

Låt Golfen växa: kvinnligt deltagande



syngenta®



TM



Kära läsare,

Välkommen till Låt Golfen växa: kvinntligt deltagande (2014).

Denna rapport är en uppföljning av Growing Golf in the UK (2013), en av Syngentas tidigare studier. Growing Golf in the UK var en av de största och mest omfattande kvantitativa undersökningar som någonsin genomförts inom golfbranschen. Den kartlägger yttranden från mer än 3.500 brittiska medborgare och inkluderar golfare, icke-golfare och exgolfare.

Syftet med vår pågående marknadsundersökning är att ge golfklubbar underlag så att de kan fatta beslut och skapa strategier för hur man behåller befintliga kunder och rekryterar nya spelare. Målet är att detta ska utmynna i långsiktig ekonomisk hållbarhet för enskilda golfbanor och för golfbranschen som helhet.

En av de slutsatser som kunde dras från *Growing Golf in the UK* var att det fanns två viktiga tillväxtmöjligheter som inte den brittiska golfindustrin utnyttjat till fullo:

- Det kvinnliga deltagandet
- Ungdomsdeltagandet

För att få bättre förståelse för dessa möjligheter beställde Syngenta ytterligare marknadsundersökningar under våren 2014. I dessa marknadsundersökningar ingår en rad kvalitativa fokusgrupper, vilket utgör kärnan i rapporten, och ytterligare en kvantitativ undersökning av 1.500 kvinnor.

Frågeställningarna till fokusgrupperna vid anläggningarna för marknadsundersökningar i Edinburgh, Manchester och Wimbledon var extra viktiga för att ge bättre förståelse för de

känslomässiga band som håller kvar befintliga kvinnliga golfare. Även icke-golfare och ex-golfare har mycket intressant att säga. Mer specifikt så är marknadsundersökningens mål att:

- Identifiera skälen till att kvinnor deltar i sporter och hur golfbranschen skulle kunna möta dessa behov
- Förstå motivationen och skälen till att befintliga kvinnliga golfare njuter av sporten, de behov sporten fyller och de känslomässiga band kvinnorna har till den
- Förstå varför kvinnliga golfare lämnar sporten
- Bättre förstå faktorer som kan avskräcka kvinnligt deltagande, såsom kostnader och dålig tillgänglighet
- Identifiera vad som skulle kunna leda potentiella spelare till att "Ta nästa steg" och åta sig att bli en golfspelare.

Kvinnors deltagande är en viktig strategisk möjlighet för golf som sport och bransch. Vi hoppas att resultaten av denna omfattande marknadsundersökning och vår växande portfölj av forskning, som går att ladda ner gratis från www.greencast.co.uk, kommer att bidra till att golfklubbar bättre förstår de behov befintliga kvinnliga golfare samt potentiella spelare har. Vi kommer också att sända en serie fallstudier i videoformat vilka kommer visa golfbanor som framgångsrikt växer som klubbar/företag genom att uppmuntra kvinnligt deltagande.

Vi välkomnar era synpunkter, idéer och exempel på framgångsrika initiativ på klubbnivå som bidrar till att öka intresset för golf.

Vänligen kontakta oss genom att skriva till:

rod.burke@syngenta.com eller
golf.syngenta@syngenta.com



Simon Elsworth

Syngentas chef för Turf & Landskap (EAME)



Låt Golfen växa: kvinnligt deltagande är ett viktigt och värdefullt bidrag till de ansträngningar som görs för att sprida och öka intresset för golf och initiativet stöds av Ladies European Tour. Faktum är att det finns en obalans mellan könen inom golf och det är något som måste åtgärdas. Även om framsteg görs så finns det mycket mer att göra. Denna undersökning framhåller att även om det finns utmaningar att övervinna så finns även praktiska lösningar som om de genomförs kommer att ge sporten möjlighet att växa. Det är intressant att notera att "se andra spela" och "titta på en tv-sändning" lockade kvinnor till aktiviteten. Detta är särskilt relevant för Ladies European Tour (LET) eftersom den innehåller många positiva förebilder.

Vi tror LET har en viktig roll att spela i utvecklingen av golf som en sport för kvinnor och flickor. Av denna anledning har vi etablerat en utvecklingsavdelning vilket är unikt bland professionella turneringar. Vårt mål är att arbeta med andra organisationer och ge ett mervärde till nationella utvecklingsplaner runt om i världen. På så sätt kommer vi att använda våra evenemang och turneringar för att stödja initiativ för deltagande och låta spelarna inspirera kvinnor att själva börja spela golf. Genom att arbeta med andra golforganisationer strävar vi efter att uppmuntra till aktivitet på nationell, lokal och klubbnivå.

Det är spännande tider framöver för de kvinnliga

golf-fansen. 2015 Solheim Cup på St Leon-Rot Golf Club i Tyskland den 18-20 September är ett idrottsevenemang i världsklass och har potentialen att locka en stor internationell publik av både golfare och icke-golfare. Ett annat kommande event är PING Junior Solheim Cup som vi hoppas kommer att inspirera framtida generationer av golfare genom att visa att golf är en sport för båda könen och ett spel för hela livet.

Syngentas pågående marknadsundersökningar kommer att bidra till att hjälpa organisationer, bland annat The Ladies European Tour, med att utveckla golfen som sport. Vi är tacksamma för Syngentas insatser och engagemang för sportens hållbarhet på lång sikt.

Mike Rund
Direktör Utveckling & Medlemskap
Ladies European Tour

Innehåll

Metodik	Sid 6
Kvinnor & Sport	Sid 7
Hur uppfattas golf?	Sid 10
Varför börjar kvinnor spela golf?	Sid 11
Vad tilltalar kvinnor inom golfen?	Sid 12
Europeiska Snapshot: Tilltalar golf kvinnor?	Sid 13
Vad hindrar kvinnor från att börja spela golf?	Sid 14
Varför slutar kvinnor spela golf?	Sid 16
Tycker kvinnor golfklubbar är avskräckande?	Sid 17
Vad skulle uppmuntra kvinnliga golfare att spela mer?	Sid 18
Vad skulle uppmuntra ex-golfare och icke-golfare att börja spela?	Sid 20
Hur skulle golfare kunna öka intresset för spelet?	Sid 22
Sammanfattning	Sid 23



“Det är mycket viktigt att vi lyssnar på ungdomar och kvinnor för att bättre förstå vad som skulle uppmuntra dem att prova golf. Det är därför jag är så intresserad av att läsa rapporten. Som europeiska Solheim Cup-kapten är jag mycket medveten om att tusentals sportfantaster kommer att titta på händelsen på TV och vilken möjlighet det är till att visa upp golf som en sport som även är för kvinnor. Min förhoppning är att det kommer att inspirera nya spelare i alla åldrar att ge golf ett försök och se vilken trevlig, social och hälsosam sport det är.”

Carin Koch, 2015 Europeiska Solheim Cup-kapten

Metodik

Sex stycken fokusgrupper observerades i februari 2014 i Storbritannien i Wimbledon, Manchester och Edinburgh.

De sex grupperna bestod av två grupper av enbart golfare, två av icke-golfare och två grupper fokuserade på ex-golfare. I genomsnitt fanns åtta kvinnor i varje grupp i olika åldrar och demografiska klassificeringar.

Alla icke-golfare och exgolfare deltog i åtminstone en annan sport eller aktivitet på regelbunden basis. De som inte är intresserade av sport uteslöts eftersom det skulle vara osannolikt att de var engagerade.

Studien genomfördes vid professionella anläggningarna för marknadsundersökning där svaren observerades via tvåvägsspeglar och spelades in med videokamera. Varje session utfördes av samma professionella marknadsundersökare som även är en erfaren golfspelare.

Numeriska bevis i denna rapport styrks med ytterligare kvantitativa studier inklusive en undersökning av 1.500 brittiska kvinnor (februari 2014). Studien omfattar 750 icke-golfare och ex-golfare och 750 golfare samt en ögonblicksbild av kvinnliga icke-golfare i Storbritannien, Tyskland, Sverige och Frankrike. Allt arbete utfördes på uppdrag från Syngenta av GFK, ett av världens största och mest respekterade marknadsundersökningsföretag. Arbetet följer Market Research Society Code of Conduct.



Kvinnor & Sport

Kravet på de kvinnor som deltog i vår forskning var att de måste delta i åtminstone en annan sport eller aktivitet. För att förstå hur fler kvinnor kan uppmuntras att spela golf ville vi först ta reda på varför kvinnor spelar golf eller andra sporter. Hur och varför de blev intresserade av aktiviteten och vad de hade för motivation och syn på potentiella fördelar med att aktiviteterna.

Anledningar till att utöva idrott



AVSLAPPNANDE

Kvinnor säger att idrott ger dem en möjlighet att tänka och reflektera. Det är också avstressande, vilket ger dem en möjlighet att ta en paus från sina hektiska liv. De uppskattar att få spendera denna avkopplande tid tillsammans familj och vänner.



LÄMPLIGHET

Möjligheten till en hälsosam livsstil är en viktig drivkraft till att börja sporta för kvinnor. Kvinnorna sa att man behöver börja få upp pulsen för att nå fördelarna med att träna.



UTOMHUSAKTIVITET

Att vistas utomhus är en stark dragningskraft för kvinnor, särskilt med familj och vänner. (Detta ligger i linje med tidigare kvantitativ forskning som visade att utomhusaktiviteter var en viktig drivkraft vid deltagande inom idrott och att kvinnliga golfare särskilt uppskattar omgivningarna på golfbanan).



INGEN TRÄNING NÖDVÄNDIG

Sporter och aktiviteter som inte kräver att man behöver bemästra en färdighet eller träna regelbundet tilltalade många. Vissa kvinnor gillade aktiviteter som alla kan delta i som promenader till exempel. Våra tillfrågade sade också att de inte vill oroa sig för vad de har på sig eller sitt utseende, de ville inte klä upp sig när de ska koppla av.

“Löpning är en av de bästa stressminskande åtgärder som jag har hittat. Man löser så många problem när man är ute och löper.”

Lcke-golfare

“Det är på ett sätt nedärvt i vår familj, det är så vi umgås med varandra. Vi spelar golf.”

Ex-golfare

Sport för kvinnor

Alla tillfrågade var aktiva i åtminstone en sport. Många uttryckte känslan av tidspress och att det var svårt att avvara tiden för idrotten. Sporter som de kan delta i snabbt och enkelt men som också kräver viss fysisk ansträngning är därför tilltalande. Våra tillfrågade var särskilt angelägna om sporter de kan utföra tillsammans med sina familjer.

De största sporterna och aktiviteterna bland våra tillfrågade var



SOCIALT



**TILLBRINGA
TID MED
FAMILJEN
SÄRSKILT
BARNE**



HÄLA



**KALORI
FÖRBRÄNNING**



**ADRENALIN
RUSH**



**INGET
SOCIALT
STIGMA**



**INGEN
KLÄDKOD**

“Tillgängligheten är viktig. Jag promenerar upp för höjder eftersom de inte är långt borta och jag går till gymmet eftersom det är nära.”

icke-golfare

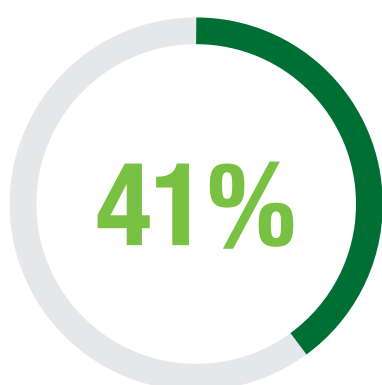
“Att vara ute i naturen gör gott för själen.”

Exgolfare

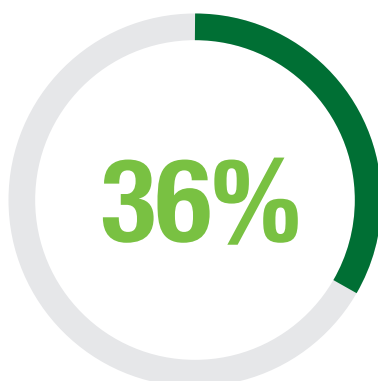
Att bli intresserad av en ny sport

Vad inom andra sporter tilltalar de tillfrågade kvinnorna och vad kan golfbranschen lära från dessa sporter när det gäller att locka kvinnor till aktivitet?

Från vår kvantitativa studie svarade mer än en tredjedel att "se andra utöva" (där andra ofta betyder vänner eller familj)aktiviteten var den första steget för att bli intresserade av aktiviteten. De tre främsta faktorerna var också att man ska bo i närheten av en anläggning och att man ser aktiviteten utföras under en TV-sändning:



**SE ANDRA
UTFÖRA/DELTA I
AKTIVITETEN**



**BO NÄRA EN
ANLÄGGNING**



**TITTA PÅ ETT
TV-EVENT**

“Det är tillgängligheten som är viktig. Det är bra om aktiviteten finns i när området så att man inte behöver åka så långt.”

icke-golfare

“Min bror har blivit väldigt intresserad av simning. Han började simma förra året när han såg mig simma 1000 meters rundor och han frågade om han fick följa med.”

icke-golfare

Hur uppfattas golf?

Bland icke-golfarna ville vi ta reda på hur stereotypa golfare upplevs och hur starkt befästa de stereotyperna är. Vilka är de stereotypa ryktena som golf måste övervinna för att göra sporten mer tilltalande?

På frågan vad deras intryck av golf var svarade icke-golfarna så här:

Men vid närmare eftertanke framfördes även en del positiva faktorer:



EN LÅNGSAM OCH TRÅKIG SPORT



**KRÄVER SKICKLIGHET, PRECISION
OCH SPELTEKNISKA FÖRBÄTTRINGAR**



DYRT - ENDAST FÖR ÖVERKLASSEN



**AVKOPPLANDE - DU KAN TA DET
LUGNT**



**MEDLEMSKAP KRÄVS-
KLUBBMENTALITET**



**GER TID FÖR UMGÅNGE MED VÄNNER
OCH FAMILJ**



FÖR ÄLDRE MÄN – MANSDOMINERAD



**HANDIKAPPSYSTEMET JÄMNAR UT
SKILLNADER I SPELSKICKLIGHET**



TIDSKRÄVANDE



MYCKET TÄVLINGSINRIKTAT



PINSAMT FÖR NYBÖRJARE



SVÅRA OCH FÖRVIRRANDE REGLER

Hur gör de flesta kvinnor som inte spelar golf när de ska börja?

Kan detta ge en inblick till framgångsrika strategier för att locka fler kvinnliga deltagare? Varför börjar kvinnor spela golf?



De tillfrågade kvinnorna sade att det ofta var ett barns intresse för spelet och en mors önskan att tillbringa tid med sina barn som påverkat dem att börja spela golf.



Bland de kvinnor som hade spelat golf under större delen av sina liv var det faktum att fäder och farbröder spelade golf de största anledningarna till att de började.



Kvinnor vars partner spelar golf börjar spela för att tillbringa mer tid tillsammans. (Omvänt bland ex-golfarna, där en av orsakerna till att de slutat spela golf var för att tillbringa mer tid tillsammans).



Vissa golfare i våra fokusgrupper svarade att de började därför att de ville utöva en sport som var mindre slitsam för kroppen och som kan kombineras med sociala aktiviteter.



Golfspelare börjar ofta spela golf på grund av att deras vänner spelar.

Kvinnliga golfare berättade att de gjorde sig hemmastadda på en klubb genom veckospel på regelbunden basis. Detta hände ofta när deras barn flyttade hemifrån eller när barnen tappade intresset för golfen.



Vad tilltalar kvinnor inom golfen?

Efter att ha undersökt varför kvinnor börjar spela golf ville vi ta reda på vad som väckt deras intresse och vad som höll dem engagerade i sporten.

Golfarna i fokusgrupperna beskrev följande positiva faktorer:



SAMVARO MED FAMILJ OCH VÄNNER

“Jag tycker verkligen om det, jag kan ha bra dagar och dåliga dagar. Men det är alltid trevligt och vi har jättekul när vi tar oss runt golfbanan.”

Golfare



UTOMHUSAKTIVITET

“Det bästa för mig är det faktum att det förmodligen är den enda sport som jag kommer bli bättre på i takt med stigande ålder.”

Golfare



MÖJLIGHETEN ATT BLI BÄTTRE (oavsett ålder)

“Ett av mina barn var helt ”biten” av golf och jag tänkte när han blir äldre så kanske det kan vara något som vi kan göra tillsammans.”

Golfare



AVSTRESSANDE

“Jag gillar det eftersom jag tycker att det är avkopplande efter att ha varit hemma med barnen hela veckan. Att gå ut på golfbanan och vara i den friska luften.”

Golfare



VÄNLIG KONKURRENS



HANDIKAPPSYSTEMET (tävla med olika skicklighetsgrader)

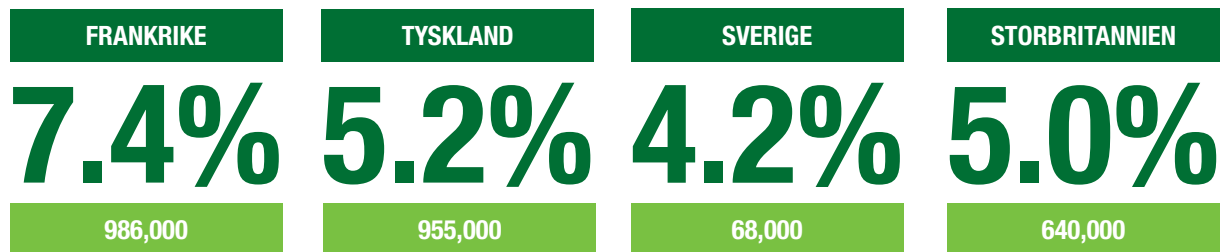
Europeiska Snapshot: Tilltalar golf kvinnor?

Utöver att tala med fokusgrupper i Storbritannien ville vi få en känsla för hur tilltalande golf är för kvinnor runt om i Europa.

I april 2014 genomförde vi en kvantitativ undersökning av kvinnor som inte spelade golf i Tyskland, Sverige, Frankrike och Storbritannien. Frågan löd: "Hur intresserad är du av att börja spela golf i sommar?"

Följande statistik representerar:

- Andel av de svarande som sade att de var "Mycket intresserade av att spela golf i sommar"
- Motsvarande antal potentiella golfare, baserat på populationsstorlek



Naturligtvis är det inte troligt att alla de kvinnor som sa att de var mycket intresserade av golf verkligen skulle börja utöva sporten. Eftersom det finns flera faktorer som både uppmuntrar eller avskräcker ett potentiellt engagemang. Men resultaten fungera som en indikation på potentialen för att öka intresset för golf genom kvinnligt deltagande.



Vad hindrar kvinnor från att börja spela golf?

Så vad är det egentligen som stoppar kvinnor från att vara en större del av golfvärlden? Vilka är de upplevda barriärerna som hindrar dem från att ta nästa steg?



MANSDOMINERAD SPORT

Golf uppfattas inte bara som en mansdominerad sport. Den kan också ses som ogästvänlig för kvinnor, särskilt kvinnliga nybörjare. Den låga profilen kvinnor har på golfklubbor och mäns dominans på TV-sändningar upprätthåller denna uppfattning.



KRÄVER LEKTIONER & PRAKTIK

Det uppfattas som en sport som är svår att börja med. Golf kräver pengar och tid för att ens kunna börja spelas. Kvinnor är rädda för att se ut som nybörjare. Utan möjlighet att träna hemma eller utan åskådare gör det svårt att förbättra sitt spel.



GOLF ÄR ELITISTISKT

För många icke-golfare uppfattas sporten som en nästintill en ärfilig aktivitet, om du har vuxit upp med en golfare kommer du att spela golf. Men om du inte växa upp runt golf så är det inget för dig.



MÅSTE TILLHÖRA EN KLUBB

Icke-golfare tror att du måste vara medlem i en klubb för att ta lektioner och börja spela golf. Uppfattningen är att det är svårt att komma igång med golf och att prova-på tillfällen inte finns.

“Det är etikettstyrkt. Vad du har på dig och vad som är acceptabelt. Vad som inte är acceptabelt. Går du ut på en löprunda kan du ha på dig vad du vill, det spelar ingen roll.”

Icke-golfare

“Det verkar krävas mer för att prova golf än att gå till gymmet eller ta en danslektion. Du måste lägga pengar på klubbor och golfkläder, det är ett stort ekonomiskt åtagande i sig.”

Icke-golfare



AVSKRÄCKANDE KLUBBATMOSFÄR

Klubbar ses som skrämmande platser, särskilt för utomstående. Kvinnor är oroliga för att de inte kommer att känna till klubbens regler och uppföranderegler. De är också oroad över att de inte kommer lära sig att spela och därmed njuta av golfen.



BRISTANDE ANPASSNINGSFÖRMÅGA

Golf is seen as an individual sport that could be less fun or social than a team game. The lack of scalability i.e. having to play a full length course rather than a shorter or different format reduces golf's appeal.



ENGAGEMANG OCH KOSTNADER

Kvinnor tror att man måste gå med i en klubb och att kombinationen av medlemsavgifter och utrustning gör det dyrt vilket är mer än vad de är villiga att åta sig.



VÄDERBEROENDE

Kvinnor tror golf är en idrott som är beroende av bra väder och att det inte går att spela året runt.

“Jag vet inte varför det är så, men golf verkar vara något som man måste ha en grundskicklighet i för att ens kunna gå ut och provspela.”

icke-golfare (17-18 grupp)

“Jag skulle uppleva det som om att de inte ville att jag skulle vara där, även om golfbanan är till för alla.”

icke-golfare (17-18 grupp)

Varför slutar kvinnor spela golf?

Därefter frågade vi ex-golfare i vår fokusgrupp varför de hade slutat spela. De svarade följande:



KOSTNAD

Kombinationen av medlemsavgifter och ökande årliga avgifter liksom lektionskostnader resulterade i att en del kvinnor slutat spela golf.

“Jag gillade inte att det var pretentiöst och alla reglerna. Jag gillar inte när någon ska berätta för mig hur jag ska bete mig”

Ex-golfare



ENGAGEMANG

Tiden det tar att spela 18 hål, inklusive körtid till och från banan, gör att några kvinnor slutat spela golf.

“Du måste ha ett engagemang. Om du ska vara med i en klubb tvingas du binda upp dig i 12 månader.”

Ex-golfare

SNOBBERI



Bland dem som har slutat spela golf fanns en känsla av att det var svårt att passa in på klubben och att betungande regler, etikett och strikta klädkoder var avskräckande..

Klubbarnas kultur och att inte känna sig som en av medlemmarna var ett tema som togs upp i diskussionsgrupperna. Ex-golfare och icke-golfare uppfattade det likadant, de upplevde klubbarna som pretentiösa och snobbiga. Ett genomgående tema var förekomsten av grupperingar inom klubbarna och en viss svårighet att bli accepterad.

“På mitt gym kan du ha ett medlemskap eller ett dagskort, men du har samma rättigheter oavsett. Att vara medlem ger dig inte rätt att vara oförsämd mot människor.”

Ex-golfare

“Medlemmarna ville inte ha in nya medlemmar i klubben. De tycker att de kommer att bli mer köer... De kommer att ta mer av min tid.”

Ex-golfare

Tycker kvinnor golfklubbar är avskräckande?

Att saker är avskräckande är en faktor som ofta har återkommit i vår studie. Vissa ex-golfare och icke-golfare tycker att de fått uppleva att klubbar kan vara avskräckande platser. Upplever rutinerade golfare också detta?



EX-GOLFARE

De flesta exgolfare har upplevt irritation från medspelare på grund av sin oförmåga att spela spelet på en högre nivå vilket skapar stressiga situationer. Deras självförtroende växte emellertid när de spelade med bättre spelare som även var deras vänner.



ICKE-GOLFARE

Uppfattningen bland icke-golfare är att de skulle ifrågasättas av skickligare golfare. De sa att de skulle vara nervösa och känna sig nedtryckta när de ska spela på en bana för första gången eller hade spelare som är mer erfarna och skickliga i bollen efter sig.



GOLFARE

De flesta klubbmedlemmar svarade att de inte känner sig utlämnade och är bekväma i sin sociala ställning på klubben. De skulle inte skulle tolerera att trakasseras av andra medlemmar. Men några svarade att juniorgolfare behandlas illa av andra medlemmar (när de egentligen borde uppmuntra unga spelare). Några sade också att de ibland kände sig ifrågasatta av medlemmar vid besök på andra klubbar.



Vad skulle uppmuntra kvinnliga golfare att spela mer?

Hur ska klubbar och banor behålla befintliga kvinnliga spelare så de inte slutar spela golf? Vi frågade golfarna om vad som skulle kunna förbättra deras golfupplevelse och öka intresset för sporten?



FLEXIBLARE SPEL

Större möjlighet att välja hur många hål man ska gå. 18, 9 eller till och med 6 hål skulle ge våra golfare fler alternativ till när man har tid att spela golf.



FLER VÄNNER SOM SPELAR

Vikten av att ha vänner som deltar i aktiviteten betonades, kvinnor skulle spela mer golf om flera av deras vänner spelade.



SPELA PÅ ANDRA BANOR

De tillfrågade sade att de skulle vilja se mer utbyte mellan banorna vilket skulle göra det möjligt för dem att spela (gratis) på andra banor.



VÄNLIGARE ATMOSFÄR

Återigen är problemet med den avskräckande sidan av klubbkulturen, regler och etikett, uppenbar. Kvinnor vill känna sig välkomna och som uppskattade medlemmar i klubben.



BÄTTRE VÄDER

Kvinnornas svar betonade att golf är väldigt väderberoende och svarade att bra väder skulle öka deras intresse.



ENKLARE TILLGÅNG TILL BANOR

Golfarna i våra fokusgrupper bor alla i städer eller storstadsområden. För dem är det viktigt med banor nära till tåg- eller tunnelbanestationer skulle medföra att de spelade mer.



MINDRE MANLIG MILJÖ

Kvinnors intresse att spela mer golf skulle öka om klubbarna var mindre mansdominerad och mer kvinnovänliga.



INGA SYNUNKTER

Några av de golfare som tillfrågades sade att det inte fanns något som skulle uppmuntra dem att spela mer. De spelar redan så mycket de hann.

“Bara att ha ytterligare en vän att gå ut och spela med skulle göra det roligare.”

Golfare

“Om det fanns en organiserad spelgrupp skulle det vara mycket enklare eftersom det är en social grej.”

Golfare



Vad skulle uppmuntra ex-golfare och icke-golfare att börja spela?

Vad kan golfklubbar göra för att locka nya kvinnliga deltagare? Vad krävs särskilt för att ex-golfare ska komma tillbaka och vad som skulle övertyga icke-golfare att söka sig till golfen?



PRISVÄRD UTHYRNING

Att kunna prova golf utan att direkt behöva köpa dyr utrustning.



KORTARE BANOR

Mindre tidkrävande och kortare rundor, inklusive 9- och 6-håls alternativ.



KVINNLIGA GRUPPLEKTIONER

Lektioner enbart tillsammans med andra kvinnor och hållna av kvinnliga tränare



INGEN KLÄDKOD

Kvinnor vill inte behöva klä upp sig för att vistas på golfbanan.



GYM PÅ KLUBBEN

Mervärde för medlemskapet och erbjuder alternativ vid dåligt väder.



BARNPASSNING

Medför att unga mödrar kan delta i träning / spel.



BILLIGARE KLUBBMEDLEMSKAP / GREENFEE

Att göra det enklare och billigare att börja spela golf.



STARTTIDER SOM ENDAST ÄR FÖR NYBÖRJARE

Medför att nya golfare känner sig bekväma.



INTENSIVKURSER I GRUNDLÄGGANDE REGLER

Medför att nya golfare känner sig bekväma



ENDAST SOMMARMEDLEMSKAP

Mer prisvärt då sporten upplevs som att den kräver bra väder.



KVÄLLSBELYSTA BANOR

Möjliggör golf på kvällarna efter jobbet / när barnvakt är tillgänglig.



MER OCH BÄTTRE TV-BEVAKNING

Att se fler kvinnor spela golf på TV skulle inspirera många till att börja spela golf.

FÖREBILDER



Vi frågade våra panel om golf på TV. Medan vissa hade sett Ryder Cup och Open Championship så hade få sett kvinnor spela golf på TV. Ex-golfare och icke-golfare känner till Tiger Woods och Rory McIlroy men inga kvinnliga proffs kunde nämnas. Golfarna kunde namnge Laura Davies och Paula Creamer och endast en kvinnlig golfspelare kunde identifiera Charley Hull.



Hur skulle golfare öka intresset för spelet?

Slutligen bad vi de kvinnliga golfarna i våra fokusgrupper att berätta vad de skulle kunna göra för att öka intresset för golf. Här är de idéer de föreslog:



GOLF I SKOLAN

Medan de tillfrågade i Edinburgh berömde skolornas golfprogram i Skottland (ClubGolf), var Manchester- och Wimbledonsgруппerna ifrågasättande. De funderade över varför golf inte var allmänt tillgängligt i skolorna i England.



KORTARE RUNDOR

Golfarna var överens om att möjligheten att spela kortare rundor, inklusive ett 6-håls alternativ. Detta för att minska tidåtgången och göra golf mer tillgängligt.



NYBÖRJARKURSER FÖR KVINNOR

Våra tillfrågade trodde kvinnor skulle ha lättare att lära sig tillsammans med andra kvinnor. Kurserna skulle ha betoning på uppmuntran snarare än tillrättavisande vilket de tror är vanligt på klubbar.



VÄNLIGARE KLUBBAR

Golfarna tyckte att golfklubbarna behöver vara mer välkomnande. De borde ändra synen på klubbar och minska pressen på nya golfare att prestera.



INTENSIVKURSER FÖR NYBÖRJARE

Konceptet med fem nybörjarlektioner med målet att få kvinnor att börja spela golf var en bra idé. Istället för ospecificerade mängder lektioner på rangen.



OMRÅDE FÖR BARN

Att skapa ett särskilt område för barn att leka på skulle göra det möjligt för mödrar att spela golf. Det skulle också signalera att klubbarna är kvinno- och familjevänliga.



KORTARE TÄVLINGSFORMAT FÖR TV

Golfarna i våra grupper var överens om att ett mer tilltalande TV-format kan göra golf mer intressant och inspirera nya spelare. En kvinnlig motsvarighet till det i England populära 20/20 cricket, som eventuellt spelas över 9 hål skulle vara ett bra alternativ.



TOPGOLF

De tillfrågade diskuterade en rad alternativa golfformat. TopGolf som är en kombination av en social- och trevlig tävlingsform på driving rangen är favoritlösningen.

VARFÖR TOPGOLF ÄR INTRESSANT

- Övervinner upplevda hinder för att spela konventionell golf
- Kul och avslappnade
- Mer socialt än bara driving range
- Tävlingsinriktat
- Utvecklar skicklighet
- Mycket tilltalande för ex-golfare och icke-golfare
- uppfattas som dyr



Sammanfattning

Efter att ha titta närmare på de frågeställningar som finns kring kvinnors deltagande inom golf står det klart att golf har stora möjligheter att växa som sport genom att locka till sig fler kvinnliga golfare.

Resultaten av både våra kvalitativa och kvantitativa undersökningar visar att kvinnor deltar i idrotter främst för att det är avstressande, motionera och vistas utomhus. Vid första anblicken verkar de inte vara medvetna om att golf kan erbjuda dem kaloriförbränning i lika stor utsträckning som andra sporter gör. Klubbar kan lösa detta genom att proaktivt kommunicera hälsoeffekterna med golf. Golf erbjuder således två viktiga faktorer som tilltalar kvinnor, möjligheten att tillbringa tid utomhus och möjligheten att umgås med vänner och familj.

Vi kan också observera att kvinnor börjar med idrotter de ser andra utföra, dvs de ser vänner eller familj utföra sporten eller uppmärksammar en idrottsanläggning nära bostaden. Vissa klubbar lyckas marknadsföra sig med hjälp av skyltar och anslag i anslutning till banan.

Många icke-golfare har ingen aning om att golfbanor har restauranger och barer som är öppna för allmänheten för kaffe och luncher. Det finns också en utbredd uppfattning om att man måste binda upp sig i ett 12-månaders medlemskap för att spela golf och att detta i kombination med "dyr" golfutrustning blir investeringen oöverkomligt dyr. Icke-golfare är ofta omedvetna om bokningssystem, flexibla pay-and-play-alternativ och att det finns prisvärd golfutrustning.

Genom att lyssna på vad befintliga kvinnliga golfare och blivande spelare säger finns det en möjlighet för golf

och golfbanor att använda en kundfokuserad metod som framgångsrikt kan öka intresset och engagera fler kvinnor. Kommunikation och marknadsföring mot lokala marknader, samt aktivt stöd av befintliga kvinnliga klubb-golfare är också viktiga faktorer som banor bör överväga.

Klubbar och banor som utövar denna typ av tillvägagångssätt i sin verksamhet ser tecken på att ett ökat kvinnligt deltagande kan uppnås. Klubbar måste uppmärksamma uppfattningen som finns om att de är svårtillgängliga ickevänliga miljöer och istället ge ett konsekvent varmt välkomnande och ha en kultur av kundservice som engagerar kvinnor i golf.

Under de närmaste månaderna planerar Syngenta att visa upp ett antal av de banor i mini-dokumentärer som finns att se på www.greencast.co.uk

Tack för att du läst denna rapport. Syngenta investera i marknadsundersökningar för att hjälpa golfklubbar, banor och rangar i syfte att gynna den långsiktiga affärsmässiga hållbarheten i golfindustrin. Om du har några kommentarer eller frågor, vänligen kontakta oss genom att maila till od.burke@syngenta.com eller golf.syngenta@syngenta.com För mer information och för att ladda ner andra rapporter, vänligen besök: www.greencast.co.uk

Släpp lös golfens sanna potential.

Syngenta UK Ltd., registrerat i England, nr 849037. CPC4, Capital Park, Fulbourn, Cambridge, CB21 5XE.
E-post: customer.services@syngenta.com Webb: www.greencast.co.uk / www.greencast.ie

Använd svampmedelprodukter på ett säkert sätt. Läs alltid etiketten och produktinformationen före användning. För mer information inklusive varningstexter och symboler hänvisas till www.greencast.co.uk
© Syngenta AG November 2014. GQ 05.832.

syngenta[®]