



Ano 2
Número 9
R\$ 9,90

NEW GOLF

Majors

Principais torneios do mundo têm novos campeões

Jack Nicklaus

Há 70 anos, o golfe ganhava seu gênio

Entrevista

Mariajo Uribe: a revelação do golfe colombiano

Campeões brasileiros

Os triunfos de Rafael Becker e Mariana de Biase



Por dentro dos clubhouses



Foto: T. Marc Sawyer

Clubhouse do Governors Towne Club, de Kenneth G. Horton, obra da Kuo Diedrich

Proporcionalmente ao crescimento do interesse pelo golfe, os clubhouses foram ganhando cada vez mais importância ao longo da história. Funcionando como verdadeiros centros nervosos de toda a experiência do esporte, essas edificações reservam muito mais detalhes além do que os olhos conseguem enxergar

Por Mark Diedrich *

No contexto da história da arquitetura, o clubhouse é relativamente um tipo novo de edificação. Sua história teve início na Escócia, o próprio berço do golfe, no The Royal and Ancient Club de St. Andrews. Fundado em 1754, o R&A é reconhecido pela maioria como o mais antigo clube de golfe ativo e o clubhouse que lá hoje existe foi construído em 1854. Nas décadas que se seguiram, o interesse pelo esporte chegou aos Estados Unidos. Em 1893, o clube Shinnecock Hills, em Nova Iorque, foi a primeira edificação



Els Club Golf Clubhouse, em Dubai (Emirados Árabes), outro projeto da Diedrich Architects

projetada especificamente para ser usada como um clubhouse. No início, eles serviam às principais funções de check-in, troca de sapatos, convívio social após o jogo e negócios de golfe, o que hoje ainda se mantêm como a base do projeto.

Simplificando, existem três tipos de clubhouses. Eles são definidos como os daily fee ou day-use, em que se paga uma taxa por jogo, resort e clubes privados. Os daily fee podem ser de propriedade privada ou municipal, mas são acessíveis ao público. Os de tipo resort são similares aos daily fee, mas seus usuários

são predominantemente turistas temporários. Já os privados são somente destinados aos seus sócios, frequentados pelas mesmas pessoas. Existem também combinações desses três tipos, como os semi-privados ou clubes de sócios nacionais. Somamos a isso o fato de que cada tipo tem suas próprias exigências específicas e cada um é único em seu planejamento. Experiências anteriores de operadores de clube no mundo todo provaram que, se não houver um planejamento adequado, muito do sucesso financeiro de um clube poderia ser afetado.

A composição

Para perceber a real função de um clubhouse para o golfe, é necessário entender seus componentes típicos. São eles: lobby, loja de produtos, vestiários, área de alimentação, depósitos de equipamentos e carrinhos de golfe e áreas de apoio do restante das operações.

Lobby - É a porta de entrada de toda a experiência do golfe. As boas-vindas aos visitantes são dadas entre a “porte coche-re” (cobertura de chegada de car-



Vestiário do Sabonack Golf Club

ros) e o lobby. Em vários resorts internacionais, esse é o local de check-in para um jogo. O balcão de recepção é um item importante e o lobby deve dar acesso fácil tanto para os locais de golfe como para as áreas de alimentação. O lobby é sempre amplo e decorado com itens temáticos de golfe, objetos de arte e, em mercados em desenvolvimento como o Brasil, um local de encontro para receber os turistas e visitantes não-jogadores que querem aprender mais sobre o esporte. Nos clubes privados, entretanto, normalmente o lobby tem uma atmosfera de uma ampla sala de estar, com um espaço aconchegante para esperar pelos amigos e vizinhos.

Pro Shop - É a loja de venda de produtos do campo de golfe. Ele também pode servir para o check-in. O tamanho do estabelecimento é determinado pelo tipo do clubhouse - resort, daily fee ou clube privado. Pro shops de resorts são os mais amplos para a venda de souvenirs, enquanto os de clubes privados têm tamanho menor. Nos mercados em desenvolvimento um pro shop bem projetado pode gerar o equivalente a R\$ 8.000,00 / m².

Vestiário - A qualidade e a atmosfera de um vestiário é sempre o que diferencia um clubhouse privado de outro. Várias configurações de vestiários, atendimento para toalhas e sapatos, um bar ou sala de jogos dentro do recinto garantem que nenhum é idêntico a outro. Áreas VIP variam de locais de banho e troca de peças de roupa pequenas a salas similares a suítes de hotel como no Nine Dragons Hills Golf Club, em Shanghai, China, e no Durrat AL Bahrain Golf Club, no Bahrein, ambos projetados pela Kuo Diedrich Architects.

Áreas de alimentação - Em sua maioria, são casuais. De início, os componentes típicos incluem um bar (famoso buraco

19) e um restaurante. Enquanto que outros itens adicionais podem ser inclusos para jantares de eventos, uma lanchonete masculina ligada exclusivamente ao vestiário, pontos intermediários de alimentação no meio do percurso do campo e salas privativas menores para jantares particulares e reuniões. Áreas de alimentação externas são comuns e uma maneira barata para aumentar a capacidade de atendimento nas condições ideais do tempo, quando a popularidade do clube de golfe atinge seu pico. O VistaVerde Golf Club, próximo a São Paulo, é um exemplo em que o projeto do clubhouse tem múltiplos terraços ao ar livre para aproveitar as vistas e o relevo ondulado do terreno. As vistas para o campo e as áreas abertas são o que realmente diferenciam um clube de golfe dos demais bares e restaurantes e devem ser maximizados no planejamento.

Oportunidades

Existem inúmeras formas para se incrementar a receita e presença no mercado, como usar o clube como um estímulo, por exemplo. Isso inclui os spas, fitness centers, escolas de golfe com instruções em vídeo e ma-

Pro Shop do Governors Towne Club





Governors Towne Club

nutenção de tacos. Também são comuns acomodações hoteleiras e residenciais ligadas ao golfe como um hotel, bungalows para locação ou residências particulares com vista para o campo. Todas essas amenidades são oportunidades de branding, seja com um golfista famoso ou uma marca hoteleira, assim como os campos de golfe que usam o nome de um projetista “de marca”. O Els Club Dubai é um exemplo disso e ainda inclui um restaurante “Big Easy” nomeado em homenagem ao famoso golfista Ernie Els.

Os clubes e resorts de golfe de sócios nacionais ou internacionais podem incluir pequenas acomodações, seja dentro do clubhouse ou como parte do “golf village”, como o St. Andrews, na Escócia, Callaway Gardens, Pebble Beach, o Bay Hill, nos Estados Unidos e o Durrat AL Bahrain no Oriente Médio. É importante lembrar que na maioria dos mercados, um campo de golfe não é lucrativo por si

só, e o Brasil não é exceção. Sua meta é normalmente agregar valor para o produto imobiliário, como um hotel ou um empreendimento residencial.

Múltiplas opções estão disponíveis para o proprietário ou empreendedor do campo na hora de determinar o tipo de clubhouse que será projetado, especialmente em mercados como o Brasil, nos quais o golfe está em desenvolvimento. A exposição internacional que o Brasil terá devido à Copa do Mundo em 2014 e à Olimpíada de 2016 está criando uma grande expectativa e agitação na indústria que vê o País como nova fronteira de crescimento do esporte. A qualidade do clubhouse é o primeiro e o último capítulo da experiência no golfe, deixando o visitante com a imagem clara da qualidade do empreendimento. Um planejamento e programação cuidadosos podem ajudar a garantir eficiência funcional das instalações sem excessos, dei-



Mark Diedrich

xando espaço no orçamento para focar nos detalhes que o visitante mais se recordará.

* Mark Diedrich é projetista de clubhouses de golfe há mais de 16 anos. Escreve sobre o tema e ministra palestras pelo mundo todo, incluindo Febragolfe e Brasil Golf Show, no Brasil, Harvard Graduate School of Design e a Emory University, em Atlanta (EUA), entre outros eventos e instituições.

E-mail: mark@kuodiedrich.com
Site: www.kuodiedrich.com

Inside The Golf Clubhouse

English translation of the article in New Golf Brazil, issue No.9 September 2010

By Mark A. Diedrich, AIA, LEED AP

“The clubhouse is so highly regarded in the game of golf that it is considered an extension of the game itself.”

- *The 19th Hole, The Architecture of the Golf Clubhouse,*
by Richard J. Diedrich ¹

In the realm of architectural history, the clubhouse is a relatively new building type. The history of the clubhouse began in Scotland, the home of golf itself, at The Royal and Ancient Club at St. Andrews. Founded in 1754, The R & A is recognized by most as the oldest surviving golf club, and the clubhouse that exists today was built in 1854. In the decades that followed, interest in golf arrived in the United States, where the concept of the clubhouse was further developed as a building type. In 1893, Shinnecock Hills Golf Club in New York was the first building designed specifically for use as a golf clubhouse.¹ These early clubhouses served the basic functions of check in, shoe changing, after golf social, and golf operations, and it remains the basis of today's clubhouse design.

In their simplest form, there are three types of Golf Clubhouse; they are defined as **Daily Fee** (pay per play), **Resort**, and **Private** golf clubs.² Daily fee golf clubs may be privately or municipally owned, but are available to the public. Resort golf clubs are similar to daily fee clubs, but whose intended users are transient vacationers. Private golf clubs are for member use only, and are thus driven by frequent use by the same people.

There are combinations of the above clubhouse types as well, such as the semi-private clubhouse, or national member clubs. Add to this the fact that each type of clubhouse has its own specific requirements, and it is clear that every clubhouse is unique in its planning. Past experiences of club operators worldwide has proven that if you don't plan correctly, building the wrong clubhouse can greatly affect the financial success of a club.

Components of the Clubhouse

In order to understand what makes the Clubhouse special to the golf experience, it is necessary to understand its typical components; they are the Lobby, Pro Shop, Locker Rooms, Food and Beverage, Cart and Bag Storage, and Storage and Support for all of the operations.

The clubhouse **Lobby** is the front door to the golf experience. Within it the porte cochere and Lobby should welcome the visitor. In many international resorts, the Lobby is the location of check-in for golf play. A reception desk is an important feature, and the Lobby should provide easy access to both the golf functions and dining rooms. The Lobby is often large and filled with golf memorabilia, artwork and, in developing golf markets such as Brazil, a gathering space to accommodate tourists and non-golf visitors seeking to learn more about the game. In private clubs, however, it often has the feel of a large living room, with a warm space for waiting for and meeting friends and neighbors.

The **Pro Shop** is the retail store for the golf course. It may also serve as check-in for golf. The size of the Pro Shop (Image 2) is determined by the type of clubhouse (resort, daily fee, or private). Resort Pro Shops are the largest for sales of logo apparel while private club Pro Shops are the smallest size. In developed golf resort markets such as the United States, a well designed golf shop is known to generate the equivalent of R\$8000 per square meter (US \$500/s.f.) annually!

The quality and atmosphere of the **Locker Room** is often what sets one private clubhouse apart from another. Several standard locker configurations, shoe and towel attendant, and a grill or card room within the Locker Room ensures that no two are alike. VIP locker areas and lounges exist in resort or private clubs to provide secure and private changing areas for celebrities and dignitaries. Examples of VIP areas vary from a small private changing area and shower to a room similar to a hotel suite as in Nine Dragons Hills Golf Club in Shanghai, China and Durrat al Bahrain Golf Club in Bahrain, both designed by Kuo Diedrich Architects.

Casual is the theme for most **Food and Beverage**. At a minimum, the components typically include a 19th Hole Bar and Grill room, while additional food outlets may include a Ballroom for events, a Men's Grill, a Turnstand or Halfway House, and smaller rooms for

private dining and meetings. Al fresco, or outdoor dining, is common and an inexpensive way to increase seating capacity during the ideal weather conditions in which the popularity of the golf club is at its peak. The future clubhouse at Vista Verde Golf Club near São Paulo is an example of a design with multiple outdoor terraces to take advantage of views and the sloping site (see image 3). The views to golf and open space are what truly set a golf club apart from any other restaurant or bar experience and should be maximized when planning the club.

Other opportunities for increasing revenue and market presence are available using the golf club as the stimulus. These include Spas, Fitness Centers, and Golf Academies with video instruction and club fitting. Also common are golf-oriented residential and hospitality accommodations such as a Golf Hotel, rental Golf Cottages, or private residences with golf views. All of these amenities, including the academy and clubhouse are opportunities for branding with a marketable golfer or hospitality brand, much like when golf courses use a “name brand” designer. The Els Club in Dubai is one example of a branded clubhouse, and even includes a “Big Easy” restaurant, named after the famed pro golfer Ernie Els (see image 4).

Golf resorts and clubs with national or international membership may include small golf lodges either within the clubhouse or as part of the “golf village”. Examples include St. Andrews in Scotland, Callaway Gardens, Pebble Beach, and Bay

Hill in the U.S. and Durrat al Bahrain in the Middle East.

A multitude of options await the golf course owner or developer when determining what type of golf clubhouse to plan. This is especially true in a market such as Brazil, where golf is a developing market. The international exposure of Brazil due to the 2014 World Cup and 2016 Olympics is creating great anticipation and excitement within the golf industry which is looking there as the next frontier of golf growth. And the quality of the clubhouse is the first and last chapter in the golf experience, leaving the visitor with a clear picture of the quality of the development. Careful

programming and planning can help to ensure a functionally efficient facility without excess, leaving room in the budget to focus on the details that its visitors best remember.

Importance of the Clubhouse

It is important to keep in mind that in most markets a golf course is not profitable by itself, and Brazil is no exception. Its purpose is typically to add value to real estate, such as a hotel or residential community. With that in mind, remember the following:

- It is the first impression of the golf experience
- It is a recreational amenity for the resort or community and important for sales and marketing
- It is the activity center of a community
- It can generate income as an event or meeting facility by taking advantage of unique golf views
- It must provide support and administration in a functional

and efficient manner to ensure profitability

Getting it right is the only option when the enormous investment in a golf course is made. Creating the right first impression and the atmosphere that keeps people coming back is essential. The relatively small investment in planning and programming the clubhouse correctly can be the difference between financial success and failure. As a golf course owner or developer, be sure to choose your clubhouse architect as carefully as you choose the golf course architect and you will find success where others have failed.

About the Author

Mark Diedrich is principal and co-founder of the Golf Clubhouse Design firm of Kuo Diedrich. He has been designing clubhouses for more than 16 years and shares his knowledge through writing and speaking engagements worldwide, including the FebraGolfe show in Brasil, the Brasil Golf Show, Harvard Graduate School of Design, and Emory University in Atlanta.

Familiar to many in the golf industry as the creator of “The 21st Century Golf Club” concept, the Atlanta-based international design firm of Kuo Diedrich specializes in Programming, Planning, and Design of golf clubhouses, academies, cottages and golf course support facilities for iconic golf projects worldwide. For more information, contact Mark Diedrich via email at mark@kuodiedrich.com or visit the website at www.KuoDiedrich.com.

Referenced Works:

1. **Diedrich, Richard J.** *The 19th Hole - Architecture of the Golf Clubhouse*. Mulgrave, Australia : The Images Publishing Group Pty Ltd, 2008.
2. **Diedrich, Richard J.** *Building Type Basics for Recreational Facilities*. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc., 2005.