störst risk för tapp i Sportiga profilen**

- Den Sportiga profilen har i minst utsträckning någon relation till såväl golf som klubb och denna profil har störst benägenhet att avsluta sitt medlemskap eller sluta helt. Detta har redan skett då vi ser en minskning av Sportiga profilen sedan 2007 och det är framför allt de personer i detta segment som spelar relativt sällan som också väljer att sluta.



Svenska Golfförbundet

83

Sammanfattning av insikter

4. **Insikt: Kvinnor har annorlunda preferenser än män**

- Vad kvinnor värdesätter med golf, klubb och service skiljer sig markant från mäns uppfattningar och preferenser. I samma utsträckning som för nybörjare och personer med högt hcp är den svenska golfvärlden inte utformad i tillräckligt stor utsträckning för dessa golfspelares behov. Trots detta består ca 30% av Sveriges golfare av kvinnor vilket innebär ett stort potential för golfens utveckling.

5. **Insikt: Det går att hindra avhopp**

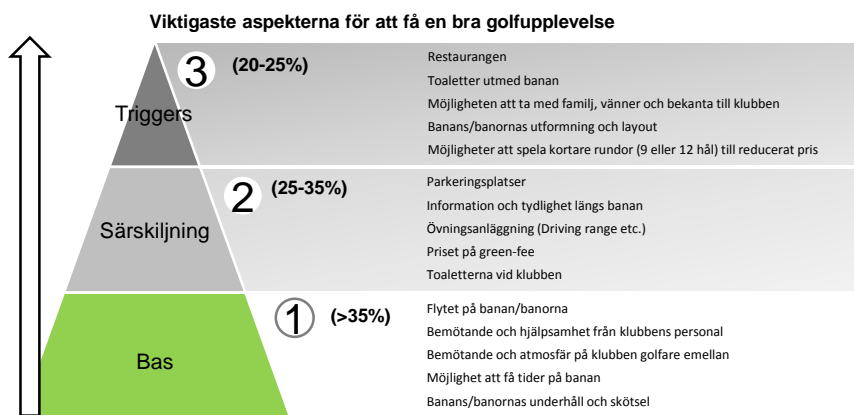
- Det går att förhindra avhopp genom proaktiva relationsskapande handlingar, framför allt med de som inte har någon större relation till sin golfklubb. Genom att stimulera till spel och skapa förutsättningar för de som inte spelar särskilt mycket idag kommer fler golfare på "våg utför" kunna plockas upp.



Svenska Golfförbundet

84

För alla klubbar; Fyll basen först men glöm inte toppen



Svenska Golf förbundet

Fråga 14,15,16: Hur viktiga är följande aspekter för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Bas: Mycket viktigt)

Sammanfattande rekommendationer

- **Övergripande rekommendation**
 - Utgå från profilerna för att hitta rätt i kommunikation och erbjudande
- **Rekommendation: Satsa på nybörjarna**
 - Var: Dessa finns framför allt i det Sportige profilen
 - Kommunikation: Spel och utveckling
 - Erbjudande: Ex. fortsättningskurser.
- **Rekommendationer: Satsa på kvinnorna**
 - Var: Dessa finns främst i det sociala profilen
 - Kommunikation: Sport, natur, socialt.
 - Erbjudande: Ex. Aktiviteter riktade specifikt mot kvinnor.



Svenska Golf förbundet

86

APPENDIX



Svenska Golfförbundet

87

Bruttolista för aspekter som är mycket viktiga för golfspelare

1. Banans/banornas underhåll och skötsel	51%
2. Bemötande och atmosfär på klubben golfare emellan	48%
3. Möjlighet att få tider på banan	48%
4. Bemötande och hjälpsamhet från klubbens personal	41%
5. Flytet på banan/banorna	36%
6. Toaletterna vid klubben	33%
7. Priset på green-fee	32%
8. Övningsanläggning (Driving range etc.)	30%
9. Tiden det tar att spela en omgång golf	29%
10. Parkeringsplatser	28%
11. Information och tydlighet längs banan	28%
12. Banans/banornas utformning och layout	25%
13. Möjligheter att spela kortare rundor (9 eller 12 hål) till reducerat pris	25%
14. Möjligheten att ta med familj, vänner och bekanta till klubben	22%
15. Restaurangen	20%
16. Toaletter utmed banan	20%
17. Kiosk vid banan	17%
18. Café	15%
19. Information kring klubbens evenemang och aktiviteter	14%
20. Information kring klubbens verksamhet och utveckling	13%
21. Information kring klubbens skrivna och oskrivna regler	13%
22. Möjligheter för träning med instruktör	13%
23. Förvaringsmöjligheter och omklädningsrum	12%
24. Golfshopen	10%
25. Golfbilar	4%
26. Transport till och från klubben	3%
27. Lekplatser/Barnpassning	1%



Svenska Golfförbundet

88

Fråga 14, 15, 16: Hur viktiga är följande aspekter för att du ska få en bra upplevelse när du spelar golf? (Bas: Mycket viktigt)