

Sonntag 26. Juni 2016

GOLF TALK BEI DER BIO

BEIM DIESJÄHRIGEN „BMW INTERNATIONAL OPEN GOLF TALK POWERED BY GMVD“ GING ES AM FREITAG, 24. JUNI, IN DER LOUNGE DES "FAIRWAY CLUBS" UM DAS THEMA „TRÄUMST DU NOCH ODER GOLFST DU SCHON – GOLFER GEWINNEN, BINDEN UND ZUFRIEDENSTELLEN“.

Seit 2010 organisiert die BMW AG (GMVD PREMIUM-PLUS-Partner) gemeinsam mit dem Golf Management Verband Deutschland den „BMW International Open Golf Talk powered by GMVD“. Somit kann man mittlerweile von einer guten Tradition sprechen, die insbesondere bei den GMVD-Mitgliedern sehr gut angenommen wird. Die insgesamt 35 Plätze, die in diesem Jahr unserem Verband zur Verfügung standen, waren dementsprechend sehr schnell vergeben.

Um 10:00 Uhr öffneten sich die Türen zum exklusiven "Fairway Club", der prominent an Grün 9 und 18 des GC Gut Lärchenhof platziert wurde. Zum dritten Mal seit 2012 fand das bedeutende European Tour Event mit Starbesetzung in Köln-Pulheim im jährlichen Wechsel mit dem langjährigen Ausrichter GC München Eichenried statt, der wieder 2017 an der Reihe ist. Die Begrüßung in der "Fairway Club Lounge" in GC Gut Lärchenhof nahm Friedrich Edel, Leiter Sportmarketing der BMW AG, pünktlich um 11:00 Uhr vor. Die Moderation übernahm erneut GMVD-Geschäftsführer Andreas Dorsch. Er begrüßte folgende Gesprächsteilnehmer zum Thema „Träumst Du noch oder golfst Du schon – Golfer gewinnen, binden und zufriedenstellen" auf dem Podium:

- Klaus Albrecht (deutsche golf online, Geschäftsführer)
- Vanessa Herbon (A-ROSA, Golfdirektorin, A-ROSA Golf Club, Präsidentin)
- Korbinian Kofler (Golfclub München Eichenried, Geschäftsführer, GMVD-Präsident)
- Peter Merck (Golf Lounge Hamburg, Geschäftsführer)
- Guido Tillmanns (Kölner Golfclub, Geschäftsführender Gesellschafter)

Die kurze stichpunktartige Einleitung zum aktuellen Thema führte Andreas Dorsch durch:

- * die Entwicklung des deutsche Golfmarktes stagniert seit einigen Jahren
- * es wird immer aufwändiger, neue Golfersportler zu gewinnen, zu binden und zufrieden zu stellen
- * wir stehen mit vielfältigen anderen Freizeitaktivitäten im Wettbewerb



v.l.n.r.: Peter Merck, Klaus Albrecht, Vanessa Herbon, Korbinian Kofler, Guido Tillmanns, Andreas Dorsch



Friedrich Edel, Leiter BMW Sportmarketing, begrüßt die Teilnehmer



- * früher war es ein „Verkäufer-Markt“, heute ist es ein „Käufer-Markt“
- * der organisierte Golfsport hat in den letzten fünf Jahren ca. 250.000 Golferinnen und Golfer verloren, aber auch ebenso viele gewonnen
- * der Golfsport hat viele Stärken und Chancen, die es gilt, zukünftig noch stärker herauszustellen: wie z.B. Golf und Gesundheit, Golf und Natur, Golf und Genuss, Rückzugsorte, (Kurz-)Urlaubsorte, Golfen in jedem Alter, soziale Kontakte u.v.m.
- * und, Golf ist der Sport unter allen Sportarten, der deren Sportler miteinander zusammenbringt und verbindet (z.B. Fußballer, Tennisspieler, Wintersportler, Sommersportler, Motorsportler etc.)

Folgende Fragen wurden im Laufe der Diskussion unter den Podiumsteilnehmern behandelt:

1. Wie wird die aktuelle Lage im deutschen Golfmarkt im Allgemeinen und im Speziellen für Ihr Unternehmen gesehen?

2. Wie sieht die Positionierung in Ihrem Unternehmen konkret aus, ein wichtiger Aspekt bei der Gewinnung von neuen Golfern?
 Der Kölner Golfclub ist eine junge, zeitgemäße Golfanlage und sein ganzheitliches Konzept gilt als vorbildlich. Der KGC hat sich den Claim „Die Golfanlage der Zukunft“ gegeben.
 Das A-ROSA Resort Scharmützelsee wirbt mit „Abschalten in der Idylle“ ganz im Gegensatz zum Kölner Golfclub, der direkt an der A 1 liegt. Das Resort positioniert sich als Hideaway fernab der hektischen Großstadt und besticht durch Großzügigkeit, Ruhe und viel Natur.
 Der GC München Eichenried hat gleich zwei Claims: „Home of BMW International Open“ und seit diesem Jahr neu „Der Club mit Herz“.
 Das Konzept der Golf Lounge stellt sich komplett anders dar: Eine Eventlocation mitten in Hamburg bzw. im Hamburger Hafen auf wenig Raum. „Golfen und mehr im Herzen von Hamburg!“ lautet der Slogan.
 Die deutsche golf online GmbH als Betreiberin der golf.de und des Login-Bereichs „mygolf“ mit fast 400.000 registrierten Usern erzielt die mit Abstand größten Reichweiten im deutschsprachigen Golf. Der Claim lautet „Mygolfer sind die besseren Golfer“.

3. Es wurde darüber gesprochen, welche konkreten Maßnahmen ergriffen werden, um Kunden und Gäste an die Golfanlage, das Resort oder das jeweilige Unternehmen zu binden? Welche Aktivitäten greifen besonders gut und wie wichtig ist dabei die fortschreitende Digitalisierung? (Facebook, Twitter, YouTube, Newsletter, E-Mailings,



Push-Nachrichten, App, Foren, Communitys oder doch lieber das Print-Magazin und die Geburtstagskarte?)

4. Bindung bedeutet nicht automatisch auch Zufriedenheit. Welche Tools werden eingesetzt, um Kunden, Mitglieder und Gäste zufrieden zu stellen und wie wird das überprüft? (Stichwort CRM)
5. Manche Kinder, Jugendliche und auch Erwachsene verlieren das Interesse an den Dingen, sobald sie kompliziert werden. Golf ist bekanntermaßen schwierig zu erlernen und eine hoch koordinative Sportart. Wie wird dieser allgemeinen gesellschaftlichen Entwicklung nach schneller, leichter und einfacher am besten entgegnet?
6. Vorfreude - Golf in Rio! Welche persönlichen Erwartungen an Golf bei den Olympischen Spielen im August in Rio de Janeiro bestehen und wie wird das Thema für die jeweiligen Unternehmensziele in den nächsten Wochen und Monaten umgesetzt?



Pünktlich um 12:15 Uhr ging der diesjährige Golf Talk zu Ende, dem dann noch die "Behind-the-Scenes-Tour" und ein angenehmer, interessanter Tag bei den diesjährigen BMW International Open folgte.

Der GMVD bedankt sich sehr herzlich bei der BMW AG für die sehr gute Zusammenarbeit und die entgegengebrachte Gastfreundschaft.

Wir freuen uns auf eine neue Auflage dieser erfolgreichen Veranstaltungsreihe im Juni 2017 bei den BMW International Open im GC München Eichenried.

Andreas Dorsch

www.bmw-golfsport.com

<< zurück

WIR SIND FÜR SIE DA

MO – DO:	09:00 – 13:00 Uhr 14:00 – 17:00 Uhr
FR:	09:00 – 13:00 Uhr

PREMIUM-PLUS-PARTNER



GOLF MANAGEMENT VERBAND
DEUTSCHLAND E.V.
GMVD MARKETING GMBH
Infanteriestraße 19 / Geb. 4a
80797 München

Tel. 089 / 99 01 76-30

Fax 089 / 99 01 76-34

[info\(at\)gmvd.de](mailto:info(at)gmvd.de)

[Sitemap](#)

[Impressum](#)

[Datenschutz](#)

GMVD

CCM

[👤 Partner](#) [🔒 Login](#)

UNSERE ANSPRECHPARTNER

Geschäftsführer: Andreas Dorsch

Assistent der Geschäftsführung: Michael Sälzler

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Dr. Johanna
Damm



WIR BEWEGEN GOLF