



## Ressortbericht 2019 – Marketing/PR



### Mitgliederentwicklung 2019

Das Jahr 2019 stand ganz im Zeichen unseres 40-jährigen Jubiläums. Damit einhergehend haben wir das Jubiläum genutzt, um Golfeinsteigern und somit potenziellen neuen Mitgliedern attraktive Angebote zu machen.

Von dem Einsteigerpaket, das neben dem Beitrag für das laufende Jahr auch einen Platzreifekurs und diverse zusätzliche Leistungen beinhaltet, haben wir 18 Einheiten verkauft. Mehr als erwartet. Auch der verminderte Beitrag im Jubiläumsjahr hat uns zu einigen neuen Mitgliedern verholfen. So haben uns 85 neue Mitglieder den Weg zum Golfsport und in unseren Verein gefunden. Bei 55 Austritten können wir einen sehr guten Zuwachs von 30 Mitgliedern verbuchen.

Allen, die dazu mitgeholfen haben, sei es die Ausrichtung der Montagsrunde, die Betreuung der Schnupperer, die Helfer beim Golferlebnistag und die Hilfen bei den „Steuermann & Moses“-Turnieren, gilt hier nochmals unser ausdrücklicher Dank. Ohne diese Hilfen ist das alles nicht zu bewältigen.

### Information und Kommunikation

Unser Internetauftritt hatte in 2019 über 29.000 Besucher, die für über 90.000 Seitenaufrufe verantwortlich waren. Neue Inhalte sind z. Bsp. ein Newsletter-Archiv, eine „Hole in One“ Galerie und die Turnierausschreibungen können auch eingesehen werden. Neben dem „Social Network“ Facebook, das aktuell 427 Abonnenten -ein Zuwachs von über 25 % - hat, die wir kontinuierlich mit Informationen versorgen, sind wir auch auf Instagram aktiv. Auch unser Newsletter und die Mitgliederinformation nutzen wir intensiv zur Information und Kommunikation.

### Corporate Identity im Golfclub

Corporate Identity (CI), Corporate Design (CD) und Corporate Behaviour, oder wie in unserem Fall eher Club Identity, Club Design und Club Behaviour zutreffender ist, sind Marketinginstrumente, die nicht nur bei Unternehmen durch das innere und äußere Erscheinungsbild zu Bekanntheit und Erfolg führen, sondern auch im Verein eine Rolle spielen, um sich bekannt zu machen und Mitglieder zu gewinnen.

Die Club Identität bestimmt maßgeblich das Image des Vereins im Innenverhältnis und in der Öffentlichkeit. Für die gesamte Vereinsarbeit und damit auch für das marketingpolitische Arbeiten im Verein ist die Existenz einer einheitlichen, klaren, möglichst unverwechselbaren Vereins-Identität (Club Identity) von großer Wichtigkeit. Alle Aspekte zusammen haben das Ziel, ein positives Image des Clubs aufzubauen und zu kommunizieren. Inneres und äußeres Erscheinungsbild und Verhalten sind in Einklang zu bringen. Club Identität ist gelebte Club Kultur.

Darüber hinaus sollen hier Richtlinien und ein Handlungsrahmen für diejenigen geschaffen werden, die unseren Club sowohl nach innen als auch nach außen vertreten. Empfehlungen oder Vorgaben für Logo, Schrifttypen, Vereinsfarben, Teambekleidung, Drucksachen usw. ergeben ein einheitliches Erscheinungsbild und prägen das Image und die Identität des Clubs.

Ab dem Jahr 2020 wird uns ein auf unserem Club abgestimmtes CI-Konzept bei unseren Marketingaufgaben den Rahmen geben.



## Ausblick 2020

Auch im Jahr 2020 wird der Fokus des Ressort Marketing/PR auf der Gewinnung von neuen Mitgliedern liegen. Hierzu werden wir die Schnupperkurse noch intensiver bewerben. Am 3. Mai veranstalten wir den Golferlebnistag in Verbindung mit dem Tag der offenen Tür.

Das Einsteigerpaket werden wir weiterhin anbieten und ebenfalls bewerben. Für unsere Mitglieder gibt es wieder kostenlose Gutscheine für Schnupperkurse, die sie an Familie, Freunde und Bekannte verschenken können. Auch der jährliche Appell an unsere Mitglieder, bei der Gewinnung von Neumitgliedern aktiv zu helfen, soll an dieser Stelle nicht fehlen. Nach wie vor werden die meisten Golfer und Golferinnen aus dem unmittelbaren Freundeskreis gewonnen.

Mit der Umsetzung des CI-Konzeptes werden wir ein einheitliches Design in unserer externen Kommunikation haben und somit ein positives Image prägen. Unsere Pressearbeit werden wir in bewährter Weise weiterführen.

Vielen Dank an die Damen aus dem Sekretariat, Danke an alle, die Golfeinsteiger und Neumitglieder betreut haben und hoffentlich auch im Jahr 2020 weiterhin betreuen und Danke an alle, die uns helfen, unseren Club interessant, freundlich und attraktiv zu gestalten.

Michael Hibbeler

Vizepräsident - Marketing/PR