

GOLF inside

Das Business-Magazin

NEWSLETTER

07 / 11 - JULI 2011

Japan-Drive: Caligari Golf Equipment (Bad Ragaz), im Heimatmarkt Schweiz seit über 20 Jahren Generalimporteur von GIII und OnOff, beliefert ab sofort mit den zwei japanischen Marken (ehemals Daiwa Golf) auch den Handel in Deutschland und Österreich. Beide Labels produzieren Schläger im Premium-Bereich, OnOff bietet zudem auch Taschen. Firmenchef Marco Caligari, u.a. mit Ben Sayers, Ecco, Hirzl, Maxfli, STX und Yes Golf aktiv, kündigt jedenfalls »Clubs mit außergewöhnlicher Performance sowie coole und trendige Accessoires« an.

Accessoires-Allianz: Puma North America und der Sportzubehör Spezialist The Wheat Group (San Diego) haben soeben das Joint Venture Puma Wheat Accessories gegründet, dessen erste Kollektion im Frühjahr 2012 im US-Handel landen soll. Parallel dazu wird es zwischen Cobra Puma Golf und The Wheat Group ein Lizenzabkommen geben, das u.a. die Entwicklung von Bags, Handschuhen, Caps, Gürteln und weiteren Accessoires vorsieht.

New Wave Group: Noch mehr Golfpräsenz durch Ahead-Übernahme

Der schwedische Mutterkonzern von US-Bekleider Cutter & Buck baut sein Golf- und Firmenkundengeschäft weiter aus: Soeben unterzeichnete die New Wave Group (Hisings Kärra) einen Vertrag zur Übernahme des US-Kopfbedeckungsspezialisten Ahead (New Bedford), darin vereinbart sind ein Kaufpreis in Höhe von 17,4 Mio. USD (derzeit ca. 12,3 Mio. EUR) plus 5,0 Mio. USD für die Anpassung des Nettovermögenswerts. Ahead ist hierzulande vor allem für seine innovativen Logo-Ware-Lösungen bei Mützen, Caps etc. bekannt, im Heimatmarkt aber auch sehr aktiv mit Golfbekleidung für Damen (Kate Lord Collection) und Herren. Zudem umfasst die Produktpalette eine Vielzahl an Zubehör vom Handschuh bis zur Pitch-Gabel. Der damit erzielte Umsatz lag 2010 bei rund 32,0 Mio. USD, im operativen Geschäft wurde dabei ein Gewinn von 2,7 Mio. erzielt. Laut New Wave soll die Übernahme noch im dritten Quartal abgeschlossen werden, wobei man die Neuerwerbung als Tochter von New Wave USA ansiedeln will.

VK-Preisoffensive: Britischer Billig-Seller und deutsche Drücker

Dass im Juni oder spätestens Juli die Preise fürs Equipment zu bröckeln beginnen, gehört im Golfgeschäft allein schon wegen der Modellzyklen, etwa bei Schlägern, längst zum Alltag. Und beinahe genauso normal ist inzwischen, dass Jahr für Jahr der ein oder andere Händler die branchenweite Reduzierungsflut noch ein bisschen höher schwappen lässt, weil er den Preis für das Produkt X oder Y noch ein bisschen tiefer ansetzt. Worauf die Kollegenschaft dann ebenso regelmäßig mit gehörigem Unmut reagiert. Im Sommer 2010 steht das X für den TaylorMade-Satz »Burner Superlaunch« – und als Preisdrücker werden Golfoutletstores und Golf24 (beide München) genannt. »Die beiden haben den Flächenbrand ausgelöst«, zeigen Händler auf den spürbar »tiefergelegten« VK von 399 EUR für Eisen 5-SW mit Graphitschaft, mit dem die allgemein vom Markt erwartete Marke von 499 EUR noch um stattliche 20% unterboten wird. »Der Preis ist jetzt verbrannt«, hörte GI weiter, schließlich sei kurz darauf dann auch noch Golf House auf dieses Niveau eingestiegen. Womit man wieder mal beim Kernproblem des Handels im Internet-Zeitalter wäre: Die besagten 399 EUR gelten ja nicht nur in München – dank der Online-Shops sind sie bundesweit für alle Golfer verfügbar.

Wenn es dumm läuft, werden derartige nationale Irritationen aber womöglich schon bald



Die natürliche Wirkung der HipTitan bh+ Armبänder beruht auf drei bemerkenswerten und wertvollen bioenergetischen Eigenschaften: Ionen, Ferninfrarot und Magnetkraft in revolutionärer Technologie kombiniert.

ab 49,95 €

Das Plus für Ihr Wohlbefinden!

best-service Company • Telefon: +49 (0) 85 61 - 91 22 55 • Fax: +49 (0) 85 61 - 91 22 91 • E-Mail: info@best-service.de • www.best-service.de

Messe-Millionen: Die Golf Europe darf kein Minus machen – diese Vorgabe von Veranstalter Messe München ist klar dem Prinzip und nicht etwa einer Notwendigkeit geschuldet, wie die soeben veröffentlichte Bilanz 2010 zeigt. Denn hier erzielte der Konzern einen Rekordumsatz von 301,8 Mio. EUR und war zugleich mit einem EBITDA von 80,4 Mio. hochprofitabel.

Allein-Herrschaft: Der Immobilienentwickler TCN (Utrecht), bislang bereits Miteigentümer der Großhandelscenter in Salzburg und Hannover, hat soeben die restlichen Anteile des Investment-Partners CVI übernommen. Aktuell verfügen die Niederländer damit europaweit über gut 250.000 qm Geschäftsfläche mit mehr als 1.000 Leasing-Verträgen in der Mode-, Sport-, Schuh- und Möbelbranche.

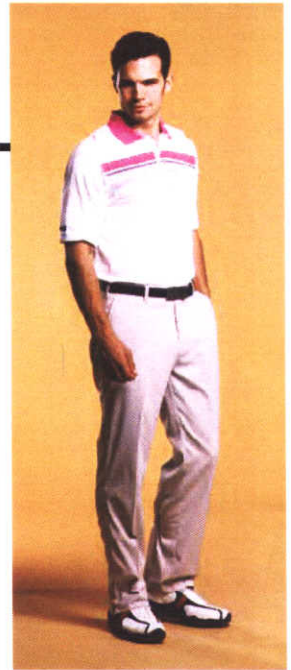
Bestmarke I: Der GMVD konnte Anfang Juli mit Berthold Apel das 600. Mitglied begrüßen. Inklusiv des Falkenstein-Geschäftsführers zählt der Managerverband damit derzeit 462 Einzelmitglieder, der Rest verteilt sich je zur Hälfte auf Clubs und Betreiber bzw. Fördermitglieder. Der GMVD verzeichnet nun zudem – nach einem Durchhänger von 2002 bis 2004 – einen konstanten Aufschwung: Seit 2005 hat sich die Mitgliederzahl fast verdoppelt.

Bestmarke II: Der BVGA hat soeben das Grand Resort Bad Ragaz als 150. Mitglied aufgenommen. Der Seniors-Tour-Schauplatz ist die einzige Golfanlage der Schweiz, die von dem Anlagenbetreiberverband die Klassifizierung »5 Sterne Superior« erhalten hat.

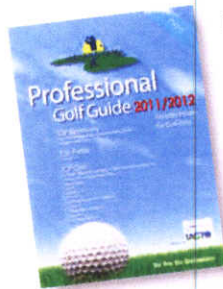
Reise-Sponsor: Der Türkei-Spezialist H&H Touristik grüßt ab sofort als offizieller Premium-Partner des DGV. Der Karlsruher Reiseveranstalter, zudem auch an Zielen wie Ägypten, Zypern oder Deutschland aktiv, wird Clubs und Mitgliedern dabei künftig spezielle Angebote für Individual-, Mannschafts- und Pro-Reisen machen.

NEWSinside

stufenlos verstellbarer Griffstange garantiere Stabilität auch in unwegsamem Gelände, so das Limburger Unternehmen, die zwei Antriebsmotoren in der Achse sollen in Verbindung mit dem leichten Lithium-Akku auch noch nach 27 Löchern für die nötige Dynamik sorgen. Die Neuheit ist in Titansilber lackiert, das Packmaß beträgt 65 x 60 x 10 cm. **+++ Ping Collection:** Kräftige, leuchtende Töne, dazu traditionelles Schwarz und Grau plus (natürlich) Weiß – die neue Kollektion des Golfschneiders für Frühjahr/Sommer 2012 präsentiert sich mit einem lebhaften Farben-Mix, wobei aber die Kombinierbarkeit der einzelnen Teile untereinander noch größer geworden sein soll. Ausgestattet mit der gewohnt hohen Funktionalität und Bequemlichkeit, umfasst das Programm von Ping Collection drei verschiedene Themen für Herren, zwei Linien für Damen sowie eine neue Jugendkollektion mit dem Namen »50/50«.



Pro-Special: Flexible Reisebausteine von Golf Guide Tours für den Winter



Der Münchner Gruppenreisen-Spezialist Golf Guide Tours hat vor kurzem seinen neuen »Professional Golf Guide 2011/2012« vorgestellt. Der von Oktober bis Mai gültige Flyer enthält eine Fülle von attraktiven Hotel-Golf-Kombinationen, die als flexible Reisebausteine zum Fixpreis angeboten werden – der Pro muss anschließend nur noch die von ihm gewünschte Gewinnspanne aufschlagen, plus eventuell den Flug – und fertig ist das Package für die Gruppenteilnehmer. Als Destinationen für die bevorstehende Wintersaison stehen Ägypten, Griechenland, Italien, Marokko, Tunesien und Zypern zur Wahl, bei den Fernzielen Mauritius, Südafrika und USA (Myrtle Beach), dominiert wird das GGT-Angebot jedoch vor allem von Spanien und Portugal. Dazu ein Preisbeispiel für den relativ neuen und damit noch nicht »ausgetretenen« Jack Nicklaus Golf Trail in Murcia: Der Baustein mit 7 Ü/F im DZ im 5-Sterne-Hotel Inter-Continental La Torre Golf Resort mit Leihwagen für die gesamte Woche, 5 Greenfees (La Torre, Hacienda Riquelme, El Valle), Nutzung der Übungseinrichtungen und unlimitierten Range-Bällen kostet von November bis Februar 710 EUR pro Person.

Marokko: Zweistelliges Wachstum im Golftourismus und mehr Plätze

Das Königreich am Atlantik, von den Umwälzungen in Nordafrika und Arabien bislang unberührt, registriert stark steigende Beliebtheit als Golfreiseziel: In den letzten drei Jahren wuchs die Schar der »grünen Gäste« in Marokko um rund 40% auf mehr als 172.500 Golfer, wie das Office National du Tourisme berichtet. Parallel dazu schmiedet man auch große Zukunftspläne: Binnen der nächsten drei Jahre sollen 13 neue Golfplätze entstehen und so die Gesamtzahl auf 40 nach oben schrauben. Das lockt Management- und Designfirmen aus dem Ausland an: Gerade hat z.B. Braemar Golf (St. Andrews) zusammen mit CGI, einem der größten Immobilienentwickler des Landes, das Joint-Venture Braemar Golf Maroc gegründet. Die beiden ersten Projekte des Duos sind schon in Bau: Casa Green Town (nahe Casablanca) und das Chrifia Resort in Marrakesch.

Wales: Golferausgaben steigen doppelt so stark wie Besucherzahlen

Der Ryder Cup 2010 habe im ganzen Land Wunder bewirkt, freuen sich die Verantwortlichen von Visit Wales über einen Anstieg der Einnahmen aus dem Golftourismus um rund 21% auf knapp 42 Mio. GBP (ca. 49 Mio. EUR) im vergangenen Jahr. Parallel dazu wuchs 2010 die Zahl der Golfer, die auch noch übernachteten, um 12%, die Pro-Kopf-Ausgaben