



OM PEJ GRUPPEN

International inspiration, et stort fagligt netværk, stærke formidlingsevner, midtjysk sund fornuft og fødder solidt plantet i virkeligheden har gjort pej gruppen til Nordeuropas største trend-, konsulent- og forlagsvirksomhed.

V O R E S K U N D E R

BoConcept

salling group

Aller



BESTSELLER®

BECK
SÖNDERGAARD
COPENHAGEN

BIANCO.®
FOOTWEAR

coop

Bolia.com
NEW SCANDINAVIAN DESIGN

DAY
BIRGER ET MIKKELSEN

Designit®



TV2

JYSK

hummel



Jbs

DANISH CROWN



SAMSØE ∅ SAMSØE

IKEA®



KÄHLER

ROSENDAHL
COPENHAGEN

ROYAL COPENHAGEN
PURVEYOR TO HER MAJESTY THE QUEEN OF DENMARK

soyaconcept®

tvilum

BrandFactory
TURNING CONCEPTS INTO REALITY



VELUX®

NÜMPH

eCCO®

VI HAR DOMICIL PÅ BITSOVGÅRD NÆR HERNING



A golden retriever dog is lying down on a white surface, looking towards the left. Its mouth is slightly open, showing its pink tongue. The dog has long, wavy, golden-brown fur. The background is plain white.

K A S P E R

Familieaktivitet for alle generationer

Interesse startet i Grenå hos mormor & morfar

Golfudstyr købt til alle voksne børnebørn

Grønt kort i starten af 20'erne

Forældre anlagde bane på gården (9 huller)

Årlig turnering med festligheder

Arbejds- og familieliv tog over

Golfturnering opløst

De ældste stod af

Gården solgt og banen nedlagt

Forældre nu halvdelen af året i Spanien

Status lige nu

Svoger er svensker (4-5 runder om året)

Mand og svigerfam. er tullamore'genser (5-6 runder om året)

Direktør i firma og privaten ;-)

Transportminister i fritiden

Praktiske detaljer

MIT + JERES BIDRRAG

Djævlens

ADVOKAT

Status på golfspillere og klubber

Et perspektiv på det moderne menneske

Livsfaser og forbrug (tid og penge)

Målgrupper / Personaer

Konsekvenser og handlingsrum

Konkrete idéer og indspark

Perspektiv

DE LANGE BRILLER PÅ

Perspektiv

SKYKLAPPERNE VÆK

Hold spejlet op mod

OMVERDENEN

Viden

Idéer



Har I styr på

JERES IMAGE?

Golf er for

SNOBBER



Golfer

FOR INVIEDE



Golf er

BESVÆRLIGT



Golfer

DYRT



Golf er

RIGIDT



Golf er

SVÆRT



Golf er

TIDSKRÆVENDE



Godt jysk ord

GOLF ER BØVLET

*Golf is deceptively simple and
endlessly complicated.*

– Arnold Palmer

Sandheden er en hel anden

MEN HVORDAN FOR I DET FORTALT?



PERSPEKTIV
& fokus på bolden



Man kan ikke snyde med

FAKTA

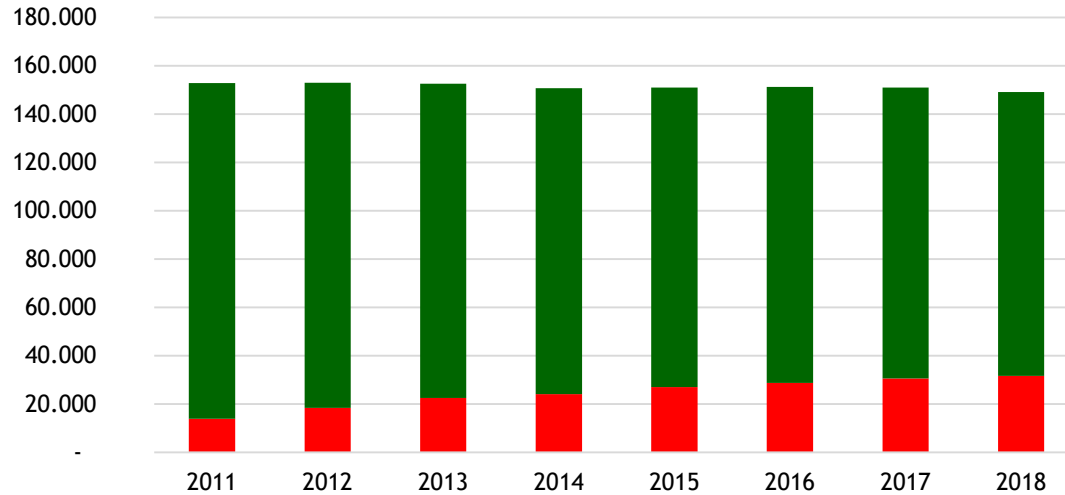
	2017	2018	Ændring
Herrer	99.275	98.218	-1,1%
Damer	41.761	41.143	-1,5%
Drenge	5.722	5.334	-6,8%
Piger	1.690	1.672	-1,1%
Langdistance	2.795	2.677	-4,2%
I alt	151.243	149.044	-1,5%
<i>Fleksible</i>	30.660	31.648	+3,2%



- 139 klubber går tilbage på fuldtidsmedlemmer (hele DK)
- De klubber der går frem, skyldes primært billige medlemskaber.
- Sverige, Norge & Finland falder på samme niveau som Danmark
- Danmarks juniorandel er blandt de laveste i Europa



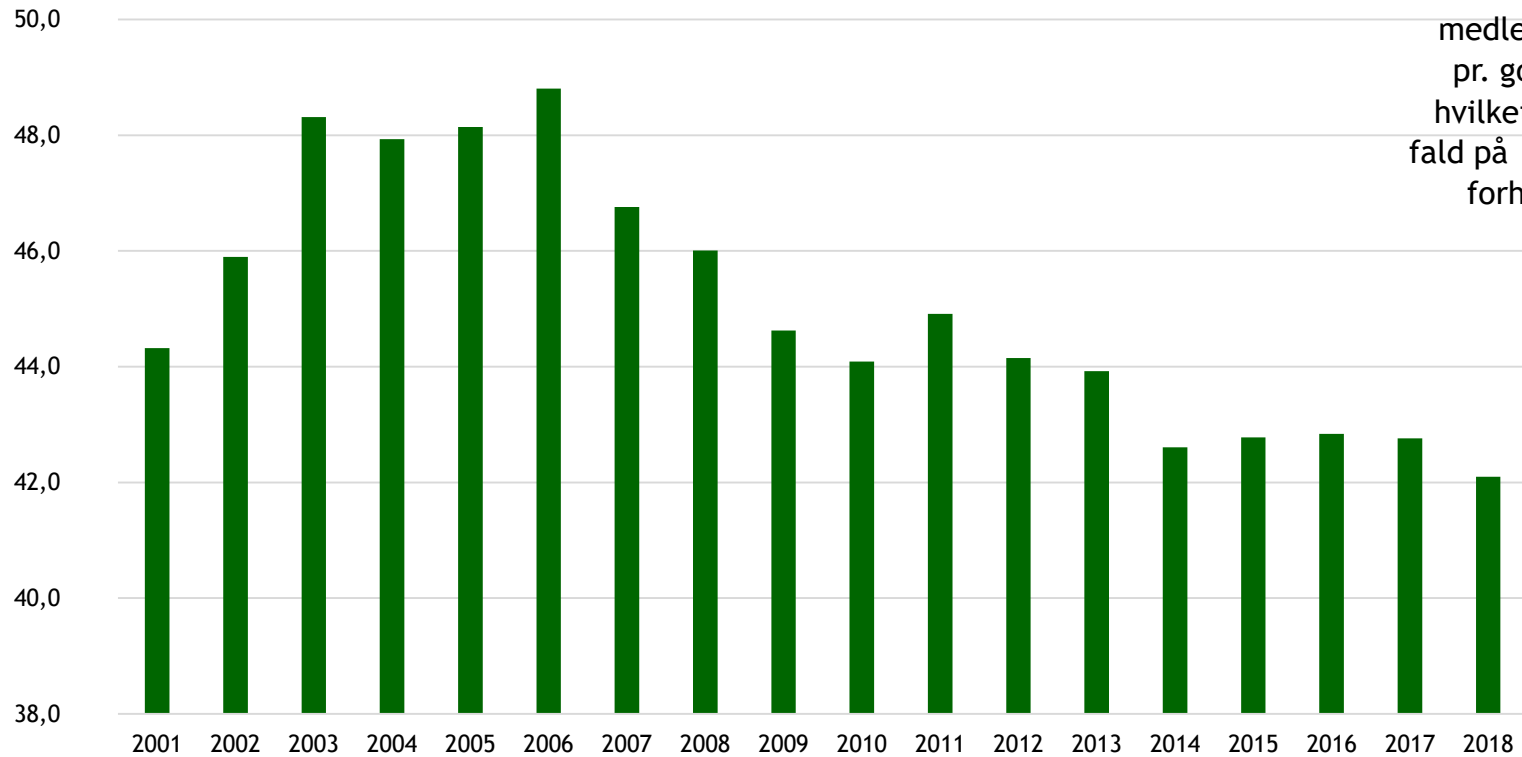
Antal medlemmer i alt 2011-2018



- **Fuldtid falder med ca. 21.000 spillere**
- **Fleksible stiger med ca. 18.000 spillere**



Medlemmer pr. hul 2001-2018



Der er 42 medlemmer pr. golfhul, hvilket er et fald på 2,3% i forhold til 2017.

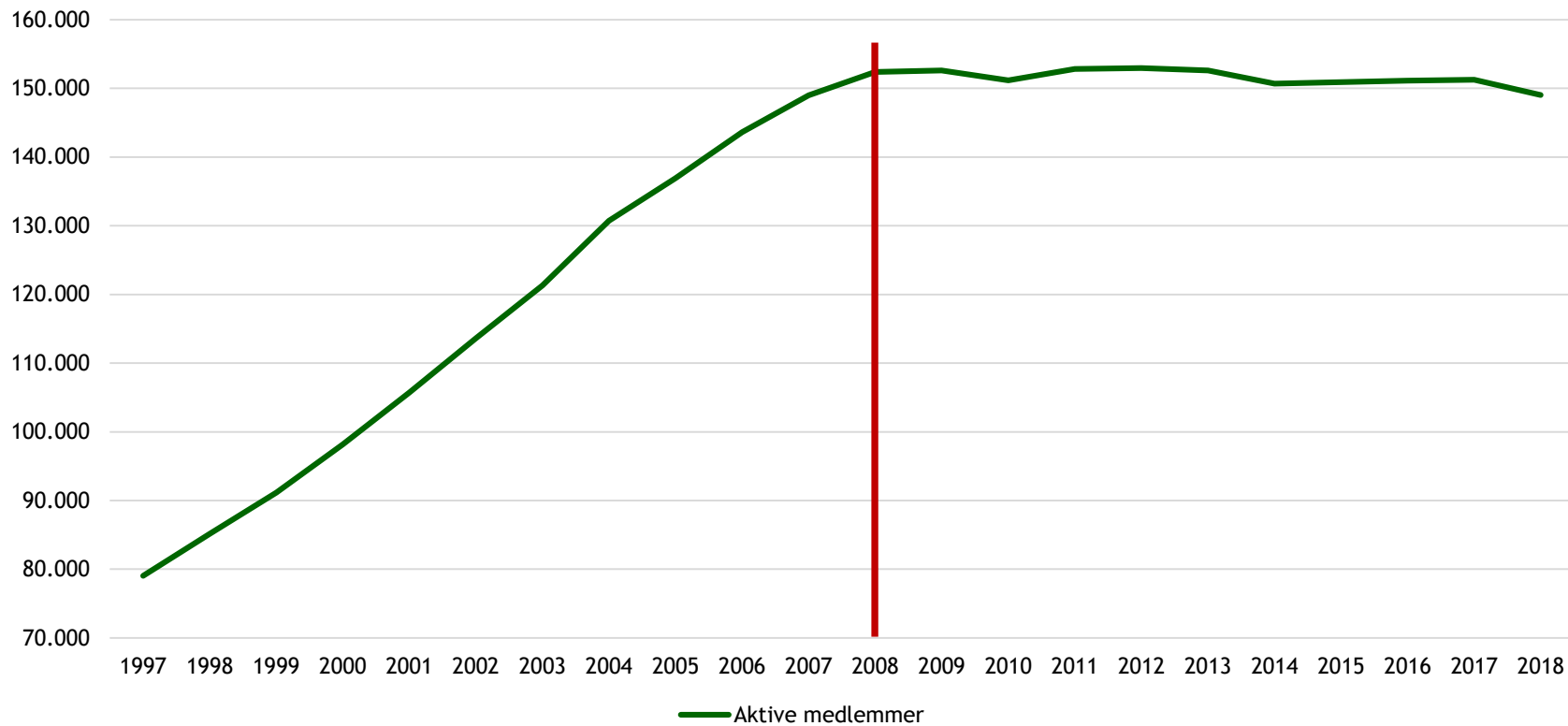
- Golf er en konjunkturfølsom sport, der blev ramt af finanskrisen
- Golf er en sport baseret på traditionelle principper

Perioden fra 2006 er yderligere ramt af:

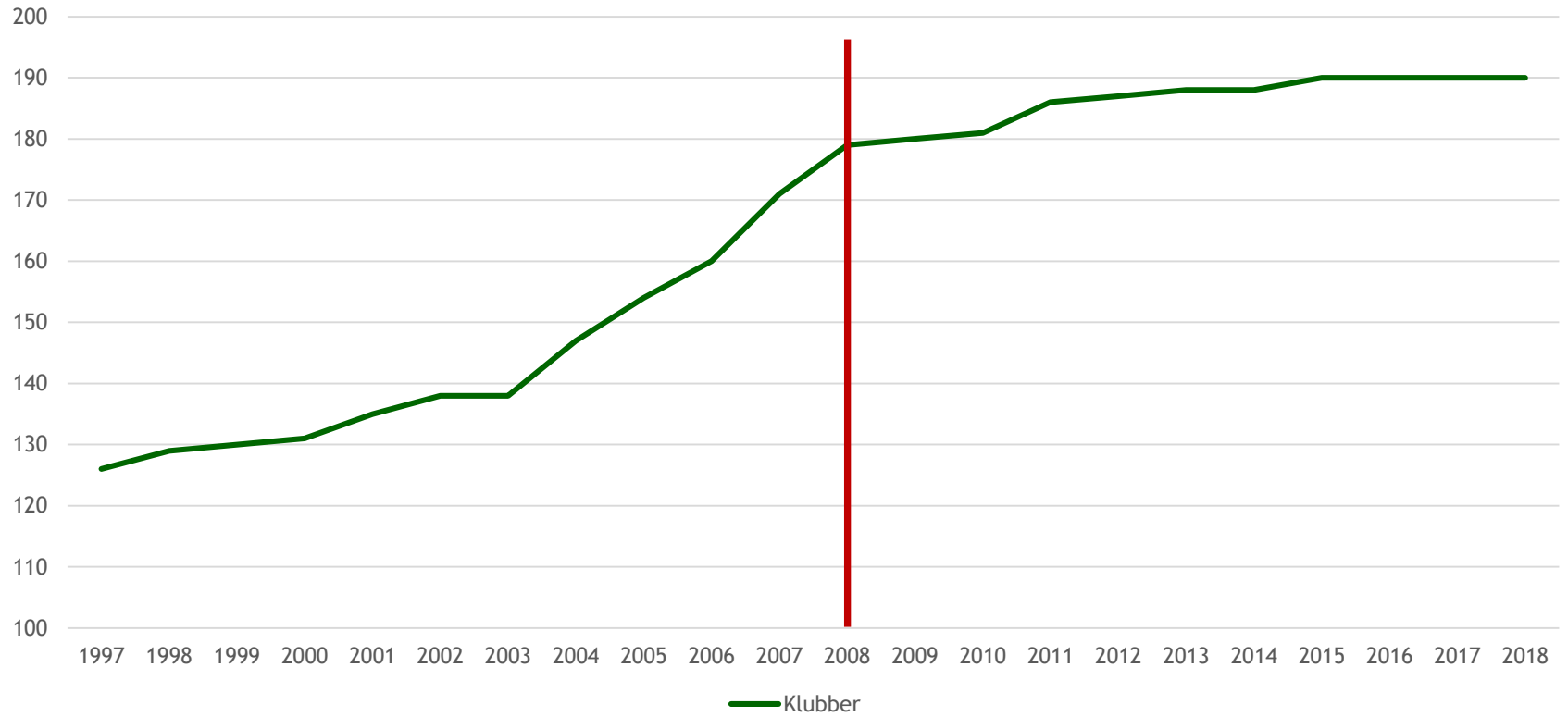
- Indskud bortfalder
- Fald i Company Days / sponsorater
- Faldende greenfee priser
- Samlet fald i kontingenter



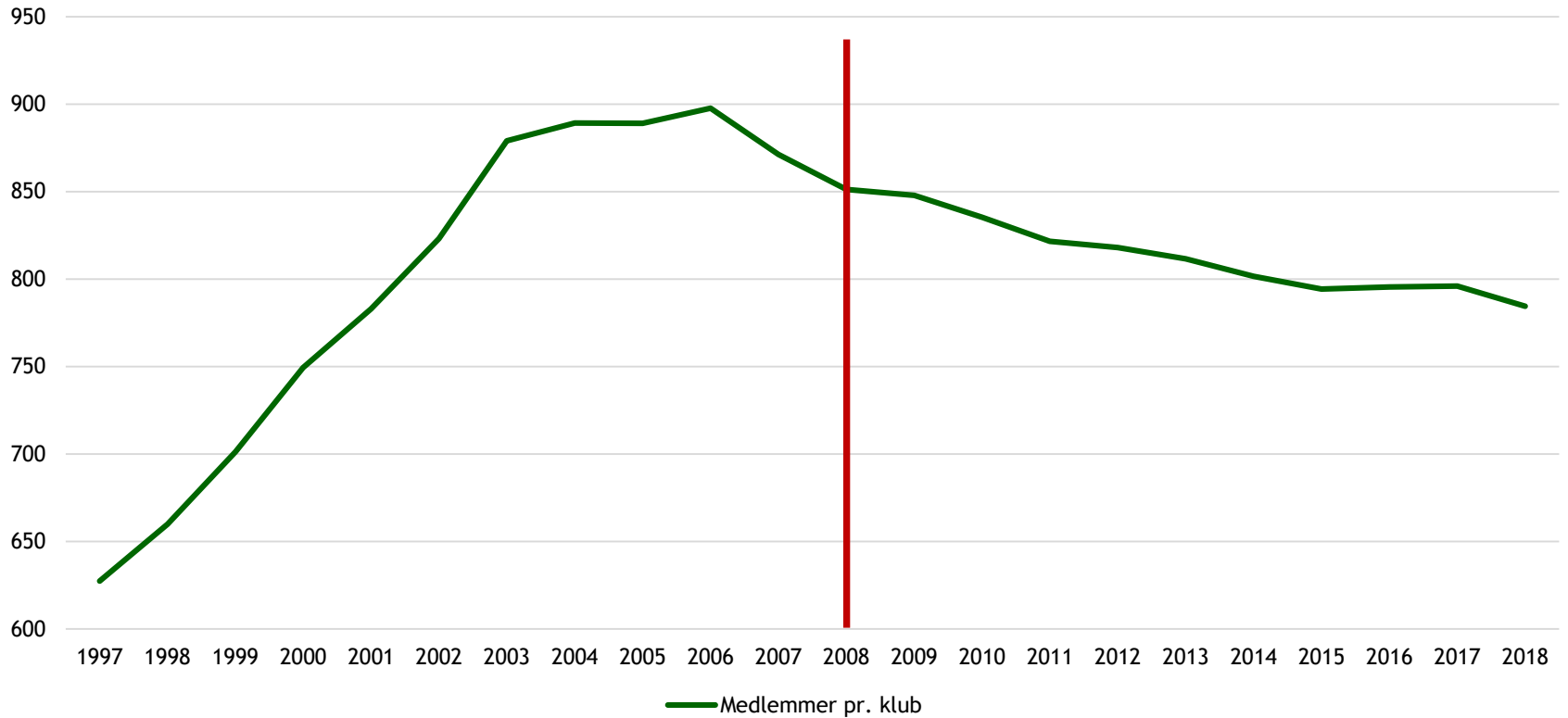
Aktive medlemmer



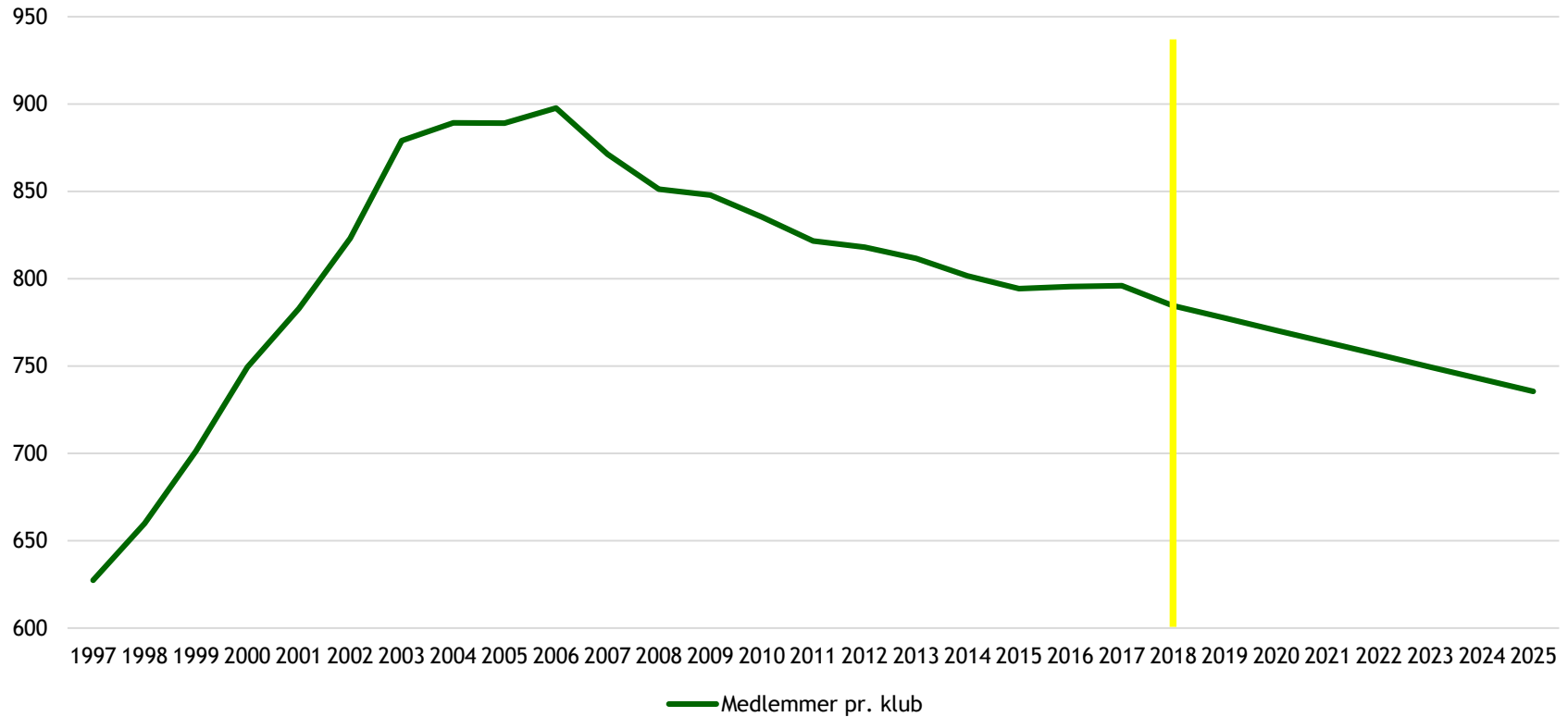
Klubber



Medlemmer pr. klub



Medlemmer pr. klub, fremskrevet til 2025



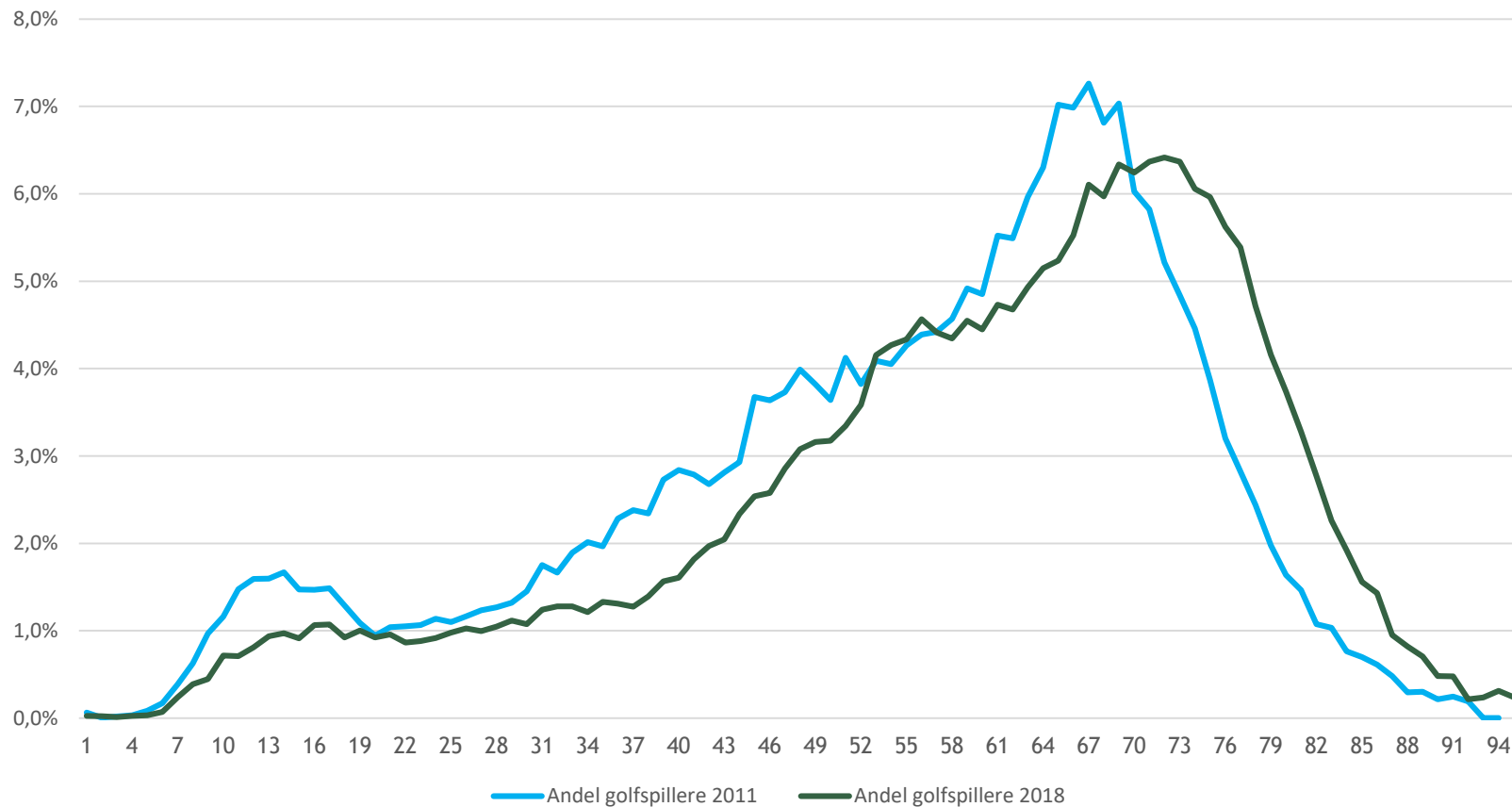
Færre medlemmer pr klub

Færre faste medlemmer pr klub

For mange klubber



Andel af danskere der spiller golf



Vi lever længere

Vi har flere sunde livsår

Vi starter på golf senere

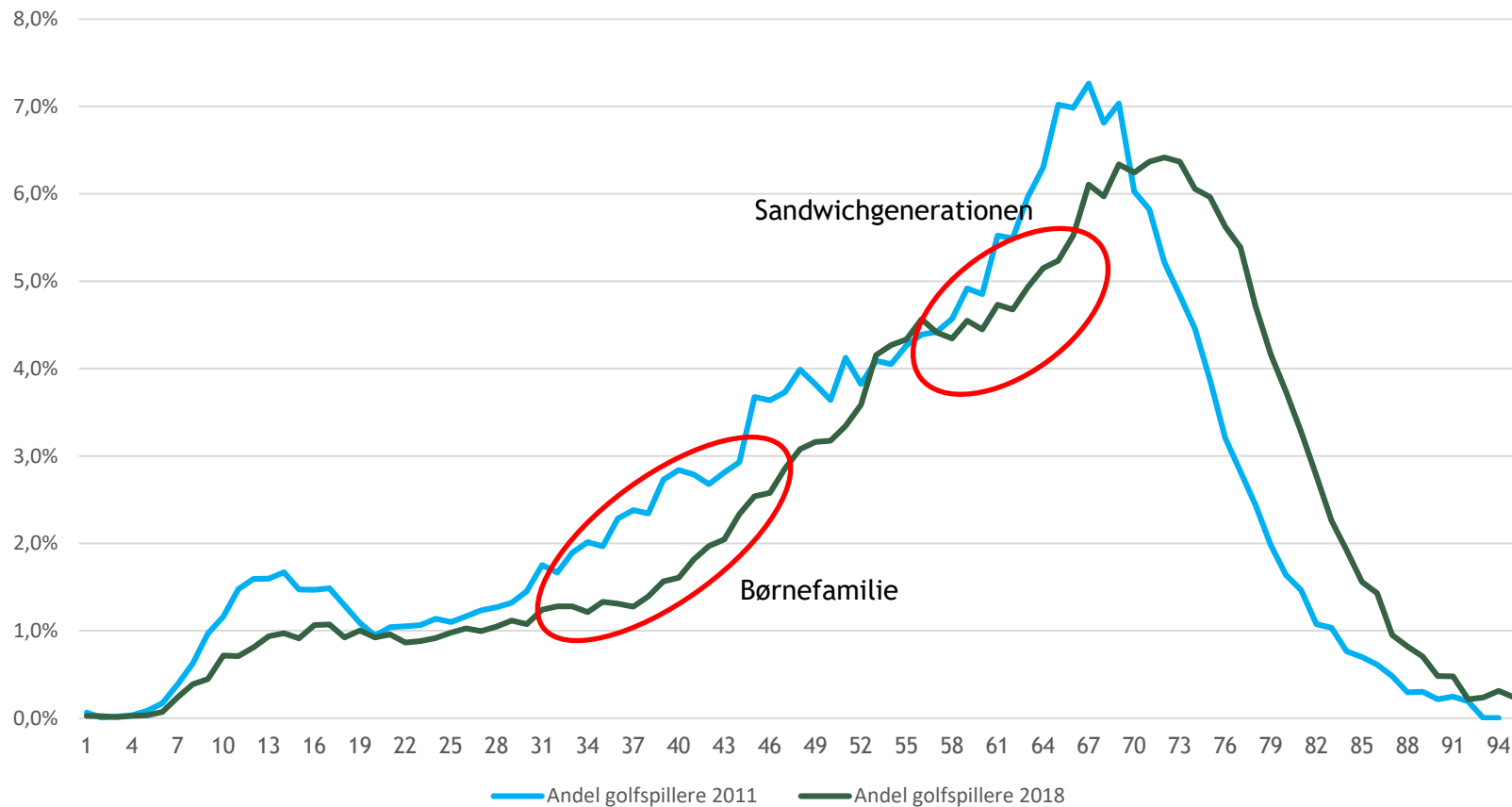
Vi bliver ved længere

Vi er tidspressede midt i livet

Total andel af befolkningen er faldende



Andel af danskere der spiller golf



I er ikke de eneste

**FÆLLESKABSIDRÆTTEN
ER UNDER PRES**

I er ikke de eneste

DGU / DGI

Foreningsdanmark er

UNDER OPBRUD

Hårde trends

KOMMERCIALISERING

Betegner den gradvise udvikling af idrættens non-profit tradition i retning af en ny og mere markedsdomineret tradition, hvor hovedformålet er at tjene penge på at udbyde idræt.

Medlemmer vs. Kunder...



Foreningslogik

Utydelige succeskriterier
Kvalitet i idrætsproduktet
Tradition og historie
De nuværende medlemmer
Passiv medlemshvervning
Langsommeligt demokrati
Ældre mænd
Kultur
Frivillighed
Hyggelig

Markedslogik

Klare succeskriterier
Kvantitet i kundeantal
Fornyelse og udvikling
De nye kunder
Aktiv medlemshvervning
Effektiv implementering
Yngre kvinder
Sundhed
Professionalisme
Effektiv

Hårde trends

INSTRUMENTALISERING

Betegner den situation, at idrætten bruges som et instrument/værktøj til at opnå noget, der ligger uden for idrætten.

Den aktive udøver: En flottere krop, trivsel, socialt / fagligt netværk, vægttab.

Her er golf ikke effektivt nok - der er en årsag til at HIT er blevet populært



A close-up photograph of a white golf ball sitting on a white tee on a lush green golf course. A golf club is positioned behind the ball, and the background shows a clear blue sky and distant trees.

Golfmedlemskab:
6.071 kr. / år + Greenfee

A photograph showing a person's hand holding a black kettlebell with blue accents. The person is wearing a black and pink athletic shoe. The setting appears to be a gym with a dark floor.

Fitnessmedlemskab:
2.500 kr. / år.



Kan I genkende jer selv?

DEN TYPISKE GOLF'ER

Den danske golfspiller anno 2019

Er det de unge eller de ældre golfspillere, der kaster mest med kællerne?
Snyder vi for at forbedre vores score?
Hvor meget vil jydemne egentlig betale for en greenfee-runde?
Og hvor mange af os har en scoretæller med på banen?

Svarene på disse spørgsmål - og mange flere - får du her. Med hjælp fra læserne på Golf.dk har vi taget pulsen på den danske golfspiller anno 2019. Vi blev bombarderet med svar fra golfspillere i alle aldre fra både øst og vest og fandt frem til resultater, der både var overraskende og forventelige.

Hvis du er arketyper på den danske golfspiller, er du højst sandsynligt en mand over 60 år, som...

TEKST: HENRIK SØD INFOGRAPHIC: WERGE INFOGRAPHIC

...læker det sociale element højere end andet

...mener, at langsomt spil er golfsportens største udfordring

...tager på golfrejse i udlandet en gang om året

...maksimalt vil betale 600 kroner for en greenfee

...ligger dig ganske godt hjemme i golfreglerne

...opst kan finde på at råbe ad dig selv, men sjældent kaster med kællerne og det, der er værre

...har et handicap på 25

...ikke er belyst for den teknologiske udvikling

...ikke selv snyder for at forbedre din score, men til gengæld har været vidne til snyd fra andre

...træner det korte spil cirka lige så meget som det lange

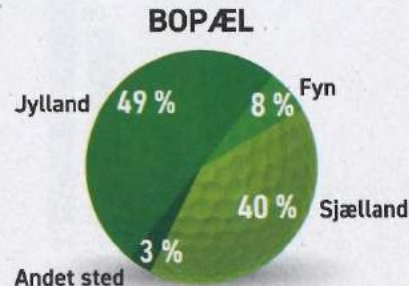
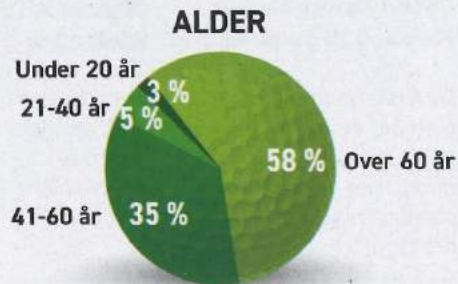
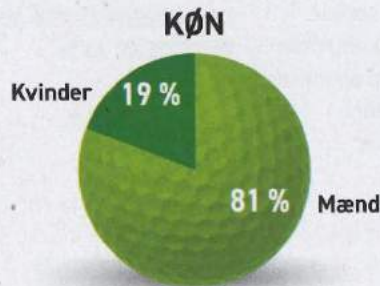
...foretrækker at spille stableford

Det generelle gennemsnit

År som spiller	Klubtilhørsben	Frivilligt arbejde	Lektioner pr. år	Hjemmerunder	Greenfeerunder	HANDICAP Gns	Mand	Kvinde
10	50%	20%	2	45	6	27,7	25	34

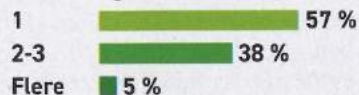
Kan du finde dig selv?

På disse sider går vi et spadestik dybere og kigger nærmere på resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen, som havde deltagelse af 1577 danske golfspillere fra hele landet. Kan du finde dig selv?



Fynboer og sjællændere shopper klubber - jyderne er trofaste

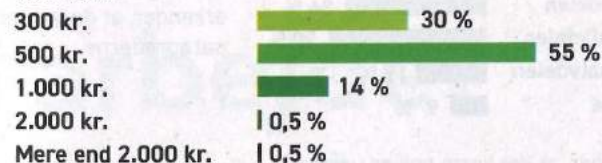
Hvor mange klubber har du været medlem af?



Hovedparten af de danske golfspillere er trofaste, og mere end halvdelen har således kun haft medlemskab i en enkelt klub. Afstanden mellem klubberne har formentlig noget at sige, men næsten to ud af tre jyske golfspillere har været tro mod den samme klub altid, mens halvdelen af både sjællændere og fynboer har været medlem af mindst to klubber.

Jyden han er stærk og... nærig?

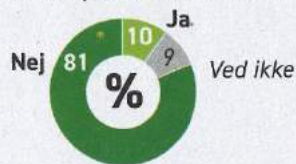
Hvad er det maksimale beløb, du vil betale for en greenfee-runde i Danmark?



Er jyderne Danmarks skotter? Mens tallene for hele landet viser, at 30 procent ikke vil betale mere end 300 kroner for en runde greenfee, er det tal 40 procent blandt de jyske golfspillere. Sjællænderne er også mere tilbøjelige til at gå med til en greenfee på op til 1.000 kroner. Kun 9 procent jyder vil ofre det, men 18 procent af sjællænderne vil dykke lidt dybere i lommen.

Få snyder - men mange oplever det

Har du nogensinde snydt eller omgået reglerne for at opnå en bedre score?



Har du nogensinde oplevet en medspiller snyde på banen?

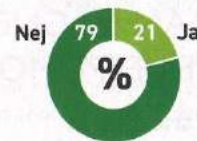


Golf er som bekendt en gentlemansport, hvor enhver er sin egen dommer. Og det kan de danske golfspillere over en bred kam godt finde ud af. I hvert fald er det "kun" hver tiende, der indrømmer, at de har snydt eller omgået reglerne for at opnå en bedre score. Til gengæld ser det noget anderledes ud, når det kommer til medspillere. Her har tre ud af fire set deres medspillere snyde. Den lader vi stå et øjeblik.

Rent geografisk er der ingen forskelle, så du behøver eksempelvis ikke frygte fynboer mere end andre, når det kommer til snyd og lignende.

Hver femte kan ikke tælle!

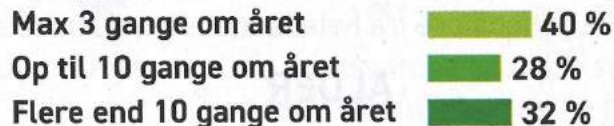
Bruger du slagttæller?



Med mindre vi har talt helt forkert, kan vi konstatere, at hver femte golfspiller har en slagttæller med på banen. Om det så skyldes, at folk har svært ved at tælle, er lidt for sociale - eller måske bare bruger lidt rigeligt mange slag, lader vi stå hen i det uvisse.

Ikke kun 18 huller

Hvor ofte spiller du 9 huller eller færre på din hjemmebane?



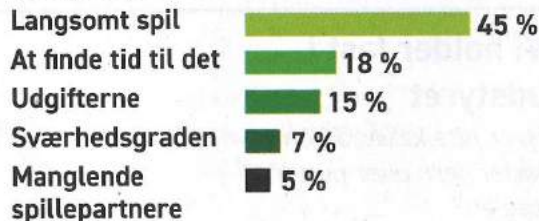
De fleste ved, at golf kan være en tidsrøver, men der er åbenbart rigtig mange, som ikke nødvendigvis skal spille 18 huller hver gang. Hver tredje danske golfspiller spiller således mindst 10 runder om året, som består af 9 huller eller færre.

De største aversioner!!

- # Folk, der ikke lukker igennem!
- # Langsomt spil
- # Klubber i klubben!
- # Regelrytterel
- # Ventetid!

Her er folkets fjende nr. 1

Hvad oplever du som det største problem med golfsporten?



Der er ikke nogen tvivl. Næsten halvdelen mener, at langsomt spil er det største problem i golfsporten - og den udfordring hænger også sammen med det næststørste problem, som ifølge svarene i undersøgelsen er at finde tiden til det. Det kunne være interessant at høre, om holdningen til langsomt spil har ændret sig, når de nye golfregler - som jo blandt andet skal være med til at øge tempoet - har bundfældet sig. Når det kommer til udgifterne, er det primært gruppen af 21-40-årige, der ser det som et problem. Hver tredje golfspiller i denne aldersgruppe betegner udgifterne som de mest problematiske. Kun 13 procent af de 40+ årige er på linje med deres yngre golfkæller.

2017-tal fra
12.396 medlemmer i
110 klubber

Klub Afhængig

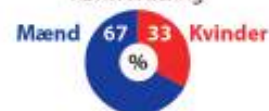
– er orienteret i retning af golfklubben og aktivitetsniveauet er højt i de klubarrangerede aktiviteter. Ofte medlem af klubber i klubben, deltager på generalforsamlingen og det er også i denne gruppe, at vi finder de fleste af klubbens frivillige.



Aldersgennemsnit



Kønsfordeling



Handicap gennemsnit



53%

er Klub Afhængige på landsplan



Benyttelse af træningsfaciliteter pr. måned

5,2

Lektioner pr. år

2,2



Runder pr. måned
Hjemmeklub



Greenfee



Aldersgennemsnit



Kønsfordeling



Handicap gennemsnit



Klub Uafhængig

– har en række nære venner i golfklubben, som er omdrejningspunktet for dennes aktivitet i golfklubben. De klubarrangerede aktiviteter er ikke vigtige for denne persontype, med mindre "stammen" af de nære venner tilfældigvis er deltager i disse aktiviteter.

47%

er Klub Uafhængige på landsplan



Lektioner pr. år

1,6

Benyttelse af trænings-
faciliteter pr. måned

3,9



Runder pr. måned

Hjemmeklub

5,7



Greenfee

1,2

Greenfee





Hårde trends

DEMOGRAFI

Vi bliver flere danskere

Middelalderalderen stiger

Vi har flere sunde livsår

Årgange svinger meget i størrelse

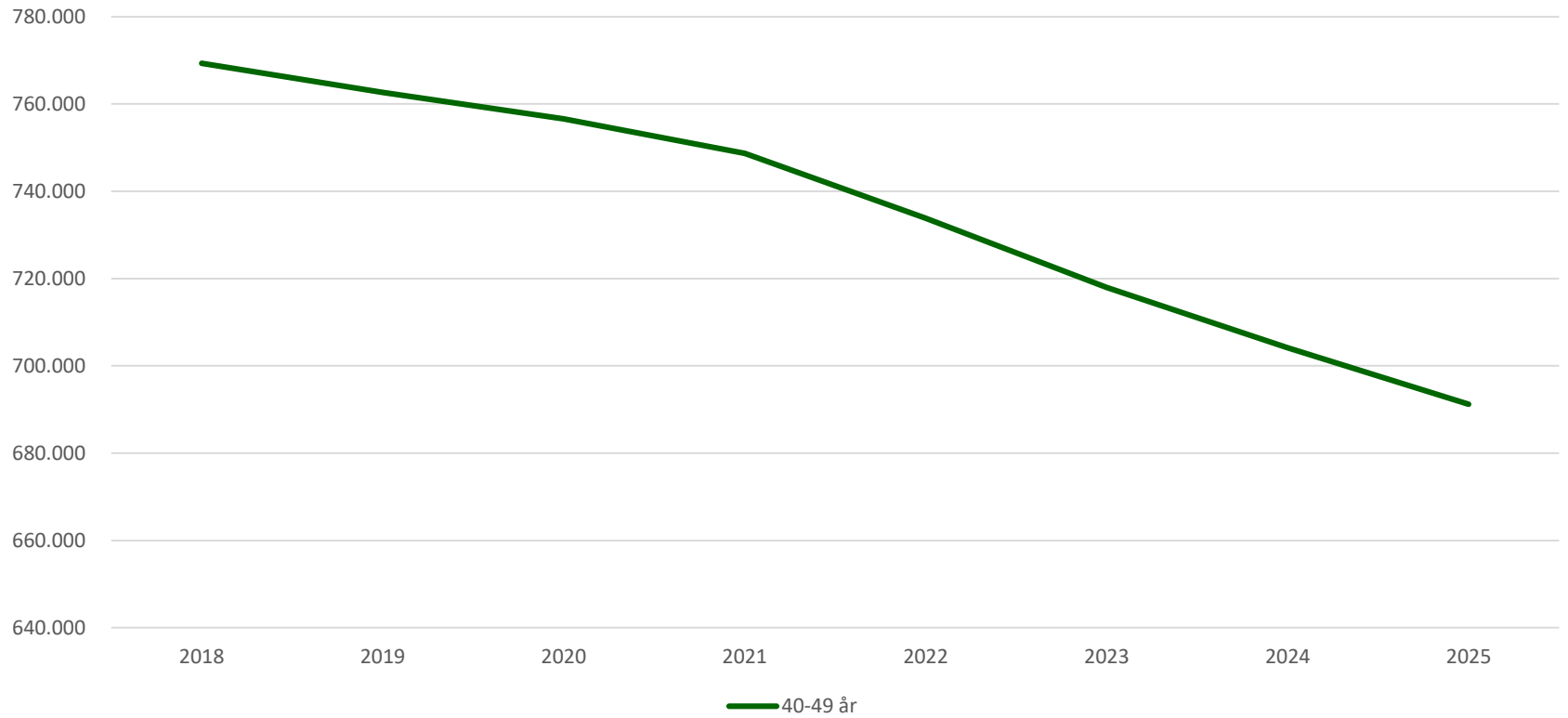
Store generationer er pensionister

Vi har flere sunde livsår

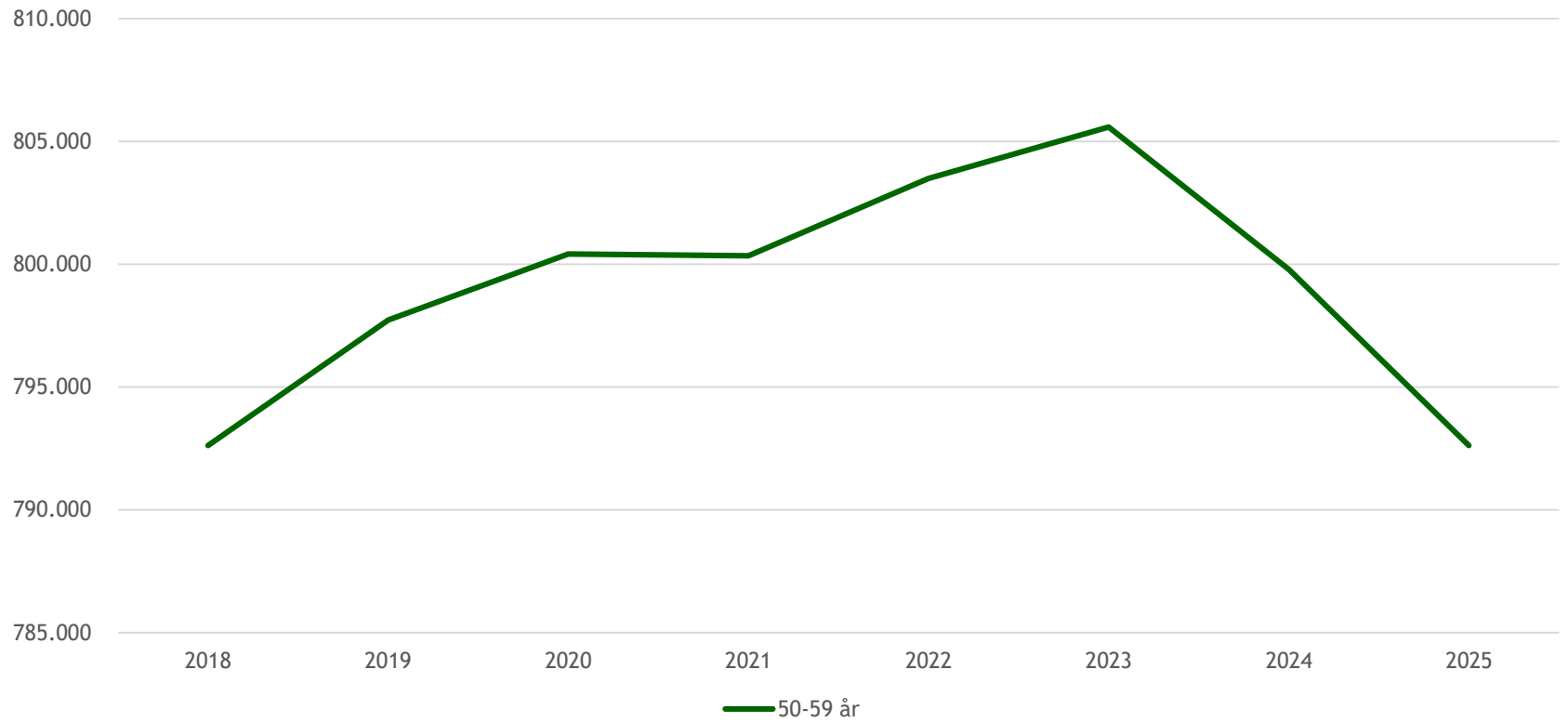


	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	
0-9 år	623.479	622.416	624.183	626.027	633.062	642.253	654.757	667.620	7%
10-19 år	683.071	684.469	683.286	681.478	676.821	671.982	664.107	656.659	-4%
20-29 år	778.349	785.049	788.236	789.162	787.675	781.886	777.456	770.996	-1%
30-39 år	676.665	681.262	689.103	699.810	713.751	730.027	746.792	764.481	13%
40-49 år	769.344	762.636	756.599	748.704	733.820	718.001	704.171	691.203	-10%
50-59 år	792.624	797.728	800.412	800.348	803.496	805.585	799.785	792.615	0%
60-69 år	665.223	663.502	664.907	669.193	675.458	682.954	693.719	707.188	6%
70-79 år	535.741	552.555	565.184	576.055	583.810	587.567	589.777	587.172	10%
80-89 år	212.054	219.523	227.387	236.652	246.383	260.116	275.650	293.696	39%
90-99 år	43.547	44.060	44.385	44.774	45.307	46.168	47.180	48.685	12%
100+	1.093	1.103	1.130	1.207	1.253	1.239	1.286	1.333	22%

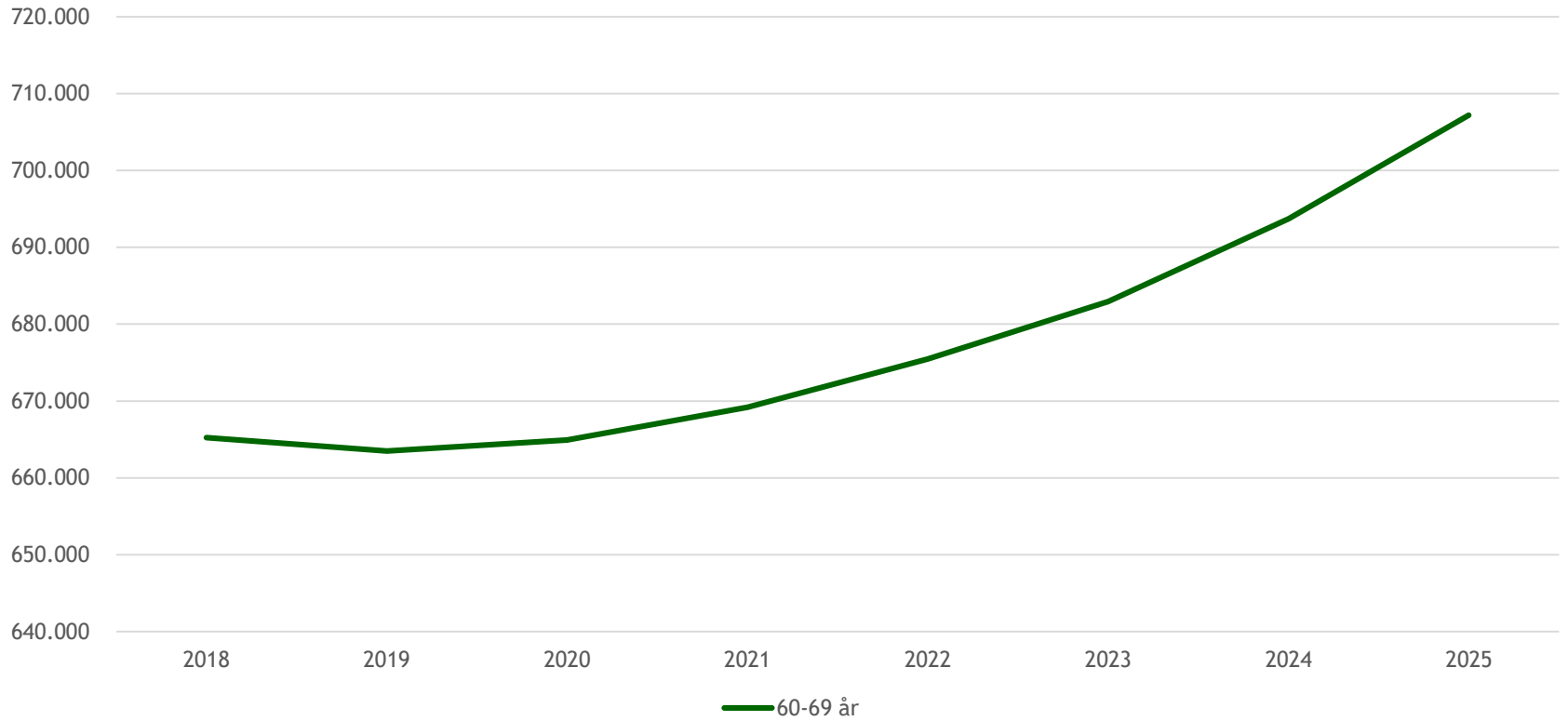
40-49 år



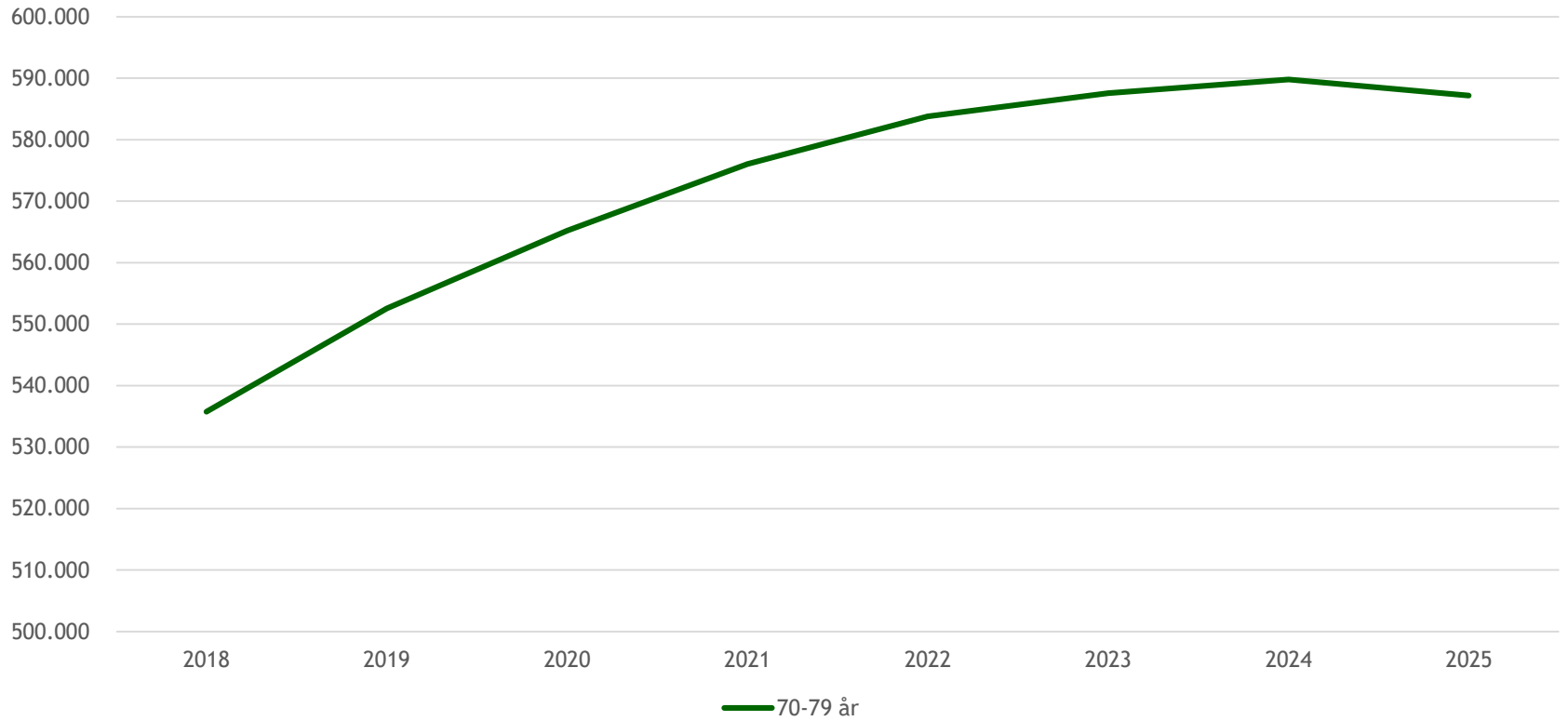
50-59 år



60-69 år



70-79 år



Hårde trends

URBANISERING

Vi rykker tættere sammen

De store byer bliver større

Services og tilbud klumper sig sammen

Byerne bliver yngre

Landet bliver ældre

Centrum af byen er blevet for dyrt



40-49 årige

Her er det største fald

	2020	2030	2040	Forskel
Sønderborg	9.223	7.505	8.333	- 890
Skive	5.753	4.782	5.190	- 563
Struer	2.663	1.958	2.148	- 515
Frederikssund	6.146	4.838	5.647	- 499
Lolland	4.797	3.945	4.338	- 459

Her er den største stigning

	2020	2030	2040	Forskel
København	82.053	82.526	97.266	15.213
Aarhus	37.914	38.677	46.853	8.939
Aalborg	25.225	23.947	29.177	3.952
Odense	24.135	21.442	26.905	2.770
Gladsaxe	9.578	9.401	11.049	1.471

50-59 årige

Her er det største fald

	2020	2030	2040	Forskel
Odense	24.537	22.840	20.207	- 4.330
Esbjerg	16.323	14.027	12.470	- 3.853
Sønderborg	11.226	9.293	7.660	- 3.566
Aalborg	26.124	24.214	22.753	- 3.371
Helsingør	10.099	8.533	7.084	- 3.015

Her er den største stigning

	2020	2030	2040	Forskel
København	65.689	74.225	71.959	6.270

60-69 årige

Her er det største fald

	2020	2030	2040	Forskel
Bornholm	6.628	6.307	5.149	- 1.479
Lolland	6.835	6.580	5.421	- 1.414
Tønder	5.627	5.648	4.363	- 1.264
Thisted	6.281	6.218	5.036	- 1.245
Frederikshavn	8.702	9.207	7.483	- 1.219

Her er den største stigning

	2020	2030	2040	Forskel
København	45.022	58.849	64.667	19.645
Vejle	12.701	15.528	15.014	2.313
Frederiksberg	9.081	11.109	11.359	2.278
Horsens	9.817	11.577	11.891	2.074
Roskilde	9.559	12.128	11.413	1.854

70-79 årige

Her er det største fald

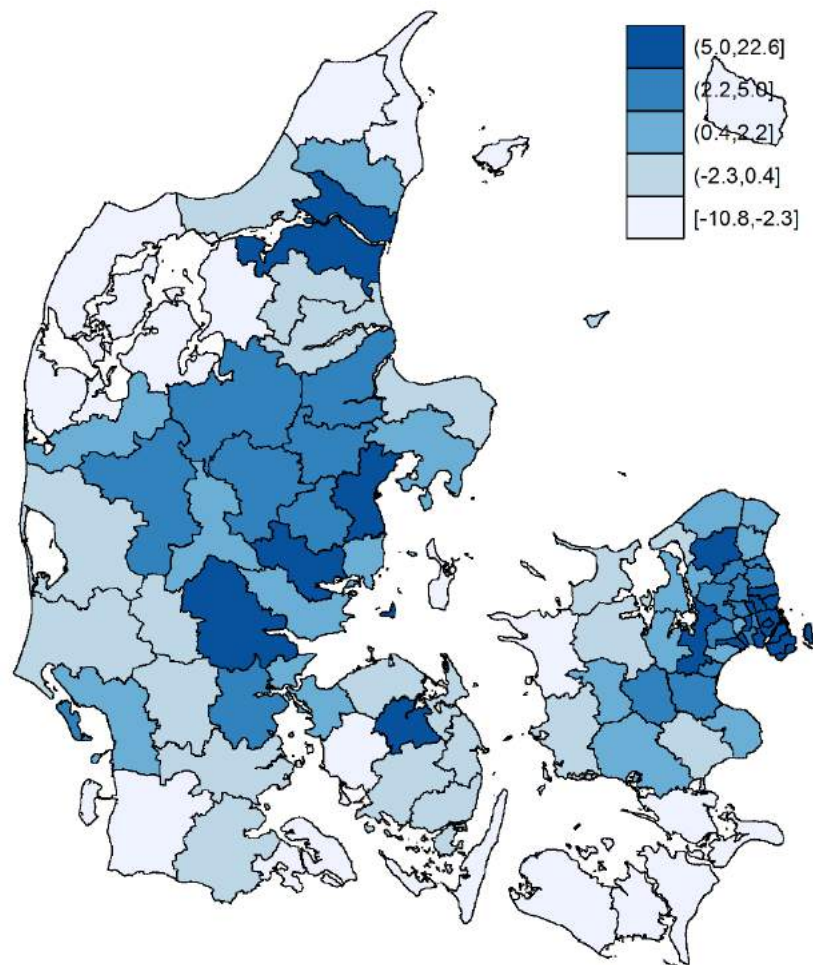
	2020	2030	2040	Forskel
Albertslund	2.706	2.047	2.488	- 218
Vallensbæk	1.713	1.309	1.551	- 162
Lolland	6.021	5.888	5.995	- 26
Dragør	1.728	1.505	1.725	- 3
Læsø	360	354	367	7

Her er den største stigning

	2020	2030	2040	Forskel
København	82.053	82.526	97.266	15.213
Aarhus	37.914	38.677	46.853	8.939
Aalborg	25.225	23.947	29.177	3.952
Odense	24.135	21.442	26.905	2.770
Gladsaxe	9.578	9.401	11.049	1.471

I skal kende jeres område

LOKAL DEMOGRAFI



Kilde: Danmarks Statistik, Statistikbanken, folketal 1. kvartal

I har ret

JERES EGNE KONKLUSIONER

Jeres egne konklusioner

- Godt styr på driften af golfklubberne
- Høj tilfredshed blandt medlemmer og gæster
- Udfordringen:

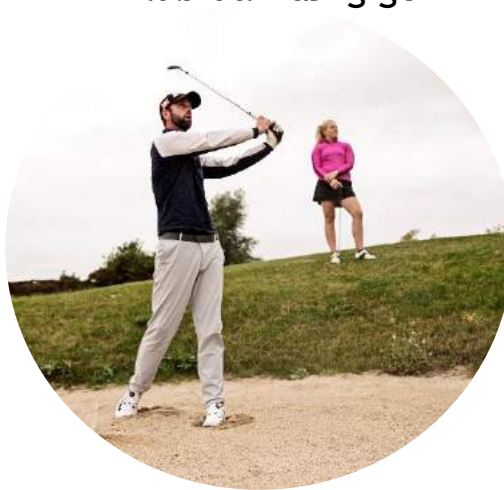
Juniorer



Klub afhængige



Klub uafhængige



Nye golfspillere



Jeres egne konklusioner

- Godt styr på drift af golfklubberne
- Høj tilfredshed blandt medlemmer og gæster
- **90% af vores tid bruges på de eksisterende medlemmer og heraf meget på de klubafhængige medlemmer, som kun udgør ca. 50%**
- Vi skal have rettet sigtet mere udad og have fokus på den del af befolkningen, der endnu ikke er medlem
- Det stiller ofte krav om en tydelig strategi og evt. nye kompetencer blandt frivillige og ansatte
- Vi skal rekruttere & markedsføre
- Og vi skal huske juniorerne



Hvad gør I så?

TO VALGMULIGHEDER

Feres tilgang

1: PASSIV

2: AKTIV

Feres tilgang

1: PASSIV

Intern opfattelse

ALT ER GODT

Intern opfattelse

INGEN BROK

Intern opfattelse

SER EGET SPEJLBILLEDE

Klubbens aktiviteter er designet ud fra

NUVÆRENDE BEHOV

Typisk reaktion

MERE AF SAMME

Passiv tilgang

SENIORBØLGEN FORTSÆTTER

Passiv tilgang

FASTHOLDELSE TILPASNING

Aktiv tilgang

TÆNKE NYE VEJE

Passiv tilgang

REKRUTTERING UDVIKLING

Feres tilgang

2: AKTIV

Der er store

UDFORDRINGER

Der er stort

POTENTIALE

Klubbens aktiviteter skal også favne

FREMTIDIGE BEHOV

Vigtigt spørgsmål:

ØNSKER I VÆKST?

Viktigt spørsmål:

ER I JER SELV NOK?

Vigtigt spørgsmål:

TØR I LUKKE ANDRE IND?

Feres holdning til

FLEKS'ERNE?

Kraz

MARKETING

Kraz

SALG

Kraz

REKRUTTERING



PERSPEKTIV
& fokus på bolden



Lad os lige

SÆTTE SCENEN

I har styr på

SENIORERNE

Det komplekse

(GOLF)MENNESKE

Der er kuks i

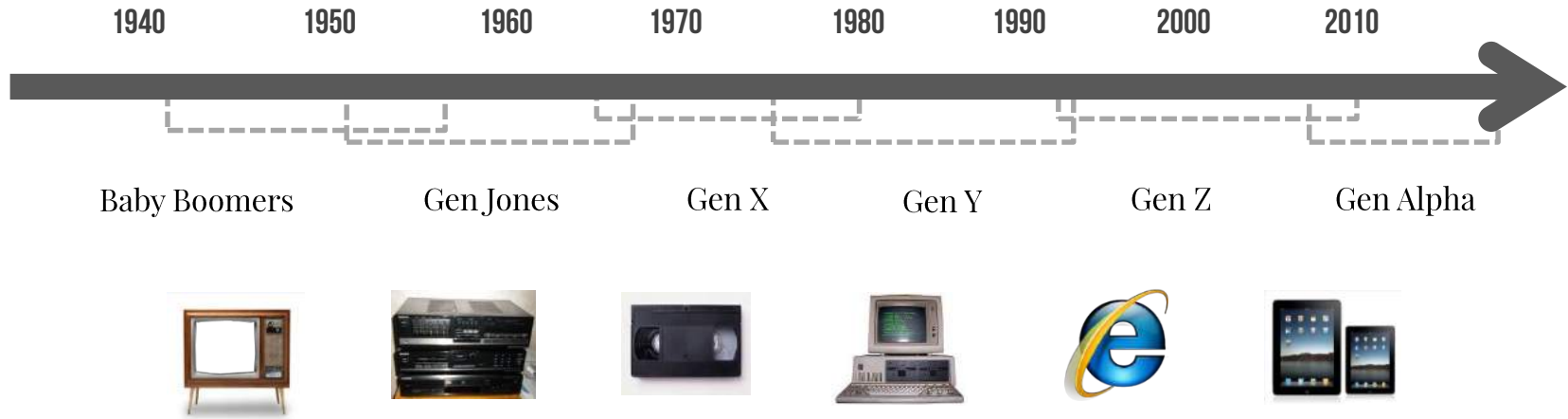
SEGMENTERINGEN



BEFOLKNINGS SAMMENSÆTNINGEN



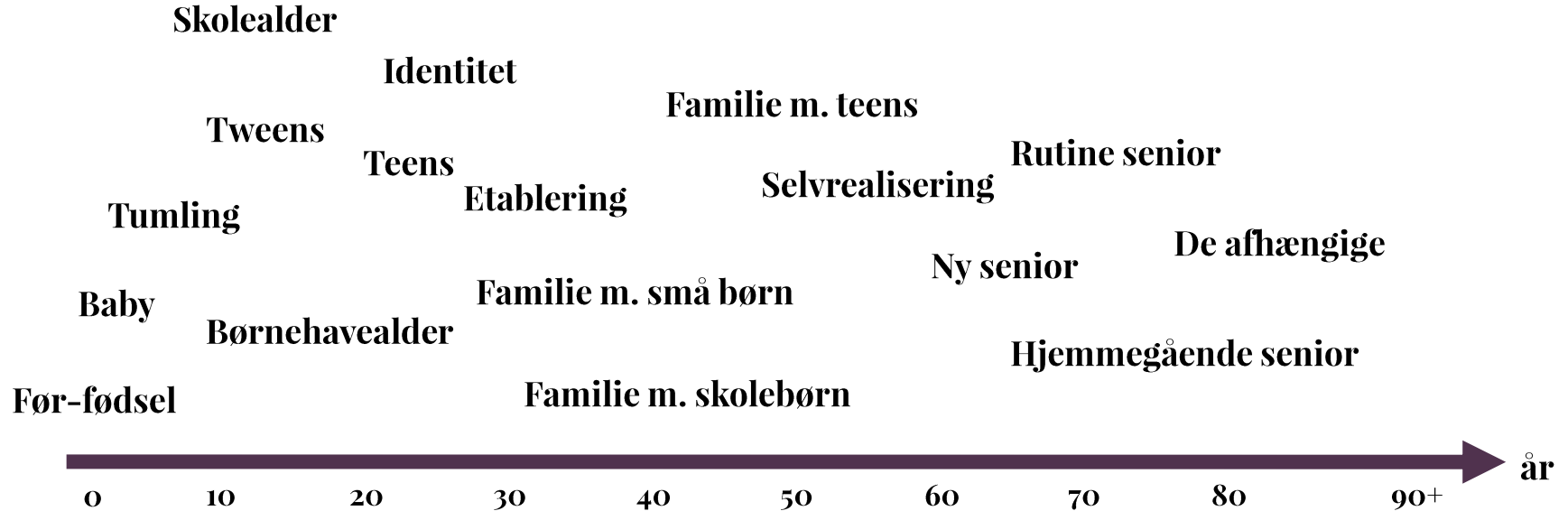
GENERATIONER



ALDER
ikke relevant



DE 17 LIVSFASER

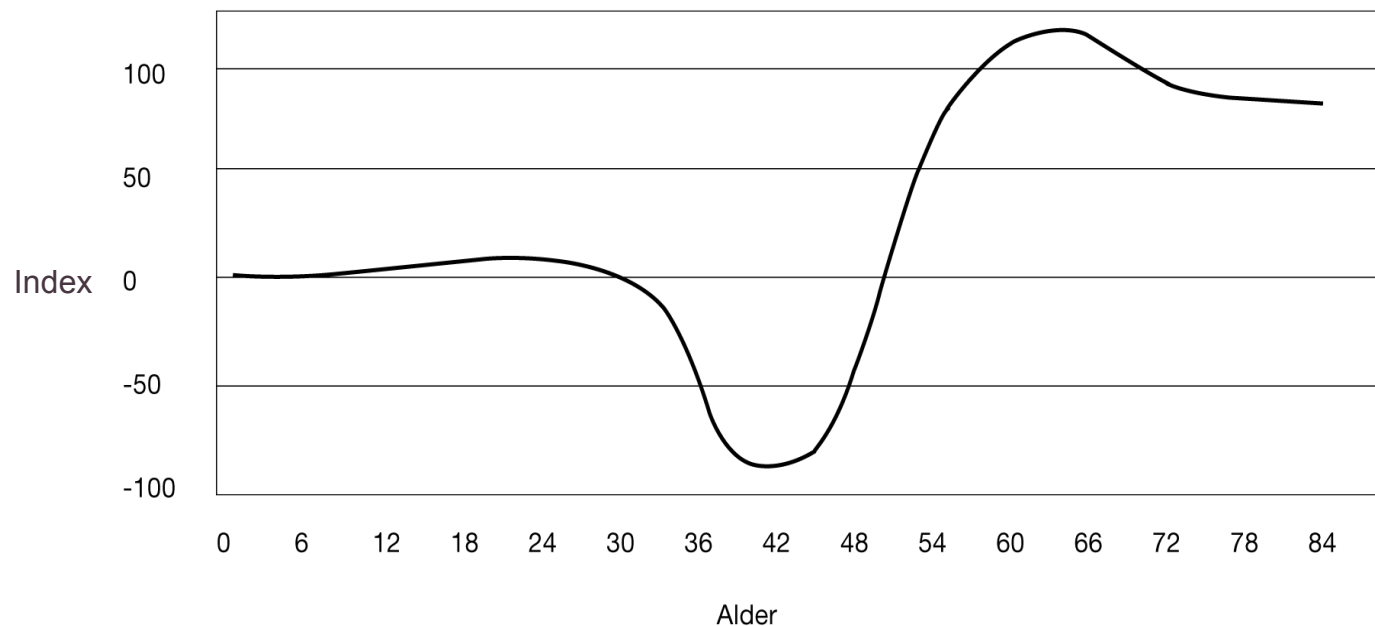




DANIELLE GUENTHER
photography



LIVSFASER OG ØKONOMI



37

familietyper

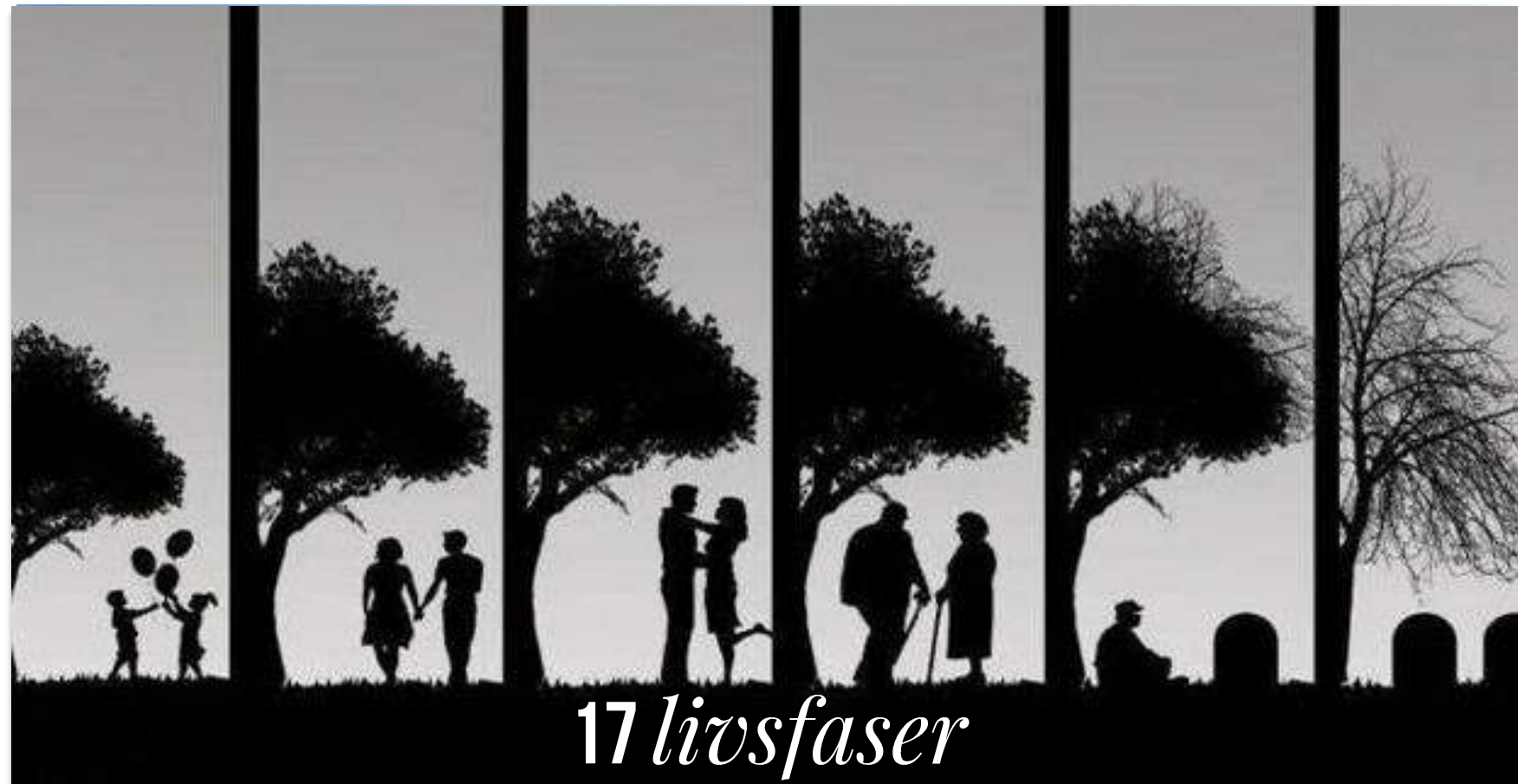


KERNEFAMILIENS 37 AFLØSERE

1. Par med fælles børn (448.612)
2. Enlig mor med børn (110.831)
3. Enlig far med samværsbørn (88.562)
4. Par med fælles børn og mors særbørn (20.355)
5. Par med mors særbørn (20.265)
6. Par med fars samværsbørn (20.153)
7. Par med fælles børn samt fars samværsbørn (16.002)
8. Par med mors særbørn samt fars samværsbørn (12.189)
9. Enlig far med børn (11.883)
10. Enlig far med børn og samværsbørn (7.212)
11. Enlig mor med børn og samværsbørn (7.061)
12. Enlig mor med samværsbørn (6.465)
13. Par med fælles børn, mors særbørn og fars samværsbørn (4.099)
14. Par med mors samværsbørn (2.411)
15. Par med fars særbørn (2.299)
16. Par med fælles børn og fars særbørn (1.895)
17. Par med mors og fars særbørn (1.714)
18. Par med mors og fars samværsbørn (1.668)
19. Par med mors særbørn samt mors samværsbørn (1.538)

20. Par med mors særbørn samt mors og fars samværsbørn (1.409)
21. Par med fælles børn samt mors samværsbørn (1.268)
22. Par med mors og fars særbørn samt fars samværsbørn (1.192)
23. Par med fars særbørn samt fars samværsbørn (1.078)
24. Par med fælles børn, mors særbørn samt mors samværsbørn (861)
25. Par med fælles børn, fars særbørn samt fars samværsbørn (678)
26. Par med fælles børn samt mors og fars særbørn (478)
27. Par med fælles børn samt mors og fars samværsbørn (300)
28. Par med fælles børn, mors særbørn og fars samværsbørn (239)
29. Par med fælles børn, mors særbørn samt mors og fars samværsbørn (238)
30. Par med mors og fars særbørn samt mors og fars samværsbørn (196)
31. Par med mors og fars særbørn samt mors samværsbørn (178)
32. Par med fars særbørn samt mors og fars samværsbørn (140)
33. Par med fars særbørn samt mors samværsbørn (137)
34. Par med fælles børn, mors særbørn samt mors samværsbørn (29)
35. Par med fælles børn, fars særbørn samt mors samværsbørn (25)
36. Par med fælles børn, fars særbørn samt mors og fars samværsbørn (24)
37. Par med fælles børn, mors og fars særbørn samt mors og fars samværsbørn (15)





17 livsfaser



KVINDER
*styrer 80%
af alt forbrug*





Kvinders magtdimensioner

- 1: Formelle magt
- 2: Praktiske/direkte magt
- 3: Indirekte magt



Mænds magtdimensioner

1: Det praktiske

2: Det hurtige

3: Nicherne/frizonerne



Mænds frizoner:

- 1: Teknologiske gadgets
- 2: Løbesko / teknisk sportsudstyr
- 3: Værktøj
- 4: Maskiner til haven
- 5: Grill og grilludstyr
- 6: Lidt (dyr) vin
- 7: Lækkert køkkenudstyr



Den travle familiekalender

- 1: Styres af en kvinde
- 2: Hver time er nøje planlagt
- 3: Aktiviteter er prioriteret
- 4: Aktiviteter er aktivt fravalgt

Konkurrencen om familiens tid er hård

Vejen til familien + junioren er via MOR

A woman with light brown hair and blue eyes, wearing a grey zip-up hoodie, is looking down with a confused expression at a blender. The blender is clear plastic with a black lid and contains a pink liquid. The background is a bright, out-of-focus indoor space.

Der er så meget kvinder ikke forstår



PERSPEKTIV
& fokus på bolden

Vi lider af

BESLUTNINGSTRÆTHED

Daglige beslutninger

2000+

Film

FOR MANGE VALG



Drink Menu

ESPRESSO-AMERICANO
MACCHIATO
FLAT WHITE
LATTE-CAPPUCCINO
CHAI LATTE - HICCA
HOT CHOCOLATE
ORGANIC OAT-SOY-ALMOND
DECAF

2.50
2.50
2.50
2.50
2.50
2.50
2.50

Tea

BREAKFAST-MINT 1.50
PEPP-GREEN 2.50
MATCHA 4.50
ORGANIC CANS 2.50



ANTI CHOICE

NO CHOICE

SIMPLE CHOISE

PLUG & PLAY

FÆRDIG LØSNINGER

Vi lider af

STUFFOCATION

Vi lider af

TINGSFORSTOPPELSE

**53 PROCENT VIL HELLERE HAVE EN NY
OPLEVELSE END AT KØBE EN NY TING**

Kilde: Mindshare

Vi lider under

TIDSMANGEL

**69 PROCENT FØLER TIT, AT DE IKKE
HAR TID NOK TIL AT LAVE ALLE DE
TING, DE SKAL NÅ.**

KILDE: INDEKS DANMARK / GALLUP

27 = 24 ?

**ENDELØS FRIHED
UENDELIGE VALG
= SELVKONTROL**

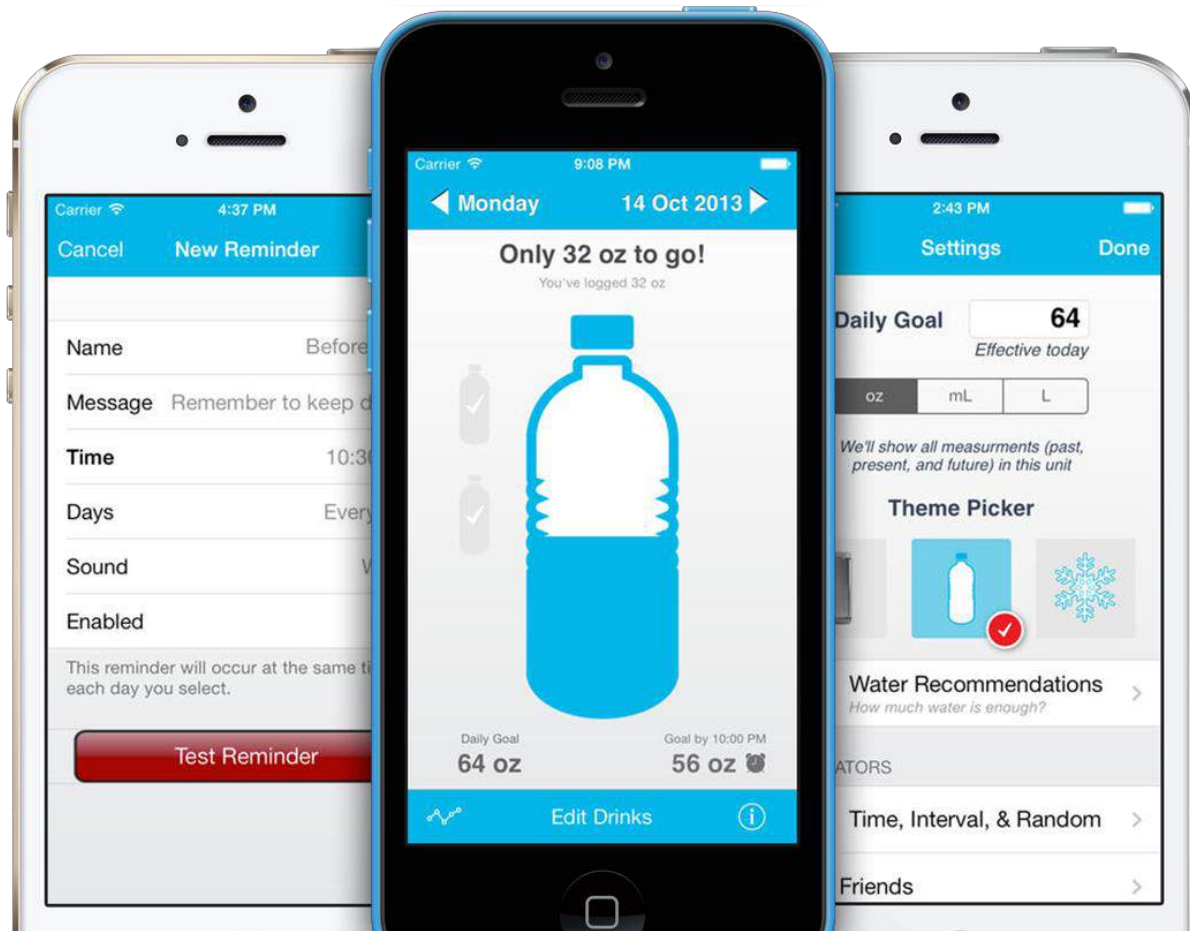
**HJULPET GODT PÅ VEJ AF
PERFORMANCE KULTUR**



Instant Heart Rate

*Did you know your phone
can do that?*





10+10+7 = ET DØGN?

10 TIMER TIL ARBEJDE

10 TIMER TIL FRITID

7 TIMER TIL AT SOVE

VI MANGLER KONSTANT TID!

SVAR: EFFEKTIVITET OG OPTIMERING



10+10+7 = ET DØGN?

VI MANGLER KONSTANT TID

KONSEKVENNS: STRESS OG HURTIGE LØSNINGER

MEST BASALE BEHOV BLIVER IKKE MØDT (SØVN OG MAD)



**52 PROCENT MENER AT TID ER
VIGTIGERE END PENGE**

KILDE: INDEKS DANMARK / GALLUP

Film

STÅ I KØ



MONEY RICH, TIME POOR

Money-rich, time-poor is an expression which arose in Britain at the end of the 20th century to describe **groups of people who, whilst having a high disposable income through well-paid employment, have relatively little leisure time as a result.**

Many people accept time poverty as a necessary condition of employment; others have sought to solve the problem through adoption of flexible working arrangements and convenience solutions.

"Time poverty" is not restricted to the wealthy,
but can occur at all levels of society.







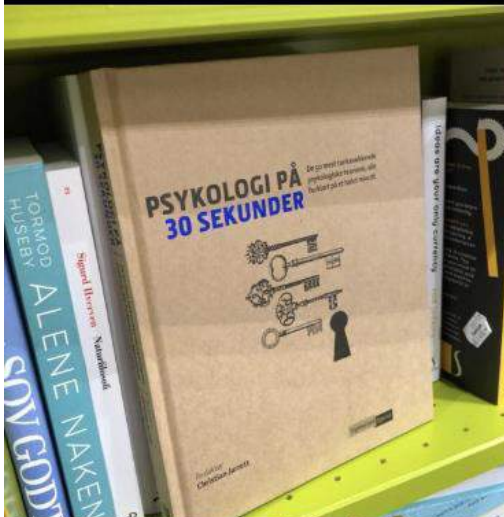
PERSPEKTIV
& fokus på bolden

Vi er blevet mere

UTÅLMODIGE

INSTANT SKILLS

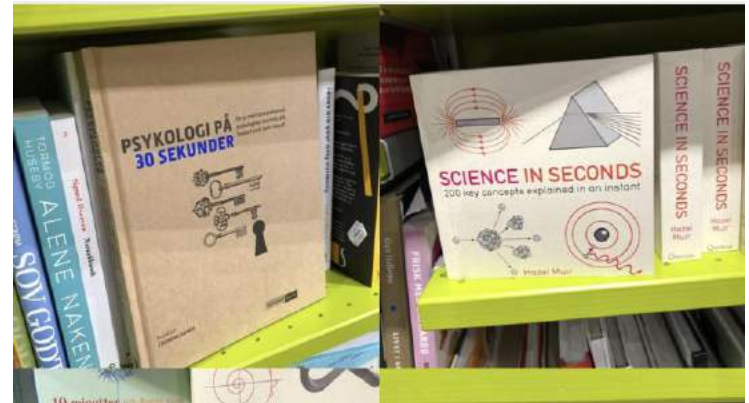




Alexander Haneng

Senior Vice President Digital Innovation at Post...
45m

Virker som bokbransjen har begynt å lage bøker for folk som ikke har tid til å lese bøker. Merk at filosofi og politikk er litt tyngre fag som krever flere minutter, mens lette fag som psykologi og økonomi kan læres på sekunder. 📖😂



FAST-LANING



MOBILE
CHECK IN

ON DEMAND



EASY ACCESS





NYSGERRIGE

KRÆVENDE

UTÅLMODIGE



PERSPEKTIV
& fokus på bolden



Et dybere spadestik

LIVSFASER OG FORBRUG

Hvor gammel er du?

HVAD BETYDER ALDER?

- Alder er meget individuelt
- Stor forskel på faktiske og oplevede alder
 - Kronologisk alder: hvad siger dåbsattesten?
 - Fysisk alder: hvor godt har kroppen det?
 - Psykologisk alder: hvor gammel føler du dig?
 - Social alder: hvor gammel er din omgangskreds?



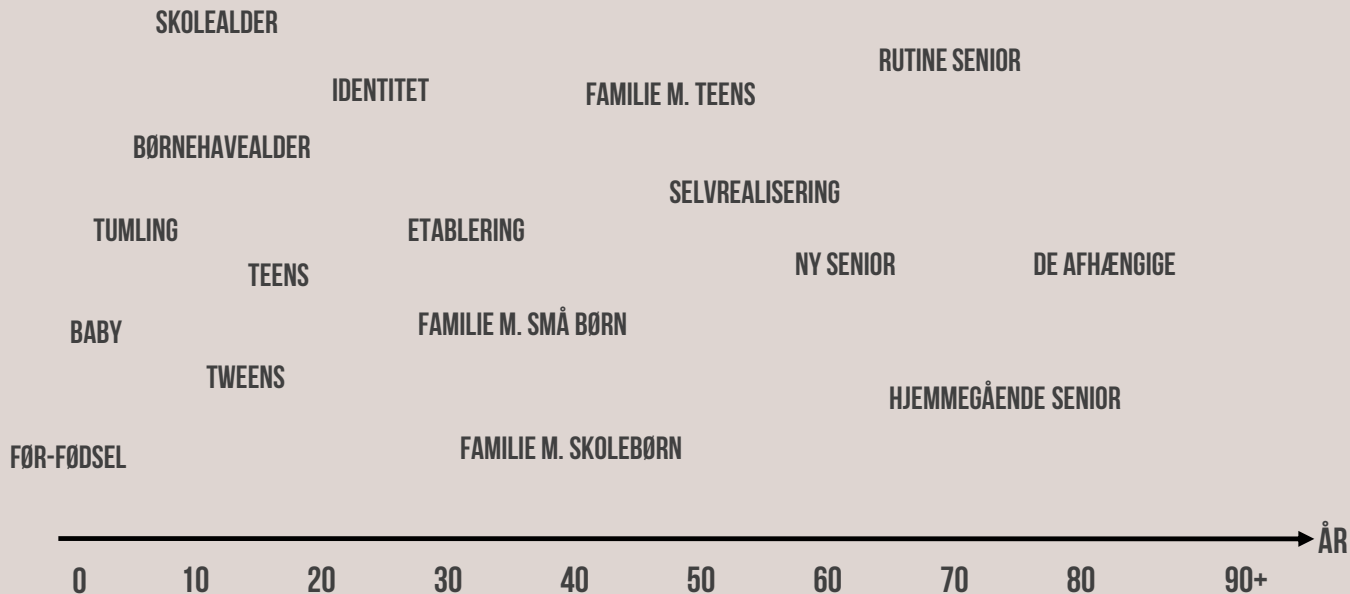
FROM LOVE TO BINGO

The film shows 873 images in 15 images per second, sufficient speed to transform the series into a video that, without any text, tells a beautiful story.

Source: Getty Images

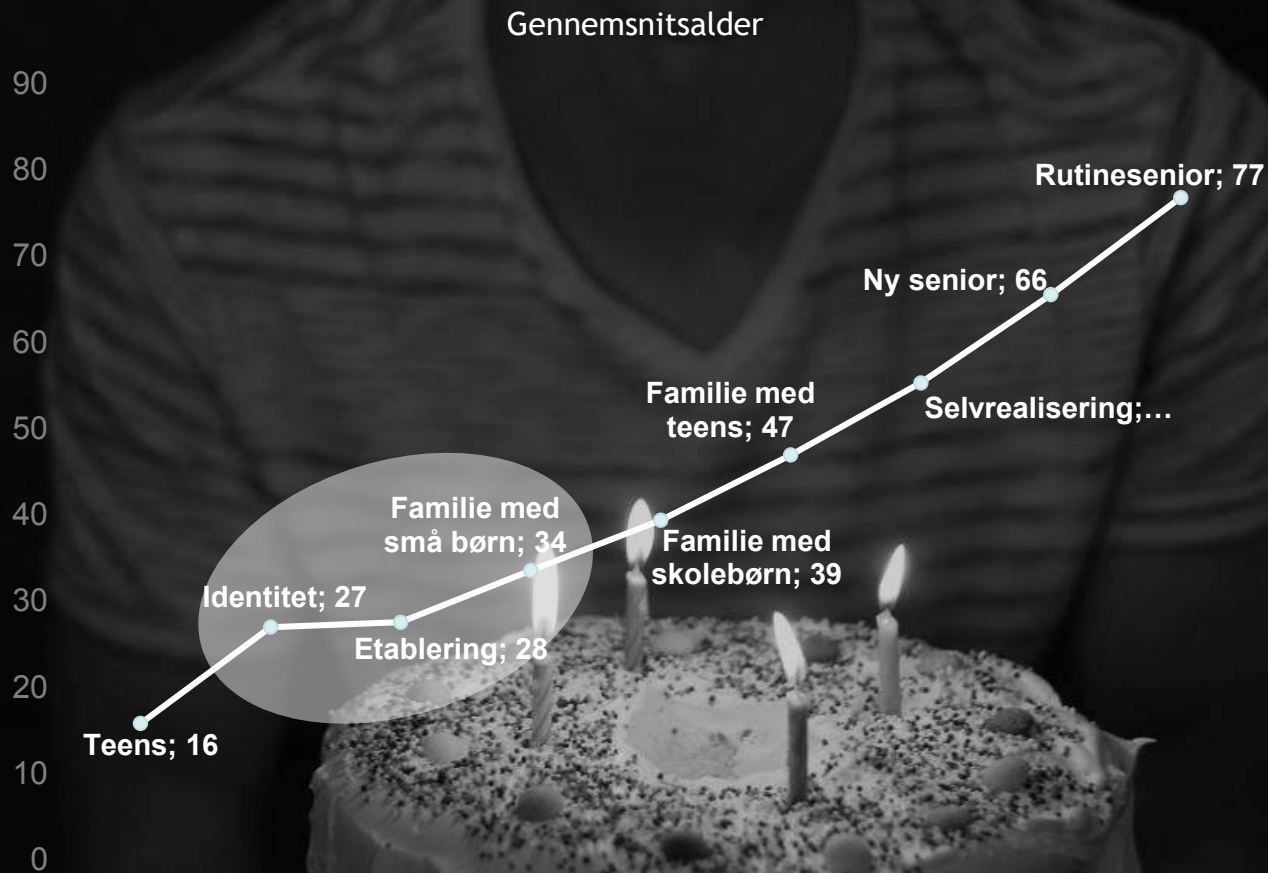


DE 17 LIVSFASER



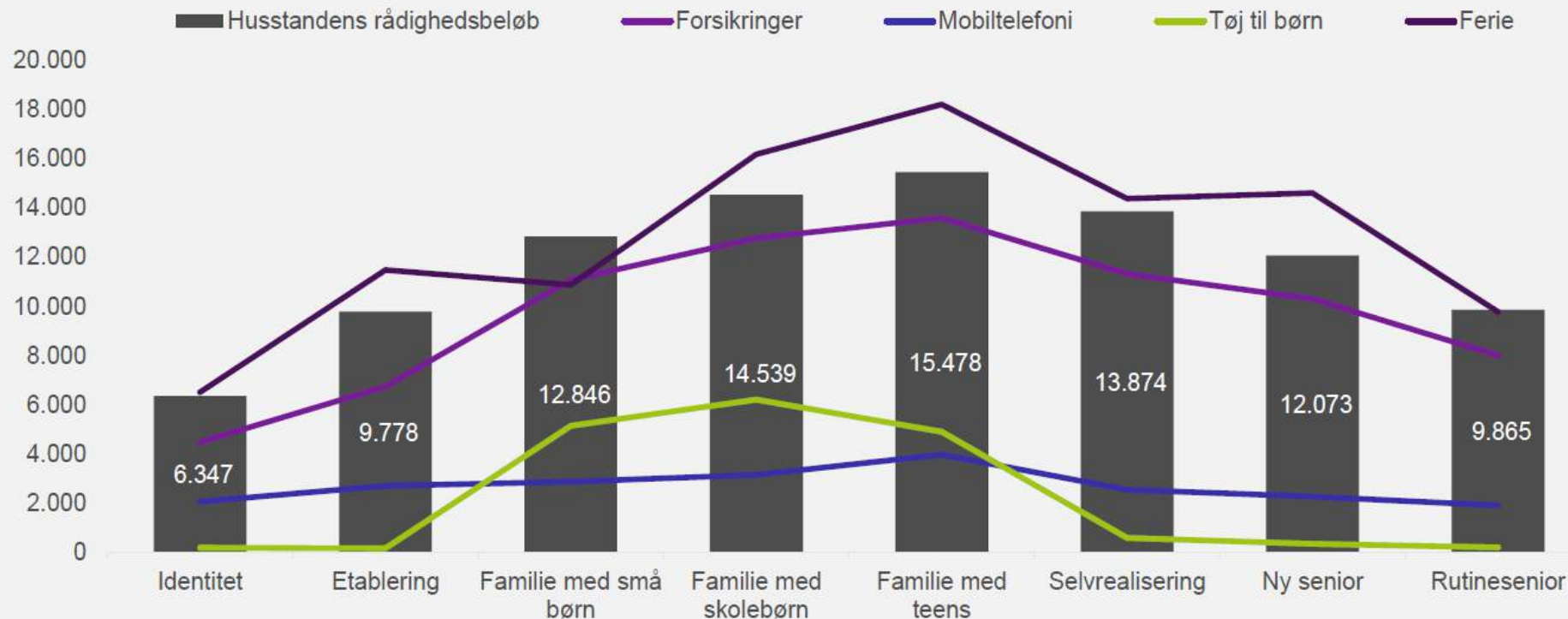
Ét aldersint erval, flere livsfaser

...



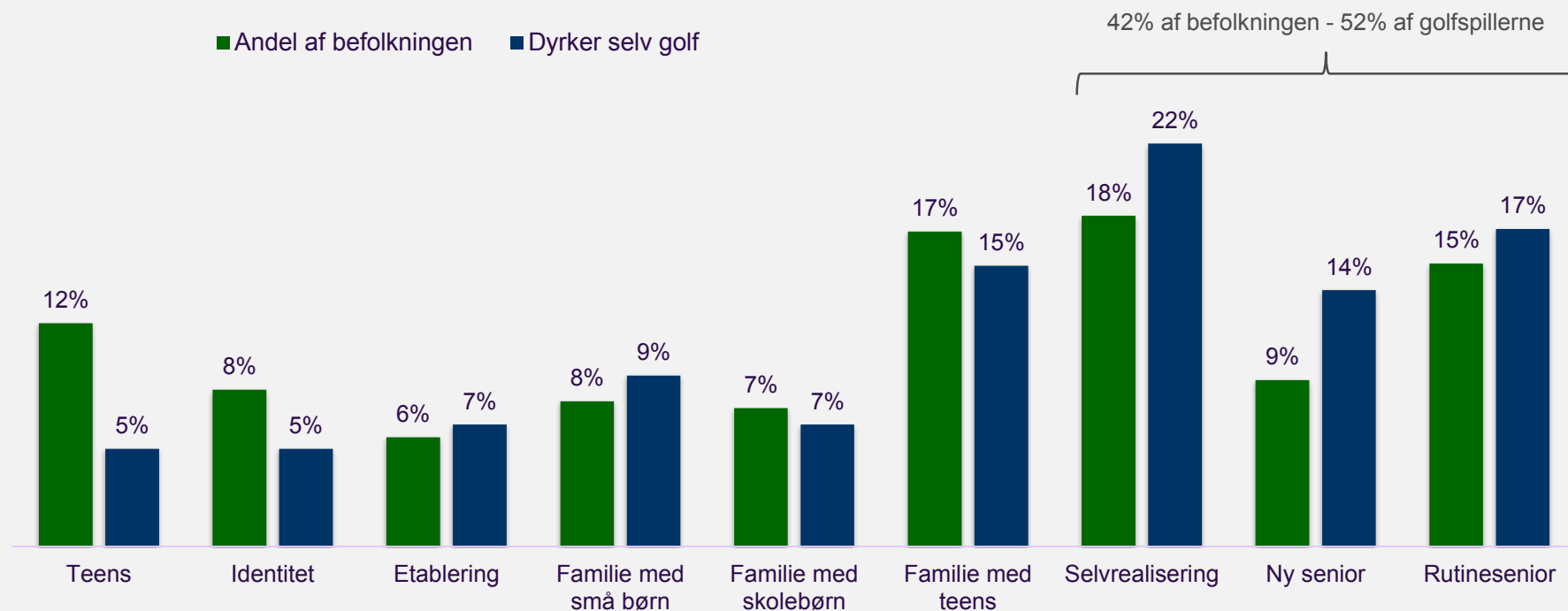
Livsfasen har stor betydning for forbruget...

Rådighedsbeløb pr. måned og udgifter i udvalgte kategorier pr. år



Selvrealisering, Ny senior og Rutinesenior udgør 52% af golfspillerne

162.000 angiver, at de selv dyrker golf



KONKRET PRODUKTFORBRUG

PÅLÆGSFORBRUG PR. MÅNED

Livsfase	Beløb per mdr.
Teens	Kr. 239,29
Identitet	Kr. 195,85
Etablering	Kr. 195,37
Familie med små børn	Kr. 282,02
Familie med skolebørn	Kr. 313,98
Familie med teens	Kr. 292,22
Selvrealisering	Kr. 245,36
Nye seniorer	Kr. 201,10
Rutinesenior	Kr. 158,79

ISFORBRUG PR. MÅNED

Livsfase	Beløb per mdr.
Teens	Kr. 66,95
Identitet	Kr. 58,11
Etablering	Kr. 69,48
Familie med små børn	Kr. 73,90
Familie med skolebørn	Kr. 76,62
Familie med teens	Kr. 69,05
Selvrealisering	Kr. 58,93
Nye seniorer	Kr. 54,72
Rutinesenior	Kr. 54,20

10. FAMILIE MED SMÅ BØRN



- GRAVIDITET
- NY IDENTITET

- GRAVIDITETSTØJ
- BØRNEPASNING
- PRESSET BUDGET
- PARCELHUSET HITTER
- ØKOLOGISKE FØDEVARER
- STATIONCAR
- FAMILIEFERIE

Nemt og bekvemt!

11. FAMILIE MED SKOLEBØRN

- TIDLIGT OPRØR
- NY FORÆLDREROLLE



- MERE FRIHED
- MIDTLIVSKRISE
- TID TIL SELVFORKÆLELSE - FOR KVINDEN
- DEN 2. BOLIG - EJES ELLER LEJES
- FRITIDSAKTIVITETER
- FAMILIEFERIE

Panik og aflad!

12. FAMILIE MED TEENS

- OPRØR OG LØSRIVELSE
- NY FORÆLDREROLLE



- KARRIERE I FOKUS IGEN
- OVERGANGSALDER
- MERE LUFT I BUDGETTET
- BOLIG:
 - STOR UDGIFT
 - MODERNISERING
 - MANGE KVADRATMETER
- DEN DYRE TEENAGER

Frihed og kamp!

13. SELVREALISERING

- TID TIL OS SELV!
- KARRIERE II



- LIVSKRISE?
- STORT ØKONOMISK OVERSKUD
- BOLIGEN MODERNISERES
- DET 3. HJEM
- KARRIERE OG/ELLER HOBBIES
- MISFORSTÅEDE REKLAMER

Udvikling eller afvikling!

14. NY SENIOR

- DET GRÅ GULD??
- PENSIONERING



- NY IDENTITET
- AKTIV ELLER INAKTIV
- SUNDHED OG ØKOLOGI
- MEDICIN
- UDDANNELSE
- FRITIDSINTERESSER OG UNDERHOLDNING
- FAMILIEN I FOKUS IGEN
- DE NYE GLOBETROTTERE

Det gode liv!

15. RUTINESENIOR

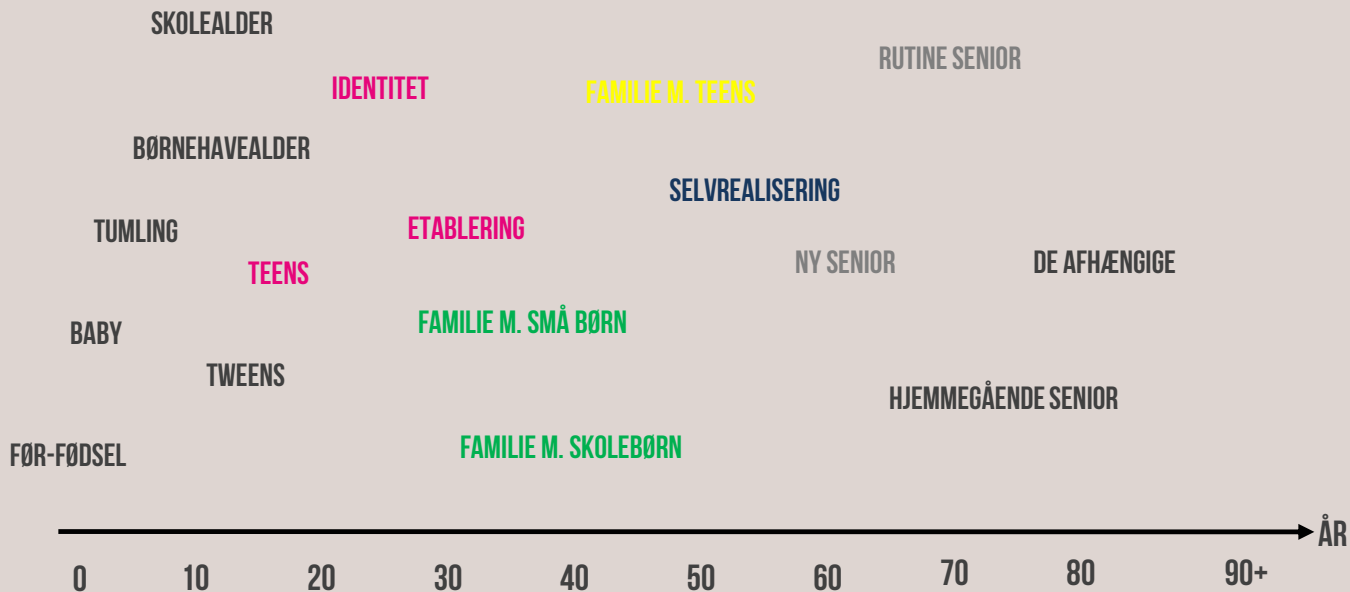


- FYSISK FORFALD
- FYSISK OG MENTAL TRÆNING

- DØDSPROBLEMATIK
- INDKOMSTEN OG FORBRUGET ER FALDET
- MERE AF DET SAMME
- BOLIGEN SKIFTES UD / TILPASSES
- MEDICIN
- MOTION OG HELBRED

Tryghed!

LIVSFASEGRUPPERINGER



GRUPPERINGER OG BEHOV

TEENS
IDENTITET
ETABLERING



IDENTITET (ANERKENDELSE OG TILHØRSFORHOLD)

FAMILIE M. SMÅ BØRN
FAMILIE M. SKOLEBØRN



LØSNINGER (SIMPELT OG TIDSBESPARENDE)

FAMILIE M. TEENS



MULIGHEDER (CONVENIENCE OG FRIHED)

SELVREALISERING



BEVIDSTE VALG & PERSONLIG UDVIKLING

NY SENIOR
RUTINESENIOR



DET GODE LIV (SUNDHED OG NYDELSE)



PERSPEKTIV
& fokus på bolden



Golf skal gøres

NEMMERE

Golf skal gøres

SJOVERE

Golf skal gøres

LETTERE

Golf skal gøres

HURTIGERE

Golf skal gøres

BILLIGERE

Golf skal gøres

FLEKSIBELT

Golf skal have

LAVERE BARRIERE

Golf skal gøres

FAMILIEVENLIGT

Konkrete idéer

KORTE INTROKURSER

CRASH COURSE

SUMMER CAMP

BEDSTE / BARNEBARN

BØRNEPASNING

SAMARBEJDER

GOLF + HIT

GOLF + RUN

GOLF + CROSS

GOLF + TECH (SIMULATION, TRÆNING, APPS)

LEJ / LEASE / LÅN Udstyr

JUNIORTIDSPUNKTER TILPASSES

ANDRE AKTIVITETER I KLUBHUS

ANDRE AKTIVITETER PÅ BANEN

FÆLLESSPISNING (FAST CASUAL)

FAMILIEVENLIGE KLUBHUSE

STØRRE/BEDRE MAD OG DRIKKE

FITNESS / WELLNESS

AKTIVERING VED HUL 1

CASUAL FRIDAY

18 vs. 9

18 HULLER

DYRT

TIDSKRÆVENDE

SKRÆMMENDE

PLADSKRÆVENDE

VEDLIGEHOOLD

9 HULLER

BILLIGERE

HURTIGERE

OVERSKUELIGT

OPTIMERING

MINIMERING

“Most clubs need to modernise because you have young people wanting to give it a go, and they see the reality of it and it is a slap in the face. All clubs need to become fun and inclusive places to be. Places that you can just rock down to after work – and you don’t have to buy a whole new wardrobe or feel you are going to be told off for disobeying 10 million rules and regulations.”

Kollektiv afklapsning

”DET HAR VI PRØVET”