

Die Fachzeitschrift für Führungskräfte und Betreiber

golfmanager

Ausgabe 3 / 19 • G 14043

YOUR CULTURE IS YOUR BRAND



Gelebte Kultur – auf und abseits des Golfplatzes
Unternehmenskultur auf Golfanlagen

Weitere Themen:

- Mehr Sicherheit bei Kreditkarten-Zahlungen
- Qualitätsgolf nördlich des Polarkreises
- Weitere Informationen und Beiträge? gmkg-InfoBox!



Köllen Druck + Verlag GmbH • Postfach 41 03 54 • 53025 Bonn

BMW GOLF TALK 2019

Die Generation Z für Golf begeistern

„Golf vs. Generation Z – Wie kann der Golfsport die junge Zielgruppe erreichen?“ lautete das diesjährige Thema des BMW Golf Talks 2019 während der BMW International Open im Golfclub München Eichenried.

Zur „Generation Z“, auch „digital natives“ genannt, zählen junge Menschen ab Jahrgang 1999. Sie sind mit digitalen Medien aufgewachsen und mit den damit verbundenen Konzepten und Technologien vertraut. Für sie ist ein Leben ohne das Internet unvorstellbar. Die Generation Z ist ständig online und seit Kindesbeinen gewohnt, eine Flut von digitalen Informationen zu erhalten und für sich zu nutzen. Die „digital natives“ wachsen mitten in einer digitalen Welt auf, sind Teil einer 24-Stunden-vernetzten Online-Community. Und das sind sie gerne! Virtuelle Kontakte werden oft gleichwertig zu persönlichen Kontakten gepflegt. Nun stellt sich die Frage: „Wie können wir diese jungen Menschen für das Thema Golf begeistern?“

Darüber sprachen Anna Angermeier (selbstständige Kommunikations- und Marketingberaterin in der Sportbranche), Patrick Emery (Leiter Golfakademie Schloss Monrepos, Gründer und CEO von „Der Golf Blog“), Ralph Fürther (Unternehmenssprecher, Sky Deutschland GmbH), Patricia Heinlein (Bayerischer Golfverband, Presse- & Öffentlichkeits-



Die Diskussionsteilnehmer (v.l.): Patrick Emery, Stefan Kirstein, Patricia Heinlein, Andreas Dorsch (Moderation), Anna Angermeier und Ralf Fürther.

(Fotos: GMVD)

arbeit) und Stefan Kirstein (Geschäftsführer des Mainzer Golfclubs). Nach einigen Worten von Christian Masanz, Leiter Sport- und Kulturmarketing bei BMW, moderierte GMVD-Geschäftsführer Andreas Dorsch die Diskussionsrunde.

Insbesondere in der Altersgruppe der Kinder und Jugendlichen bis 18 Jahren ist in den letzten zehn Jahren ein Rückgang von über 10.000 jungen Menschen zu verzeichnen (von 52.555 im Jahr 2009 auf 41.405 im Jahr 2018), also bei der Generation Z. Befragt nach den Gründen für den Rückgang bei Kindern und Jugendlichen in deutschen Golfclubs stellte Patrick Emery fest, dass zum einen weniger Kinder für den Golfsport geeignet wären und zum anderen keine Zeit für den Sport Golf sei. Letzteres liege zum einen an anderen Sportar-

ten, denen man nachgehen möchte, und zum anderen am zunehmenden Leistungsdruck in der Schule. Patricia Heinlein pflichtete dem bei, denn alle Verbände kämpften ihr zufolge um Nachwuchs. Konkurrenten seien auch das Internet oder beispielsweise Netflix. Ihrer Meinung nach ginge es vor allem nicht ohne die Eltern, denn die Kinder müssten zum Golfplatz gefahren werden. Selten ist ein Golfclub mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Eine der wenigen Ausnahmen ist der Mainzer Golfclub, vor dessen Clubhaus eine Bushaltestelle liegt. Stefan Kirstein bestätigte, dass die zentrale Lage für seinen Club, der 160 Kinder und Jugendliche als Mitglieder hat, von Vorteil ist. Golf hat kein „Brand Awareness-Problem“, wie Anna Angermeier befand. Schnuppergolf werde praktiziert, aber man müsse Wege finden, die Auf-

merksamkeit dauerhaft zu fesseln. Dabei sei die Zielgruppe flexibel, habe viele Interessen, sei nicht kompromissbereit und lege sich ungern fest. Ralf Fürther konstatierte, dass es bisher nicht gelungen ist, dem Golfsport ein anderes Image zu verpassen, Golf werde noch immer für zu teuer, zu zeitaufwändig und zu elitär gehalten. Hier herrsche Handlungsbedarf.

Im weiteren Verlauf der Diskussion wurden grundsätzliche Ideen gesammelt, wie man das Interesse der Generation Z gewinnen kann. Ähnlich wie Fitnessstudios könne man sich breiter aufstellen (Patricia Heinlein) und man müsse Events schaffen (Ralf Fürther), allerdings dabei aufpassen, ältere Golferinnen und Golfer nicht zu verschrecken (Patrick Emery). Zudem könnten kurze, spannende Bewegtbilder, ein schnelles Platzerlebnis



Angeregt wurde über mögliche Wege (von „Klassikern“ wie Servicedenken bis hin zur Einbindung von Influencern) diskutiert, die Generation Z für den Golfsport zu interessieren.

ohne gleich eine Mitgliedschaft verkaufen zu wollen, Servicedenken (Stefan Kirstein) und ein authentischer Golf-Professional (Patrick Emery) helfen, junge

Menschen für den Golfsport zu interessieren. Auch die Kurzfristigkeit spiele eine wichtige Rolle (Anna Angermeier), was Ralf Fürther für Sky bestätigte. Als Re-

aktion auf diesen Zeitgeist werde beispielsweise das Sky-Ticket monatlich kündbar angeboten. Und: Die Generation Z sei YouTube- und Influencer gegen-

über aufgeschlossener als es die Generation Y (1979 bis 1998) sei. In der Folge gibt es auch neue Vorbilder. Ralf Fürther zu Folge führe kein Weg daran vorbei, Influencer zu beauftragen, im Sinne des Golfsports zu publizieren. Der Mediaplan des Deutschen Golf Verbandes müsse sich dahingehend ändern. Patricia Heinlein empfahl vor allem Mikro-Influencer mit ein paar 1.000 Followern, die zu diesen noch persönlich Kontakt haben.

Viele Ansatzpunkte, deren Umsetzung in Angriff genommen werden muss. Es gilt, neue Wege zu beschreiten.

Dr. Johanna Damm

Die Vereinigung clubfreier Golfspieler (VcG) ist mit rund 22.000 Mitgliedern einer der größten Sportvereine Deutschlands. Wir ermöglichen den einfachen und zeitgemäßen Einstieg in die faszinierende Sportart Golf und sind eine dauerhafte Anlaufstation für Gelegenheitsgolfer. Die VcG beschäftigt 18 Personen (Vollzeit, Teilzeit, Aushilfen). Zur Vergrößerung unserer Abteilung Mitgliederservice suchen wir zum frühestmöglichen Zeitpunkt

eine/n Mitarbeiter/in (m/w/d) für den Bereich Mitgliederservice

in Vollzeit (40 Std./Woche, Mo.-Fr.), unbefristet nach Probezeit.

Fähigkeiten, die wir erwarten:

- Selbstständiges, eigenverantwortliches Arbeiten
- Ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit nach innen und außen (empathisch, zuverlässig)
- Strukturiertes, gut organisiertes und präzises Arbeiten
- Sicherer Umgang mit EDV (MS Office)
- Abteilungsübergreifendes Denken

Wünschenswerte Fähigkeiten:

- Berufserfahrung in der Verwaltung einer Golfanlage
- Kenntnisse der Clubverwaltungssoftware „PC CADDIE“

Ihre Aufgaben:

- Bearbeitung von Mitgliederaufnahmen und -kündigungen
- Datenpflege, Erstellung von Statistiken
- Rechnungserstellung, Mahnverfahren, Abstimmung mit Buchhaltung
- Telefonische und schriftliche Bearbeitung von Mitgliederanfragen

Wir bieten:

- Hervorragendes Betriebsklima
- Angemessene Vergütung
- Möglichkeiten zur Fortbildung

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Unterlagen an:



Vereinigung clubfreier Golfspieler im DGV e.V.
Bärbel von Hochmeister
Kreuzberger Ring 64, 65205 Wiesbaden
www.vcg.de | bh@vcg.de

Impressum

Verlag, Redaktion, Vertrieb und Anzeigenverwaltung:

Köllen Druck+Verlag GmbH
Postfach 41 03 54
53025 Bonn
Ernst-Robert-Curtius-Straße 14
53117 Bonn
Telefon 02 28/98 98-280
Fax 02 28/98 98-299
E-mail: verlag@koellen.de

Geschäftsführung:

Bastian Bleck

Herausgeber:

Klaus-Jürgen Bleck

Redaktion:

Stefan Vogel (V.i.S.d.P.)
E-mail: redaktion@koellen.de

Fachredaktion:

Franz Josef Ungerechts
Michael Althoff
Dr. Michael Lenzen
Peter Rücker
Adriaan A. Straten
Beate Licht
Dr. Johanna Damm (GMVD)
Carolina Bartsch (BVGA)

Anzeigen:

Monika Tischler-Möbius
Gültig ist die Anzeigenpreisliste
vom 01.01.2019

Erscheinungsweise: 6x jährlich

Abonnement:

Jahresabonnement € 60,- zzgl.
Mwst. Abonnements verlängern sich
automatisch um ein Jahr, wenn nicht
sechs Wochen zum Jahresende
schriftlich gekündigt wurde.

Titelbild:

© Gustavo Frazao/123rf.com

Layout Titel:

Stefan Vogel

Layout und Satz:

Jacqueline Kuklinski

Druck:

Köllen Druck+Verlag GmbH
Ernst-Robert-Curtius-Straße 14
53117 Bonn-Buschdorf
Telefon 02 28 / 98 98 20

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung sowie das Recht zur Änderung oder Kürzung von Beiträgen, vorbehalten. Artikel, die mit dem Namen oder den Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Offizielles Verbandsorgan von



Golf Management Verband
Deutschland e.V. (GMVD)



Bundesverband Golfanlagen e.V.
(BVGA)