



Die Zielgruppe der Golfer / Golftouristen hat ein verstärktes Interesse an Golfplätzen mit unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden und einem attraktiven Zusatzprogramm.

Destination-Golf.de stellt ein umfassendes Dienstleistungsangebot im Marktsegment des Golfsports und des Golftourismus zur Verfügung, das sowohl die Unternehmensziele der Anbieter (z.B. Golfclubs, Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Tourismus, Wellness, Lifestyle und Shopping), als auch die Bedürfnisse der Nutzer (Golfspieler, Golfinteressenten) berücksichtigt und somit für die Leistungsanbieter ermöglicht Ihre Produkte und Dienstleistungen gezielt und unter Minimierung von Streuverlusten der Zielgruppe der Golfer zu präsentieren.

Hierzu werden alle Golfplätze erfasst und vernetzt sowie mit dem Leistungsangebot und den Informationen passender Netzwerkpartner verknüpft. Darüber hinaus umfasst das Leistungsangebot von Destination-Golf.de die Bereitstellung eines Beratungs- und Servicepaketes zur aktiven Vermarktung der Produkte und Dienstleistungen der Kooperationspartner. Dazu gehören u.a.:

- **Die Zusammenstellung der Produktpaletten**
- **Die Erarbeitung des Marketing-Mixes sowie PR-Aktivitäten**
- **Kommunikation und Koordination mit den Marken- und Produktverantwortlichen**
- **Erstellung von Printmedien, Druck und Verteilung**
- **Vertriebskoordination und Bereitstellung eines Buchungssystems**
- **Präsentation auf Veranstaltungen und Fachmessen**
- **Durchführung von eigenen, erlebnisorientierten Veranstaltungen**

Dem Golfer bzw. Golftourist steht ein System zur Verfügung, das alle für ihn wichtigen Informationen über Golfclubs, Hotellerie, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen sowie Anbieter von Wellness-, Lifestyle- und Shoppingbranche liefert. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Reservierungen und Buchungen über assoziierte Reisebüros vorzunehmen.

Der unter der Bezeichnung „Destination-Golf.de“ zusammengefasste „Golf & Tourismus Guide“ fokussiert sich innerhalb der Zielgruppe der Golfer/Golftouristen auf die Kundengruppe der sog. „smart-orientierten Convenience Golfer“ zwischen 45 und 65 Jahren. In diesem stark wachsenden Golf-Touristiksegment lässt sich die Zielgruppe wie folgt charakterisieren.

- **bucht zu 11,3 % Pauschalreisen**
- **nutzt zu 46 % die Wellness-Einrichtungen**
- **ist Feinschmecker**
- **hat sich der Reise, Kultur und dem Sport verschrieben**

Da die definierte Zielgruppe meist männlich ist und in der Regel mit einer Begleitperson verreist, sind bei der Zusammenstellung der Leistungsanbieter/Kooperationspartner und dem darauf aufbauenden Marketing-Mix auch die Mitreisenden mit ihren Erwartungen und Bedürfnissen einzubeziehen. Nur so kann eine langfristige Akzeptanz des Leistungsangebotes seitens der Nachfrager (Golfer/Golftouristen) erwartet werden.

Die Bedürfnisse und Erwartungen der Mitreisenden lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- a. **hohe Affinität zu Gesundheit, Wellness, Freizeit, Essen und Trinken bei weiblichen Lebens- und Ehepartnern**
- b. **hohe Affinität zu Hotel- und Cluburlaub bei Familienmitgliedern (Kinder und Jugendliche)**
- c. **die unter a) und b) genannten Wünsche und Bedürfnisse in Kombination mit zusätzlichen Tagungsmöglichkeiten bei Freunden und Bekannten.**

Wesentliches Kriterium für eine anhaltende Nachfrage ist ein flexibles Angebot, das dem wachsenden Bedürfnis nach Diversifizierung und Abwechslung in der Freizeitgestaltung Rechnung trägt. Darüber hinaus bestimmt bei der kapitalkräftigen aber auch anspruchsvollen Zielgruppe der Golftouristen ein absolut stimmiges Preis-Leistungs-Verhältnis den nachhaltigen Erfolg.

Destination-Golf.de bietet für die Leistungs- und Netzwerkpartner folgenden Nutzen:

Zielgruppe	Kernnutzen	Nutzen-/Leistungsbestandteile im Einzelnen
Golfclubs	Gewinnung von Mitgliedern und „Greenfeespieler“ durch Golftouristen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Organisation von Golfturnieren ▶ After-Work-Golf ▶ Gewinnung von Fernmitgliedschaften ▶ Bessere Auslastung der Clubgastronomie ▶ Steigerung der Attraktivität des Clublebens ▶ Präsentation auf Golfmessen und dadurch Steigerung des Bekanntheitsgrades ▶ Konkrete Angebotsmöglichkeiten durch Newsletter an die Netzwerkpartner und registrierten USER sowie Interessenten
Hotels	Steigerung der Kapazitätsauslastung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Erschließung neuer Gästegruppen bessere Auslastung durch Kurzreisende ▶ Erhöhung der Attraktivität durch Zusatzangebote (Unterkunft und Golfen) ▶ Förderung des Tagungsgeschäftes (Seminare und Golfen) ▶ Angebotsmöglichkeiten durch Newsletter an den Golfer-/Interessentenpool

Gastronomie	Steigerung des Gästepotentials	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Steigerung der Gästezahl durch Einbindung in das Netzwerk „Golf & Gourmet“ ▶ Präsentation auf Golfmessen ▶ Imagetransfer ▶ Angebotsmöglichkeiten durch Newsletterpool
Touristische-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen	Ansprechen neuer Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Erschließung neuer Marktsegmente ▶ Aktive Vermarktung unter dem Motto „Golf & Kultur“ bzw. Golf & Freizeit“ ▶ Steigerung der Bekanntheit der touristischen Region
Anbieter im Bereich Wellness, Lifestyle und Shopping	Akquisition neuer Kundengruppen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Steigerung des Kunden-/Umsatzpotentials durch direkte Einbindungsmöglichkeiten bei Golf-Pauschalangeboten ▶ Vmarktung durch Netzwerkpartner ▶ Präsentation auf Messen ▶ Nutzung des Newsletterpools

Definition einer Marke zur Positionierung im Markt

Die Definition bzw. das Schaffen einer Marke bietet die Möglichkeit, sich von den Mitbewerbern abzuheben, es schneller bekannt zu machen und das Vertrauen in die Qualität des Leistungsangebotes zu stärken.

Mit Destination Golf wurde eine Wortschöpfung gewählt, die die Assoziation zu Golf und den damit verbundenen Zusatzleistungen leicht herstellen lässt.

Für die Golfer assoziiert die Marke das Golf-Reiseziel und hat in den im Zielgebiet gängigen Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch die gleiche Bedeutung und Schreibweise.

Unter dem Leitmotiv „Golf“ können die weiteren Marktsegmente Gourmet, Wellness, Kultur und Business zusammengefasst und gemeinsam vermarktet werden.

Die Wortmarke „Destination Golf“ wurde am 07.04.2006 beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen.

Markt- und Wettbewerbssituation

Der Golfsport ist das Sportsegment mit den höchsten Zuwachsraten und hat sich zum Trendsport Nr. 1 entwickelt. Betrachtet man die Verbreitung des Sports im Verhältnis der Golfer zur Gesamtbevölkerung, so liegt Deutschland mit ca 0,5 % im unteren Drittel des Länderratings. Länder der Spitzengruppe weisen Durchschnittsraten zwischen 10 % und 18 % auf.

Nach einer Erhebung des DGV liegt das Potential an Interessenten für das „Golfspielen“ bei ca. 4 Mio., im Bereich der unregelmäßig Spielenden bei etwa 1,5 Mio. und bei der Gruppe der organisierten Golfer bei ca. 0,5 Mio.

Insoweit besteht in Deutschland ein hohes Wachstumspotential mit der eindeutigen Tendenz zum Breitensport.

Struktur und Entwicklungstendenzen

Das Marktsegment „Golftourismus“ entwickelt sich kontinuierlich weiter, wobei das damit verbundene Potential von den Touristikgemeinschaften und deren Partnern nur unzureichend genutzt wird.

Beim Golftourismus ist zwischen den Tagesausflüglern und den Kurzreisen zu unterscheiden. Tagestouristen können in einer Anreiseentfernung bis zu etwa 150 km gewonnen werden.

Bei den Kurzreisen, die durchschnittlich etwa 10 Tage umfassen, ist Deutschland mit rd. 43 % mit Abstand das Lieblingsziel der Golftouristen.

73.000 Golfer unternehmen im Jahr mindestens eine Kurzreise, wobei 11,3 % Pauschalreisen buchen. Bei der Unterkunft dominiert das Hotel bzw. Hotelresort.

Derzeit sind die Betreiber von Golfanlagen noch nicht ausreichend auf den wachsenden Golftourismus eingestellt. Nach einer Erhebung der F.U.R. (Forschungsgesellschaft Urlaub und Reisen) sind nur etwa 16 % der Golfclubs organisatorisch auf den Tourismus vorbereitet und nur jeder 3. Golfclub bietet den Interessenten Pauschalangebote mit den Bausteinen „Unterbringung und Golf“ an.

Nur wenige Anbieter im Bereich Hotel, Gastronomie, Tourismus sowie Wellness-Lifestyle und Shopping nutzen Kooperationen mit Golfclubs, um die wachende Zielgruppe der Golftouristen als leistungsfähiges Netzwerk gezielt anzusprechen.

Zur Abschöpfung der einzelnen Marktpotentiale und zur systematischen Erschließung der Zielgruppe der Golftouristen bedarf es einer übergreifenden Marketingstrategie – Hierfür wurde das Kooperative Netzwerk Destination-Golf.de entwickelt.

Werden auch Sie Kooperationspartner von Destination-Golf.de

