

Styrelsens förslag till verksamhetsplan för ÖFG år 2021-2025

1. VARFÖR DETTA DOKUMENT

Östersund Frösö Golfklubb ägs av dess medlemmar, vilka utser en styrelse som agerar på uppdrag av medlemmarna. Styrelsens arbete grundar sig i huvudsak på beslut som fattas vid klubbens årsmöten samt resultatet av den årliga medlemsundersökningen Players 1st. Östersund-Frösö Golfklubb tillhör Svenska Golf förbundet och bedriver därmed sin verksamhet i enlighet med Idrottsrörelsens (Riksidrottsförbundets) verksamhetsidé, vision och värdegrund. Detta framgår av klubbens stadgar, vilka också reglerar att styrelsen ska upprätta en verksamhetsplan i samband med höstmötet, som ska visa inriktningen för verksamheten det/de kommande året/åren.

2. VART ÄR VI IDAG

Utifrån de medlemsundersökningar som årligen genomförs så kan man konstatera att medlemmarna inte är nöjda med vad ÖFG erbjuder och i huvudsak kan man se att det är greenerna som man är mest missnöjd med. Om ÖFG i framtiden inte kan erbjuda en högre standard under längre tid på säsongen så överväger majoriteten av medlemmarna att lämna klubben för ett annat alternativ. I det strategi- och visionsarbete som påbörjades under våren 2020 så har ett antal förslag utkristalliserats för att få till stånd en kvalitetshöjning av banan och i första hand greenerna.

Budgeten för 2020 sattes för att i princip göra ett nollresultat i driften. Vi fick en tuff start på våren/sommaren och banan var inte i det skick vi hade önskat. Planen att dressa greenerna kontinuerligt med extra mycket sand omvärderades och vi var tvungen att på ett bättre sätt få ner sanden i greenerna. Veckan efter tävlingsveckan genomfördes därför en insats med "Graden", vilket gav det resultat vi hoppades på. Vi kommer därför framgent att kontinuerligt jobba med att fylla på med sand i våra greener.

Vi har i dagsläget inga ekonomiska möjligheter att göra några större investeringar. Vi har dock tillgångar som borde gå att realisera. Höstmötet 2019 gav styrelsen i uppdrag att fortsätta processen med att ta fram en detaljplan för de fyra tomterna ovanför 18:e tee och planen är att dessa tomter i förlängningen ska säljas.

Masterplanen, som medlemmarna redan för 5 år beslutade att följa, ligger nu till grund för alla förändringar och framöver är intentionen att masterplanen följs i största möjliga mån och realiseras när ekonomi finns.

Styrelsen har en vision om att ÖFG ska vara "**Norrlands bästa golfupplevelse**". Denna vision ska tillsammans med verksamhetsidé och värdegrund tydliggöra, affärsplan, klubbens strategiska riktning samt utgöra klubbens långsiktiga målsättning.

En stor del av visionen består i att höja det allmänna intrycket till en premiumstandard. Ett besök på ÖFG ska alltid kännetecknas av hög standard från första intrycket, oavsett om det handlar om mattor och bollar på rangen, utbudet av mat i restaurangen eller personalens servicenivå. Klubben ska kunna erbjuda en attraktiv verksamhet för såväl ung som gammal.

3. VAR ÄR VI OM 3 ÅR

Utifrån de undersökningar som genomförts och som visar vad våra medlemmar tycker har styrelsen satt följande mål för verksamheten:

1. Bra greener i början av säsongen, månadsskiftet maj/jun.
2. Möjliggöra för medlemmarna att på olika sätt vara inkluderade i klubben och klubblivet.
3. Förbättra kommunikationen till våra medlemmar.
4. Hitta den bästa finansieringslösningen för utveckling av banan.

Strategi

3.1 Banutveckling

Signalen från medlemmarna kan inte vara tydligare; vi är inte nöjda med banan och framförallt inte med greenerna. Det innebär ofrånkomligt en kostnad att utveckla banan. Hur stor den kostnaden kommer att bli beror på vad vi gör.

Grundtankarna för banutvecklingen som även framgår av masterplanen, är:

1. En bättre spelupplevelse för alla.
2. Utveckla/förbättra greenerna/greenområdena.

Det mest primära i vår budget för banan de närmaste åren är att förbättra greenerna. Vi arbetar därför kontinuerligt med att förbättra dräneringen med hjälp av sandpåfyllnad och vi sår en annan mix av gräsfrön för att få en gräsyta som tål övervintring bättre. En annan insats som är viktig för att alltid kunna vidta snabba åtgärder, är att anlägga en gräsodling. För att på ett bra sätt kunna jobba med enskilda greener utan att det i för stor utsträckning påverkar det totala spelet planeras det även under 2021 att bygga en extra green som är tillgänglig för spel om en av de andra greenerna på banan är avstängd, till exempel på grund av ombyggnation.

Ett annat viktigt förbättringsområde är tees, nedan i handlingsplanen beskrivs de åtgärder som planeras att genomföras.

När banan öppnas inför säsongen är det viktigt att finishen är högt prioriterad. Utöver de insatser som ska utföras och åtgärdas på banan ska banan alltid presenteras med en bra finish.

3.2 Skapa bättre klubbkänsla

Även om den generella trenden i samhället och idrotten i stort är att klubbkänsla och klubbengagemang minskar betyder det inte att vi på ÖFG stillasittande ska acceptera det. De som vill ska ha en möjlighet att känna tillhörighet i klubben.

I ett försök att skapa bättre klubbkänsla vill vi återinföra kommittéer i större omfattning. Vi har redan en väl fungerande veterankommitté. Juniorkommitté finns också och det har precis bildats en damkommitté.

Styrelsen vill också utveckla en:

- Tävlings/medlemskommitté

- Sponsor och partner-kommitté
- Elitkommitté

Kommittéerna skall ha tydliga arbetsbeskrivningar och ges mandat att vidta åtgärder inom dessa ramar. Klubbchefen kommer, vid behov, att vara delaktig och uppmuntra kommittéerna. Kommittéernas arbete kommer att kommuniceras med våra medlemmar för att skapa delaktighet.

Frivilliga Arbetsgrupper

Vi har under de senaste åren skapat en frivillig arbetsgrupp som leds av klubbchefen. Denna grupp tar på sig och utför arbete med att förbättra områden som har blivit eftersatta. Under denna verksamhetsplan ämnar vi att fortsätta att utveckla liknande grupper för att förstärka klubbkänslan.

3.3 Kommunikation

Mål

Målet med ÖFGs kommunikation är att medlemmar och potentiella kunder ska få, eller kunna hitta, relevant information snabbt och enkelt.

Strategi

Vi ska prata med våra kunder och medlemmar där de befinner sig. Detta innebär i klartext:

- Sajten www.ofg.nu
- Facebook
- Instagram
- Nyhetsbrev

Vi har redan allt ovan. Mycket gör vi bra. Många saker kan förbättras.

Grunden för bra digital kommunikation är:

1. att viktig kommunikation i möjligaste mån ska publiceras i nyhetsflödet på sajten. Från sajten länkar man sidan med innehållet till Facebook och nyhetsbrevet med kort introtext. Är kommunikationen strukturerad rätt - läs: rätt metadata så rankas även innehållet på Google. Innehållet som publiceras i nyhetsflödet ska vara kategoriserat.
2. att den visuella kommunikationen primärt sker via Instagram. Instagram är länkat till sajten så bilderna kommer upp även där. Den visuella kommunikationen kan även ske på Facebook.

Sajten www.ofg.nu

Sajten bör utvecklas enligt följande:

1. Ett snyggare nyhetsflöde - som dessutom innehåller olika kategorier.
2. Bättre presentation av styrelse och personal, inklusive kontaktinformation.

3. Tydligare möjligheter att lämna feedback och idéer.
4. En inloggningsfunktion med medlemspecifik information.
5. Fylla i metadata för sajten så att Google kan ranka den.
6. Utveckla designen.

Facebook, Instagram och Google

Vi har en bra närvaro i dessa forum.

Om marknadsföringen prioriteras om och blir digital är selekterad annonsering mot specifika målgrupper på Facebook en logisk utveckling. Med tanke på hur dåligt vi rankar på Google bör vi även gå efter vissa sökord på Google.

Exempel på sökord som kan vara aktuella är: "Golf Norrland", "Bra golfbanor Sverige", "Norrlands bästa golfbana" etc.

Nyhetsbrev

Nyhetsbrev kan vara väldigt effektivt för kommunikationen om arbetet med dessa sker på rätt sätt. En snygg design och bra innehåll kan nästan ge upplevelsen av en digital tidning i epost-flödet. Det är så klart en fråga om resurser. Databasen i GIT går att segmentera i princip hur mycket som helst men vår segmentering bör bestå av fyra segment:

1. **Befintliga medlemmar** - får relevant och nödvändig information.
2. **Potentiella eller före detta medlemmar** - får mycket av ovan information. Men även information om nybörjarkurser och erbjudanden.
3. **Nyblivna medlemmar** - de som varit medlemmar i mindre än tre år, de som fortfarande utvärderar om golf är för dem. Mycket och tydlig information om damdagar, träningar och social samvaro. Det här är en viktig målgrupp.
4. **Gäster** - alla som har bokat en starttid hos oss finns (väl) i GIT. Gästerna är potentiella ambassadörer och återvändare. Information om vad som är på gång som kan locka gäster.

3.4 Finansiering

Finansieringen utgör grunden för vilket underhåll och vilka investeringar vi kan göra och därmed vilken golfupplevelse vi kan erbjuda våra medlemmar och våra gäster. Det finns tre primära sätt att finansiera en golfklubb; genom medlemmarna, genom gästerna och genom sponsorintäkter. Utöver de primära finansieringsvägarna finns även möjligheten till olika typer av projektfinsiering vilket vi återkommer till nedan.

Medlemsfinansiering

Medlemsavgifter och spelrätter är de direkta formerna av medlemsfinansiering.

Styrelsens grundinställning är att underhåll och utveckling av banan ska kosta medlemmarna så lite som möjligt. Styrelsen kan dock konstatera att priset på spelrätterna inte har höjts i samma takt som kostnaderna har fördyrats (både med hänsyn till index och förslitningar på banan). Årligen har det genomförts små eller inga justeringar av årsavgifterna och styrelsen ser därför ett behov av att höja priset på spelrätterna för att kunna tillhandahålla medlemmarna den bana de efterfrågar. En eller flera höjningar kommer alltså att vara nödvändiga inom den

närmsta treårsperioden och styrelsen tror att det finns en viss betalningsvilja hos medlemmarna för att kunna få en bättre bana under en längre säsong.

Gästfinansiering

Finansieringen via våra gäster består huvudsakligen i greenfeeintäkter. Greenfeeintäkterna är i högre grad än medlemsintäkterna beroende av externa faktorer som är svårare för klubben att påverka. Det senaste året har dock greenfeeintäkterna, trots Coronaepidemin, legat på en jämn nivå med fjolåret. Styrelsen ser därför inga skäl för att greenfeeintäkterna skulle variera över den närmsta treårsperioden och kommer att arbeta på inslagen väg för att attrahera externa spelare. Utöver greenfeeintäkterna får golfklubben intäkter via uthyrning av husbilsplatser. Redan under det närmsta året planeras en bredare marknadsföring av husbilsplatserna och under den kommande treårsperioden ser styrelsen att husbilsplatserna kommer att generera betydligt större intäkter än idag, både i form av antal gästnätter och i form av greenfeespel.

Sponsorintäkter

Styrelsen noterade under våren en något dämpad betalningsvilja hos företagarna i anledning av den pågående Coronaepidemin. I anledning härav är målsättningen inför nästa år primärt att behålla befintliga sponsorer och att se över sponsoravtalen för att förfina sponsorpaketerna som erbjuds. Självklart är målsättningen under den kommande treårsperioden att öka sponsorintäkterna. Det är styrelsens uppfattning att denna målsättning primärt sker genom att öka banans attraktionskraft och därmed företagarnas intresse att vilja synas på ÖFG. Samtidigt med arbetet att öka banans attraktionskraft kommer även klubbchefen att vid var tid att arbeta aktivt med befintliga och nya sponsorer för att öka klubbens intäkter.

Projektfinansiering

Det är uteslutet att låna eller sälja tillgångar för att regelbundet klara den löpande driften. Däremot är det ett alternativ för att finansiera utvecklingsprojekt.

Styrelsen har fått i uppdrag att gå vidare med projektet att avyttra tomterna ovanför 18:e tee och klubben håller därför tillsammans med kommunen på att ta fram en detaljplan. Styrelsen har även börjat undersöka möjligheterna att på längre sikt exploatera ytterligare delar av klubbens mark för projektfinansiering. Allt för att på sikt kunna öka klubbens intäkter och därmed ytterligare öka banans attraktionskraft.

Styrelsens grundinställning är att utvecklingen av banan ska kosta medlemmarna så lite som möjligt, även om vi tror att det kan finnas en viss betalningsvilja för en bättre bana under en längre säsong.

4. HANDLINGSPLAN

År 2020

- En ordentlig sandinjektion av alla greener i aug vilket resulterat i en betydligt friskare växtbädd, sådd av krypven som har en bättre och längre överlevnad under tuffa vinterförhållanden.

- Hålppluftning av samtliga greener inför vintern med sanddressning, ca 2 ton på varje green.
- Täckning med tät duk på samtliga greener med tillsyn varje vecka hela vintern.
- Røjning i vegetationen längs strandlinjen samt mellan hålen, ska i fortsättningen hållas efter.

År 2021

- En årlig investeringstakt med 300' kr i maskinparken etableras som standard.
- Dränering av alla blötområden på banan genomförs, främst hål 1, 5, 6, 8, 10, 11 samt 12.
- Alla tees ska luftas, stödsås samt gödslas enligt skötselprogram.
- Påbörja etablering av gräsodlingsyta/reservhål mellan hål 2 och 3.
- Utöka och höja kvaliteten på samtliga ställplatser inkl. sop- och vattenstation.
- Detaljplan för fastighetsbildning del 1 genomförs.

År 2022

- Fortsätta skötsel- och maskinprogram enligt ovan.
- Påbörja planering av budget och ombyggnad av samtliga greenområden förutsatt att fastighetsplan blir verklighet.
- Säkerställa upplåning av kapitalbehov för renovering.

År 2023

- Genomföra renovering av samtliga greenområden inkl bunkrar under 10 veckor från 1 aug till 1 okt, innefattar total renovering av greenbotten till ytan, dränering, rullgräs samt till viss del ny bevattning runt greener.
- Etablera ÖFG som en klubb i förändring inför framtiden.

År 2024

- Öppning av nya ÖFG i slutet av maj.
- Etablera ÖFG som Norrlands bästa golfupplevelse.
- Eftersträva en hög ranking av klubben/banan.
- ÖFG ska vara en destination för golfare som besöker regionen.

År 2025

- En översyn av klubbhuset, plan för logistik som innefattar gemensam entré för shop, reception samt restaurang. Det betyder att omklädningsrummen byter plats med shop/reception. Eller utbyggnad bakåt för nya omklädningsrum. Restaurangen behöver fler sittplatser som kan erbjudas om klubbhuset byggs ut i vinkel ut mot terrassen som också bjuder på magnifik utsikt.
- Alla fastigheter (inkl. maskinhall) ses över.