

In unserer Reihe „In der Golfbranche Geld verdienen“ greifen Autor Andreas W. Gross und der golfmanager auszugsweise interessante Themen aus dem „Marketing- und Management-Handbuch Golf“ auf. Das Handbuch, erschienen beim Köllen-Verlag, richtet sich als Standardwerk in der Aus- und Weiterbildung an alle Führungskräfte auf Golfanlagen. Weitere Informationen rund um

die Neuerscheinung sowie Bestellmöglichkeiten finden Sie unter www.koellen-golf.de/bookshop.

Im nachfolgenden Beitrag geht unser Autor Andreas W. Gross über den Buchinhalt hinaus und regt mit einer „Checkliste für Golf-Anlagen“ zum Nachdenken und Überprüfen der „Willkommens-Kultur“ an.

IN DER GOLFBRENCHEN GELD VERDIENEN

Wettbewerbsvorteil „Herzlich willkommen“

Es ist einfach gesagt: Bin ich auf der Golf-Anlage willkommen, fühle ich mich wohl, komme gern und meine Loyalität ist groß. Aber was bedeutet das konkret?

Die Willkommens-Kultur steht in direktem Verhältnis zur Wohlfühl-Qualität. Je ausgeprägter die Willkommens-Kultur ist, desto wohler fühlen sich Mitglieder und Gäste. Die Investition in die Wohlfühl-Qualität zahlt sich daher schnell aus. Dabei muss nicht notwendigerweise ein großes Budget vorhanden sein. Vielfach reicht es aus, ein auf die Golf-Anlage angepasstes Konzept diszipliniert zu verfolgen. Es lohnt sich. Nachfolgend erhalten Sie Hinweise, wie Sie die Willkommens-Kultur auf Ihrer Golf-Anlage auf einfache Art und Weise optimieren können.

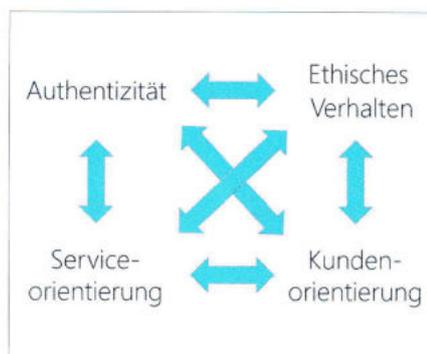


Die Erfahrung aus der täglichen Praxis zeigt, dass eines der am meisten unterschätzten Mitglieder-Akquisitions- und -Bindungsinstrumente die Willkommens-Kultur auf einer

Golf-Anlage ist: Kundennähe durch die Qualität des Kundenkontakts, die gerade in der Golfbranche einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren ist. Folgende Zusammenhänge sind relevant:



Aber was ist es tatsächlich, was eine erfolgreiche Willkommens-Kultur ausmacht? Der Umfang der Willkommens-Kultur lässt sich anhand der Ausprägung folgender vier Dimensionen festlegen:



Willkommens-Kultur vs. Positionierung

Gerne wird die Willkommens-Kultur mit der Positionierung verwechselt: Einfache Golf-Anlagen argumentieren, dass dafür kein Budget zur Verfügung steht, elitäre Golf-Anlagen interpretieren die Willkommens-Kultur auch schon einmal sehr formell. Die vier Dimensionen lassen sich allerdings in vielen Fällen unabhängig von der Positionierung der Golf-Anlage inhaltlich ausgestalten: Während die Positionierung einer Golf-Anlage vom Leistungsumfang und vom Preis bestimmt wird, ist die Wohlfühl-Qualität davon abhängig, wie willkommen sich Mitglieder und Gäste fühlen, wie konsequent folglich die vier Dimensionen umgesetzt werden. Ob exklusiv, gehoben oder nur eine einfache Golf-Anlage: Der Grad der Umsetzung der vier Dimensionen bestimmt die Willkommens-Kultur und das Ausmaß der Wohlfühl-Qualität. Dadurch haben Sie auf vergleichbar einfache Art und Weise die Chance, für Ihre Zielgruppe herausragend attraktiv zu sein.

Die inhaltliche Ausgestaltung der vier Dimensionen muss für jede Golf-Anlage individuell festgelegt werden. Zum besseren Verständnis ist nachfolgend eine allgemeine Orientierung angegeben:

1. Authentizität

Die Wahrnehmung der Verantwortlichen der Golf-Anlage sollte im

Einklang mit der Philosophie und den Werten stehen. Wenn bspw. das Miteinander von Respekt geprägt sein soll, muss auch dafür gesorgt werden, dass Respekt eingefordert wird.

- Verantwortliche sollten natürlich und nicht aufgesetzt agieren. Nur dann lässt sich Vertrauen aufbauen.

- Die Kommunikation muss im Einklang mit den wahren Zielen der Golf-Anlage stehen. Offenheit und Ehrlichkeit sind wichtig.

- Das Handeln muss transparent und nachvollziehbar stringent auf die vereinbarten Ziele ausgerichtet sein.

2. Ethisches Verhalten

- Es gilt, die Gleichbehandlung ohne Privilegien sicherzustellen.

- Jeder sollte einander wertschätzen und respektvoll miteinander umgehen.

- Verhaltensregeln sollten beachtet und eingefordert werden.

3. Kundenorientierung

- Es gilt, im Sinne des Kunden zu denken und Maßnahmen zu ergreifen, seine Bedürfnisse proaktiv zu erfüllen.

- Unter Abwägung und Würdigung der finanziellen Möglichkeiten sollte der Aufenthalt auf der Golf-Anlage den Mitgliedern und Gästen so angenehm und einfach wie möglich gemacht werden.

4. Serviceorientierung

- Sämtliche relevanten Informationen einer Golf-Anlage sollten einfach verfügbar sein, incl. der „Riten“, z.B. in Form eines Jahrbuches.

- Komitees zu Platz, Marketing, Gastronomie, Events etc. können idealerweise helfen, die Verantwortlichen zu entlasten und Mitglieder einzubinden,

damit der Gesamtheit ein besserer Service geboten werden kann.

- Viele Serviceleistungen sind ohne großen Aufwand oder Kosten erbringbar und sollten daher völlig unabhängig von der Positionierung erbracht werden. Der Umfang weiterer, kostenintensiver Serviceleistungen, sollte im Einklang mit der Positionierung stehen.

Die Optimierung der Willkommens-Kultur ist in der Regel innerhalb weniger Wochen implementierbar. Definieren Sie in einem ersten Schritt, wie Sie die vier Dimensionen für sich interpretieren und konkrete Maßnahmen als Standards mit Leben füllen möchten – *Beispiele finden Sie in der separaten „Checkliste Willkommens-Kultur auf Golf-Anlagen“*. In einem zweiten Schritt formulieren und verankern Sie Prozesse, wie die vereinbarten Standards im Regelbetrieb gewährleistet werden können.

Im Golf ist es wie im Leben:
Es läuft nicht immer alles rund.
Was auch passiert – wir sind an Ihrer Seite.

Über den Deutschen Golf Verband Allianz versichert. Mit Ihrer Golfclub-Mitgliedskarte sind Sie bei jeder Golfrunde im In- und Ausland sowohl haftpflicht- als auch rechtsschutz-versichert.

Allianz

www.deutschegolfliga.de

KRAMSKI DEUTSCHE GOLF LIGA
presented by Audi

Vielen Dank an alle teilnehmenden Mannschaften und an alle Sponsoren!

Find us on Facebook

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH an die Sieger des Final Four 2017 der KRAMSKI Deutschen Golf Liga presented by Audi!

KRAMSKI **J. LINDBERG**
Titel-Sponsor Presenting-Sponsor Ligo-Sponsor Ligo-Sponsor

Im Mittelpunkt steht der „Mensch“

Bei der Umsetzung der vier Dimensionen können Sie von Erkenntnissen aus der Verhaltensforschung profitieren: Demnach entwickelt sich echte Loyalität nur zu Personen und nicht zu Institutionen. Mit Hilfe der vier Dimensionen stellen Sie sicher, dass der Mensch im Mittelpunkt aller Anstrengungen steht. Durch die Interaktion der Mitglieder mit den Mitarbeitern und Vorständen entwickelt sich Loyalität, so dass die Gefahr der Abwanderung quasi nicht existent ist.

Die natürliche Anziehungskraft der Golf-Anlage steigt, was wiederum die Nachfrage von Gästen und Interessenten erhöht. Allerdings müssen auch die Rahmenbedingungen stimmen: Der beste Mitarbeiter kann nicht viel bewirken, wenn die Voraussetzungen auf der Golf-Anlage erst gar nicht vorhanden sind, dass man sich wohl fühlen kann.

Der Selbst-Check

Beurteilen Sie Ihre Golf-Anlage daher aus Kundensicht und machen Sie den Selbst-Check: Wie stark ist Ihre Willkommens-Kultur ausgeprägt? **Siehe hierzu die separate „Checkliste zur Willkommens-Kultur auf Golf-Anlagen“.**

Wichtig: Damit Sie eine realistische Selbsteinschätzung durchführen können, ist es hilfreich, die Unterstützung fremder Dritter zu erhalten. Bitten Sie zwei Bekannte oder Nachbarn (idealerweise ein Golfer und ein Nicht-Golfer), mit Ihnen gemeinsam die Aspekte zu beurteilen. Damit können Sie vermeiden, dass unbewusst alte Wahrnehmungsmuster übernommen und nicht hinterfragt werden. Versuchen Sie alle Aspekte möglichst objektiv zu beantworten. Denken Sie daran, dass es in der Dienstleistungs-Branche darum geht, sich vom Wettbewerb positiv abzuheben, um ein besonderes Erlebnis zu kreieren. Behalten Sie dies bitte im



Andreas W. Gross, selbständiger Management und Marketing Consultant
Der gelernte Diplom-Kaufmann war viele Jahre im In- und Ausland als Geschäftsführer und Spezialist für Direktmarketing tätig, u.a. bei der Deutschen Post AG
www.konzeption-golf.de

Hinterkopf, falls Sie bei dem einen oder anderen Aspekt vielleicht denken „das brauchen wir nicht!“. Wenn Sie die Willkommens-Kultur bestmöglich etablieren möchten, sind alle Aspekte relevant.

Bewerten Sie jeden Aspekt mit Ja, falls Sie überwiegend zustimmen, oder mit Nein, falls Sie unter Berücksichtigung aller Aspekte eher nicht zustimmen können.






Offizieller Club Car Distributor

Der neue Club Car Precedent i3

- mit GPS & serienmäßiger Online-Funktionalität
- immer und überall in Verbindung
- senkt Kosten
- schützt Anlagewerte





No. 1 in Electric Vehicles

Golf • Utility • Turf • Transportation

CART CARE COMPANY GMBH
Standort Pinneberg/Hamburg:
Industriestraße 12
25421 Pinneberg
Telefon: 0 41 01 / 3 74 83 94
Telefax: 0 41 01 / 3 74 84 05

www.cartcare.de

Partnerverbände





Checkliste zur Willkommens-Kultur auf Golf-Anlagen

Sie kommen auf der Golf-Anlage an

- Fahre ich durch eine Toreinfahrt oder Vergleichbares, um auf das Gelände der Golf-Anlage zu gelangen?
- Wehen zur Begrüßung Fahnen?
- Wirkt die Golf-Anlage ansprechend?
- Ist der Parkplatz ansprechend?
- Ist der Parkplatz gepflegt und sauber?
- Habe ich den Eindruck, dass man sich auch um Kleinigkeiten liebevoll/engagiert kümmert (keine herunterhängenden oder defekten Schilder, Lampen, Müll-eimer, Zäune etc.)?
- Ist die Begrünung umfangreich und gepflegt?
- Gibt es blühende Pflanzen, Beete?
- Werde ich sichtbar schriftlich willkommen geheißen?
- Finde ich mich gleich zurecht und sehe Schilder zur Restauration, zu den Golflehrern, zum Pro-Shop, zum Sekretariat, zu den Toiletten, zum 1. Tee und zur Range?
- Gibt es einen Überblickplan?
- Erkenne ich, wo sich auf der Runde Toiletten befinden?
- Erkenne ich, wo sich auf der Runde Trinkwassermöglichkeiten befinden, die sich nicht in einer Toilette befinden?
- Erkenne ich, wo sich Blitzschutzhütten befinden?
- Gibt es einen Notfalls-/ Rettungsplan?
- Ist erkennbar, wo sich Erste-Hilfe-Artikel befinden?
- Gibt es einen Defibrillator?
- Erkenne ich, ob der Platz, die Range, das Clubhaus, die Restauration, das Sekretariat geöffnet oder geschlossen sind?
- Erfahre ich, wie schnell die Grüns sind?
- Gibt es eine Übersicht über die zu erwartenden Pflegeleistungen auf dem Platz in den nächsten Tagen?
- Erfahre ich Informationen über den Golfclub (z.B. an einem schwarzen Brett, in einem Schaukasten oder anhand einer Broschüre)?

- Erkenne ich sofort, was ich tun muss, um Bälle auf der Range zu erhalten (1-, 2-Euro-Münzen oder Token), ob es ein Range-Fee gibt und ob ich nur mit Startzeiten spielen kann?

Wie nehmen Sie die Stimmung auf der Golf-Anlage wahr?

- Fühle ich mich wie im Urlaub?
- Kann ich mich in der Atmosphäre entspannen?
- Herrscht keine Hektik?

Sie sehen sich die Toiletten genauer an

- Sind die Toiletten gepflegt und sauber?
- Ist Seife vorhanden?
- Sind Papiertücher vorhanden oder existiert eine andere Lösung zum Händeabtrocknen?
- Sind in der Damentoilette Hygiene-Artikel verfügbar?
- Ist der Papierkorb nicht zu voll?

Sie sehen sich die Umkleiden genauer an

- Wie sehen die Umkleide-Toiletten aus? Siehe hierzu die vorigen Fragen.
- Werden Haarbürsten zur Verfügung gestellt?
- Wird Shampoo und Duschseife zur Verfügung gestellt?
- Werden Handtücher zur Verfügung gestellt?
- Gibt es Einmal-Nähzeug für die schnelle Reparatur?
- Gibt es Erste-Hilfe-Artikel wie Pflaster?

Sie treffen Personen auf der Golf-Anlage

- Werden Sie begrüßt, auch von Kindern und Jugendlichen?
- Ist der Kleidungsstil angemessen?

- Haben Sie den Eindruck, dass die Menschen, die Sie treffen, fröhlich, natürlich, sympathisch sind?

Fühle ich mich als Familie willkommen?

- Gibt es einen Kinderspielplatz?
- Gibt es eine Kinderbetreuung (ggf. nur punktuell)?
- Gibt es im Restaurant Kindermenues?
- Gibt es im Restaurant Kinderstühle?
- Gibt es im Restaurant eine Kinderspielecke?

Ist die Anlage für Hunde geeignet? Viele Golfspieler sind naturverbunden und halten gerne Hunde

- Darf der Hund mit auf die Runde?
- Gibt es eine Hundebetreuung/ Unterbringungsmöglichkeit?
- Wird im Restaurant ein Wassernapf zur Verfügung gestellt?

Sie sind Nicht-Golfer und möchten Golf kennen lernen

- Haben Sie den Eindruck, dass die Mitarbeiter auf Ihre Anfrage vorbereitet sind?
- Werden Ihnen Möglichkeiten angeboten, Golf auszuprobieren?
- Werden Ihnen Informationsmaterialien zur Verfügung gestellt?
- Sind die Mitarbeiter freundlich und hilfreich, dennoch unaufdringlich?
- Interessiert man sich für Sie als Person?
- Zeigt man Ihnen die Golf-Anlage?
- Haben Sie das Gefühl, dass ein ehrliches Interesse besteht, Ihnen den Golfsport näher zu bringen?

Sie sind Greenfeespieler und wenden sich an das Sekretariat

- Fühlen Sie sich im Sekretariat wohl?
- Sind die Mitarbeiter freundlich?
- Kümmern sich die Mitarbeiter um Ihre Anliegen?

- Sind die Mitarbeiter kompetent und können über den aktuellen Pflegezustand detailliert Auskunft geben?
- Erfahren Sie, ob die Grüns unterschiedlich schnell sind?
- Erhalten Sie eine aktuelle Information darüber, wie schnell die Grüns sind?
- Werden Sie darüber informiert, wann ggf. Sprenger angestellt werden?
- Werden Ihnen die Platzregeln unaufgefordert erläutert?
- Gibt es ein Birdie-Book?
- Gibt es Hilfspersonal, welches Sie in Anspruch nehmen können, um bspw. Ihre Ausrüstung nach der Runde reinigen zu lassen oder als Caddie mitzugehen?
- Gibt es einen Ranger?
- Gibt es einen Starter?
- Zeigt man Ihnen, von welchen Vergünstigungen Sie profitieren können?
- Gibt es Kombinationsangebote mit der Restauration?
- Gibt es Kombinationsangebote mit Übungsbällen auf der Range?

Sie sind Gast und interessieren sich für eine Trainingsstunde beim Golflehrer

- Werden Sie kompetent informiert?
- Erfahren Sie, worin der Golflehrer seine besonderen Stärken hat?
- Existieren Informationen über den / die Golflehrer, damit Sie sich von ihm ein umfassendes Bild machen können?
- Ist das Golf-Lern-Angebot sichtbar und aktuell?

Sie interessieren sich für eine Mitgliedschaft

- Begrüßt man Sie und dankt Ihnen für Ihr Interesse?
- Möchte man Sie kennenlernen?
- Haben Sie den Eindruck, dass es auch im Interesse der Golf-Anlage ist, dass Sie zur gewünschten Zielgruppe passen?
- Erhalten Sie umfassende Informationen?

- Zeigt man Ihnen die Golf-Anlage?
- Wird Ihnen nähergebracht, worin sich die Golf-Anlage von anderen Golf-Anlagen abhebt?
- Erhalten Sie Informationen darüber, welche Werte der Golf-Anlage wichtig sind?
- Möchte man Sie mit stichhaltigen Argumenten von einer Mitgliedschaft überzeugen, ohne aufdringlich zu wirken?
- Wird ein Mentor Sie als neues Mitglied einführen?
- Bietet man an, Sie mit anderen Mitgliedern zu vernetzen?

Sie sind Mitglied und haben ein Anliegen

- Sind die Mitarbeiter gut informiert?
- Wirken die Mitarbeiter engagiert für das Wohl der Golf-Anlage?
- Haben Sie den Eindruck, dass den Mitarbeitern bekannt ist, welche Serviceleistungen sie für die Mitglieder erbringen und welche aber auch nicht?

Sie gehen auf die Range

- Gibt es Rasenabschlagsmöglichkeiten, die in der Regel geöffnet sind?
- Sind die Rasenabschlagsmöglichkeiten in ausreichender Anzahl vorhanden?
- Befinden sich die Rasenabschlagsmöglichkeiten in gutem Pflegezustand?
- Sind die überdachten Bereiche ausreichend?
- Sind die überdachten Bereiche sauber und in guten Pflegezustand?
- Sind die Abschlagmatten in Ordnung?
- Sind die Bälle sauber und von ausreichender Qualität?
- Ist die Range flach?
- Ist die Range ausreichend lang auch für das Üben mit dem Driver?
- Gibt es Entfernungsmarkierungen auf der Range?
- Gibt es weitere Elemente auf der Range, die das Üben erleichtern?

- Gibt es mindestens ein ausreichend großes Übungsgrün?
- Gibt es ausreichend große Chip- und Pitch-Möglichkeiten?
- Stehen Bälle zum Üben beim Chippen und Pitchen kostenfrei zur Verfügung?
- Gibt es auf dem Chip- und Pitchgelände Übungsmarkierungen und Erläuterungen, die das Üben erleichtern?
- Gibt es ausreichende Bunkerübungsmöglichkeiten für Grün- und Fairwaybunker?
- Gibt es ausreichende Übungsmöglichkeiten für Schräglagen?
- Gibt es ausreichende Übungsmöglichkeiten für das Spiel aus dem Rough?
- Werden Informationen zur Verfügung gestellt wie die durchschnittlichen Messwerte je nach Handicap und Schläger?
- Gibt es Licht in den überdachten Bereichen?
- Sind die überdachten Bereiche beheizbar?
- Gibt es eine ausreichende Anzahl an Spiegeln?
- Werden zum Aufwärmen Sprungseile, Bänder, Bälle etc. zur Verfügung gestellt?
- Sind Aufwärm-Übungen anhand von Bildern oder Video verfügbar?
- Kann auch bei Dunkelheit trainiert werden?
- Gibt es mindestens eine abschließbare Trainer-Hütte?

Sie gehen auf den Abschlag

- Machen die Abschläge einen gepflegten Eindruck?
- Ist die Qualität der Abschläge ausreichend?
- Gibt es eine Informationstafel zur Spielbahn?
- Ist für Sie klar ersichtlich, wie Sie die Spielbahn spielen sollten?
- Sind die Abschläge von Damen und Herren in der Qualität vergleichbar (Größe, Pflegezustand)?
- Sind die Abschläge eben?
- Sind die Abschläge in Spielrichtung angelegt?

...

... Fortsetzung Checkliste

Sie sind auf dem Fairway unterwegs

- Machen die Fairways einen gepflegten Eindruck?
- Ist die Qualität der Fairways ausreichend?
- Entspricht der Pflegezustand der Fairways der Information, die Sie im Sekretariat erhalten haben?
- Ist das Fairway im wahrsten Sinne des Wortes „fair“, so dass sich keine blanken Stellen, Löcher, Steine etc. darin befinden?
- Ist stets eindeutig, wo das Fairway anfängt und wo es aufhört?
- Gibt es ausreichend Entfernungsmarkierungen?
- Sind die Entfernungsmarkierungen korrekt?
- Sind die Bunker in ordentlichem Zustand?
- Ist der Sand in den Bunkern an jeder Stelle ausreichend und von guter Qualität?
- Sind die Bunker fair gesetzt?
- Sind die Wasserhindernisse als solche erkennbar?
- Sind die Biotope als solche erkennbar?
- Gibt es nur eine zumutbare Anzahl an Stellen von Boden in Ausbesserung?
- Sind die Wege gepflegt?
- Ist zur Orientierung die Beschilderung auf dem Platz ausreichend?

Sie sind abseits vom Fairway unterwegs

- Machen die Roughs einen gepflegten Eindruck?
- Ist die Qualität der Roughs ausreichend?
- Ist das Rough spielbar?
- Finden Sie die Bälle in ein paar Metern Entfernung vom Fairwayrand noch?
- Ist es eindeutig, an welchen Stellen Sie Erleichterung in Anspruch nehmen dürfen?

Sie sind auf dem Grün

- Machen die Grüns einen gepflegten Eindruck?

- Ist die Qualität der Grüns ausreichend?
- Entspricht der Pflegezustand der Grüns der Information, die Sie erhalten haben?
- Sind die Grün-Geschwindigkeiten von Spielbahn zu Spielbahn vergleichbar?
- Sind die Ondulierungen fair?
- Ist erkennbar, wo Sie zum nächsten Tee gehen sollten?

Sie nutzen die Restauration

- Fühlen Sie sich in den Räumlichkeiten wohl?
- Sind die Mitarbeiter freundlich?
- Ist die Tischdekoration ansprechend?
- Finden Sie auf der Speisekarte ausreichend ansprechende Gerichte zu unterschiedlichen Anlässen?
- Werden die Speisen in der Regel frisch zubereitet?
- Stimmt das Preis-/Leistungsverhältnis?
- Ist der Service angemessen?
- Ist erkennbar, dass man sich engagiert, indem bspw. stets frischer selbstgemachter Kuchen angeboten wird, dem Heißgetränk selbstgemachte Kekse beigelegt werden, dass darauf geachtet wird, dass kohlenensäurehaltige Getränke langsam eingeschenkt werden, damit die Kohlensäure nicht entweicht, etc.?

Existiert ein erweitertes Dienstleistungsangebot?

- Ist die Verfügbarkeit von W-LAN vorhanden?
- Gibt es eine Möglichkeit, sich zurückzuziehen, um an einem ungestörten Arbeitsplatz beruflichen Verpflichtungen nachgehen zu können?
- Ist die Nutzung eines Fitness-Raums mit Fitness-Geräten möglich?
- Ist die Nutzung eines Schwimmbads möglich?
- Ist die Nutzung von Wellness-Einrichtungen möglich?
- Ist die Nutzung einer Sauna möglich?

Bewertung der Willkommens-Kultur anhand der Beitrags-Checkliste

Erarbeiten Sie anhand Ihrer Interpretation der vier Dimensionen eine Konzeption Ihrer Golf-Anlage und legen fest, welche Fragen ganz besonders entscheidend sind. Legen Sie ebenfalls fest, welche weiteren Fragen wichtig und welche eher vernachlässigbar sind. Zählen Sie am Ende Ihre „Ja“-Stimmen. Achten Sie darauf, dass speziell Ihre wichtigen Fragen ein „Ja“ erhalten. Folgende Orientierung soll Ihnen helfen, Ihre Willkommens-Kultur zu bewerten und Handlungsbedarf zu identifizieren:

Anzahl der „Ja“: Mehr als 90% aller Fragen und auf jeden Fall alle Ihre besonders wichtigen Fragen:

Gratulation. Sie haben eine ausgeprägte Willkommens-Kultur. Wenn Sie dies für Ihr Marketing nutzen, werden Sie sehr erfolgreich sein. Vielleicht lassen sich auch noch die restlichen 10% optimieren?

Anzahl der „Ja“: Zwischen 75 und 90% aller Fragen und die meisten der besonders wichtigen Fragen:

Sie sind auf gutem Wege, eine ausgeprägte Willkommens-Kultur zu etablieren. Es lohnt sich auf jeden Fall, weitere Aspekte zu optimieren. Stellen Sie zunächst sicher, dass auch die besonders wichtigen Fragen ein „Ja“ erhalten. Arbeiten Sie erst dann daran, die restlichen Aspekte zu optimieren.

Anzahl der „Ja“: Zwischen 40 und 75% aller Fragen:

Es liegt ein wenig Arbeit vor Ihnen. Sie sollten sicher sein, dass Sie die Unterstützung der Verantwortlichen sowie der Mitglieder erhalten, damit Sie mit Konsequenz effizient an der Attraktivität Ihrer Golf-Anlage arbeiten können. Idealerweise bilden Sie ein Team von Mitgliedern und Verantwortlichen, um eine adäquate Konzeption auszuarbeiten.

Anzahl der „Ja“: Weniger als 40% aller Fragen:

Es liegt viel Arbeit vor Ihnen. Aber sie werden schnell erkennen, dass es sich lohnt, die Willkommens-Kultur zu op-

timieren. Unterscheiden Sie zwischen Aspekten, die Sie einfach optimieren können, indem Sie Anweisungen erteilen und Aspekten, die passend zu Ihrer Golf-Anlage inhaltlich stärker ausgearbeitet werden müssen. Es ist wichtig, dass Sie ausreichend Rückhalt bei den Verantwortlichen und Mitgliedern erhalten. Eine Task Force ist ideal, um Sie zu unterstützen und die einzelnen Aspekte inhaltlich aufzubereiten.

Damit auch auf lange Sicht gewährleistet werden kann, dass wesentliche Elemente der Willkommens-Kultur optimal bleiben, bietet es sich an, Verantwortliche zu bestimmen. Deren Aufgabe ist es z.B. im Bereich Platz, Range, Gastronomie etc. regelmäßig die Einhaltung der Vorgaben zu überprüfen und den Greenkeeper, den Pro, den Manager oder den Koch zu unterstützen.

Versuchen Sie alle Aspekte konsequent an den vier Dimensionen auszurichten und einen nach dem anderen auf Ihrer Golf-Anlage umzusetzen. Achten Sie bei der Ausgestaltung darauf, dass es zu ihrer Golf-Anlage bzw. Ihrem Erfolgskonzept passt. Stellen Sie sicher, dass der Anspruch an Ihre Willkommens-Kultur von Verantwortlichen wie Mitgliedern und Gästen gleichermaßen gelebt wird.

Andreas Gross

STRATEGIEWECHSEL IN DER CLUBPHILOSOPHIE WAGEN

Outsourcing der Gastspieler-Akquise

Best Practice Marketing und Vertrieb: Royal Park I Roveri, Turin/Italien

Eine der wichtigsten strategischen Entscheidungen im Marketing- und Vertriebsbereich einer Golfanlage bezieht sich auf die angestrebten Produkte und Zielgruppen. Schnell kommt die Frage auf, ob der Club als traditioneller Privatclub, als Semi-Privatclub oder als Pay & Play-Anlage gestaltet werden soll. Golfclubs auf der ganzen Welt beschäftigen sich mit dieser Frage – und die Entscheidung hängt von zahlreichen Faktoren ab. Da feste Mitgliedschaften regelmäßige Einnahmen garantieren, haben sich die meisten Betreiber für die Varianten Privatclub oder Semi-Privatclub entschieden. Aber die Zeiten hoher Einstiegszahlungen bei Club Eintritt sind längst Geschichte, viele der privaten und halbprivaten Anlagen stehen vor großen und neuen Herausforderungen in den Bereichen Marketing und Vertrieb.

Golf-Reisende als vielversprechende Zielgruppe

Der Wechsel von einer „Nur für Mitglieder“-Philosophie hin zu einer „Gäste willkommen“-Strategie sieht auf den ersten Blick recht einfach aus. Aber in der Praxis steht eine Anlage vor einer Vielzahl oftmals sehr komplexer Herausforderungen, wenn man



Riccardo Colombo, Gründer von Top Golf Holiday, übernimmt mit seinem Golfreiseveranstalter die Gäste-Akquise für Royal Park I Roveri.

sich als Anlage einem breiteren Publikum öffnen möchte. Greenfee-Spieler aus dem unmittelbaren Umkreis generieren meist nur eine geringe Anzahl an Runden, da sie üblicherweise mehrheitlich im eigenen Club spielen. Eine der vielversprechendsten Zielgruppen sind daher Golf-Reisende. Der Markt für Greenfee-Spieler auf Reisen ist sehr groß – vor allem, wenn sich die Anlage in einer attraktiven Destination befindet, die neben Golf noch weitere Sehenswürdigkeiten und Attraktionen bietet. Aber die Ansprache und Gewinnung dieser

Zielgruppe bedeutet, dass der Club sein Vertriebsgebiet deutlich ausweiten muss. Vor allem ausländische Märkte bringen neue Varianten beim Kundenverhalten, neue Sprachen und zusätzliche Kundenerwartungen mit sich. Andererseits – nicht nur in Deutschland, sondern auch in zahlreichen Clubs in ganz Europa – verfügen die meisten Golfanlagen noch nicht einmal über eine eigene Marketing- und Vertriebsabteilung. Viel wahrscheinlicher ist es in der Praxis, dass diese Aktivitäten zum Aufgabenportfolio der Clubmanager zäh-