



[Anrede] [Name],

das wirtschaftlich beste Jahr seit 1997 verzeichnet der DGV Betriebsvergleich 2007 für die deutschen Golfanlagen. Die Anhebung der Greenfeepreise um etwa 6% ist da sicher ein bedeutsamer Beitrag zur Verbesserung gewesen.

Turnaround geschafft? Ja.

Entwarnung und zurück zur Tagesordnung? Wohl besser nicht.

Denn bereits 2008 dürften die gestiegenen Energiekosten ihre Spuren im Greenkeepingbudget hinterlassen haben und schon gibt es erste Golfanlagen, die sich mit neuen Anforderungen bei Refinanzierungs- oder Investitionsgesprächen mit ihren Banken konfrontiert sahen.

Die Anforderungen an die betriebswirtschaftlichen Führungsinstrumente werden steigen. Die Erwartungen an eine solide Finanzplanung und eine dazu passende Betriebsführung werden höher. Wer sich da durch die Nutzung aller Möglichkeiten seiner Clubverwaltungssysteme einschließlich der so genannten "Business-Cockpits" gut aufgestellt hat, darf der absehbaren Entwicklung gelassen entgegensehen.

Ihnen allen wünsche ich im Namen des ganzen ClubWebMan Teams geruhsame Feiertage und einen guten Start in ein möglichst turbolenzfreies 2009.

Ihr Joachim Geffken

Golf Web-Praxis



Winterruhe

Wenn auf dem Golfplatz nichts geht ...

... dann wird vielerorts der Service in der Clubverwaltung reduziert oder ganz eingestellt. Das ist angesichts der sieben-Tage Belastung für die Mitarbeiter im Rest des Jahres verständlich und mangels Nachfrage nach Service auch häufig gut vertretbar.

Viele Golfanlagen lassen in solchen Zeiten dann auch ihre Webseiten unverändert - und das ist wohl eher als Fehler anzusehen, sehen wir doch in den Zugriffs-Statistiken in solchen Monaten immer noch zwischen drei- und fünftausend (dann wohl schlecht bedienter) Besucher.

Offenbar ist gerade jetzt die Information über die Beispielbarkeit des Platzes oder sonstige Neuigkeiten im Club stark gefragt.

Wir haben für Sie eine Liste mit Anregungen zusammengestellt, worüber man in diesen Zeiten Nachrichten schreiben könnte und wie man die Publizierung in arbeitsfreien Zeiten oder von daheim organisieren kann.

Diese kostenlose Liste können Sie mit einem [Klick hier anfordern](#).

WEB KNOW-HOW

Zugriffstypen
Bei der Bewertung der Seitenzugriffe wurden jeweils der obere und untere Extremwert ignoriert, die übrigen Zugriffswerte wurden verwendet für die Ermittlung der durchschnittlichen Mittelwertposition. Der maximal vorgefundene Wert ist grün, der minimale Wert ist gelb gekennzeichnet.

	Top 1	Top 5	Top 10	Top 20	Top 50	Wert
10. Bilder und Multimediale Inhalte						
11. Tabellen						
12. Tabellen mit Filterfunktionen						
13. Daten und Profildarstellung						
14. Downloadfunktionen						
15. Kontakt						
16. Formulare						
17. Suchfunktion						
18. Navigation						
19. Navigation						
20. Navigation						
21. Navigation						
22. Navigation						
23. Navigation						
24. Navigation						
25. Navigation						
26. Navigation						
27. Navigation						
28. Navigation						
29. Navigation						
30. Navigation						
31. Navigation						
32. Navigation						
33. Navigation						
34. Navigation						
35. Navigation						
36. Navigation						
37. Navigation						
38. Navigation						
39. Navigation						
40. Navigation						
41. Navigation						
42. Navigation						
43. Navigation						
44. Navigation						
45. Navigation						
46. Navigation						
47. Navigation						
48. Navigation						
49. Navigation						
50. Navigation						

Seitenhit-Analyse 2008

Welche Seiten werden am meisten gelesen?

In modernen Content Management Systemen finden Sie diese Information auf Knopfdruck. Aber natürlich nur über die eigene Website.

Was allerdings fehlt, ist die Information darüber, ob nicht irgendetwas fehlt, was andernorts besonders gut "ankommt".

Wir haben dazu jetzt eine clubübergreifende Analyse durchgeführt. Daraus ergibt sich, dass Photoalben ganz weit vorn in der Lesergunst stehen, während animierte Bahnbilder und Bahnüberflüge es kaum irgendwo in die Top 50 schaffen.

Eine kostenlose Kurzübersicht unserer Analyse können Sie mit einem **Klick hier** anfordern.

Veranstaltungen



ClubWebMan Autoren-Seminare

Eine sechsstündige Intensivschulung über die effektive Pflege von Golfwebseiten bieten unsere alljährlichen ClubWebMan Autoren-Seminare. Im Vordergrund stehen dabei stets praktische Tipps und das Ziel, mit minimalem Zeitaufwand ein optimales Informationsergebnis zu erreichen.

Zum Vormerken die Termine:

- 26. März 2009 Köln/Düsseldorf
- 31. März 2009 München
- 2. April 2009 Stuttgart/Karlsruhe
- 7. April 2009 Bremen

Kurzinformationen, Tipps und Downloads

Ligatabellen verbessert

Viele der ClubWebMan Anwender haben in diesem Jahr das Ligamodul von ClubWebMan benutzt, um damit den Spielstand ihrer Ligamannschaften schnell und einfach darzustellen. Alle Anregungen unser Kunden haben wir jetzt in einem zwischzeitlich ausgelieferten Update umgesetzt.

Login für PC CADDIE Anwender vereinfacht

Mit dem von den PC CADDIE Online Turnier- und Teetimemodulen bekannten Anmeldeverfahren mit DGV Ausweisnummer und Servicecode kommen Sie jetzt auch in die Webseitenbereiche, die bestimmten Anwenderkreisen vorbehalten sind, wie etwa Mitglieder, Jugendliche, Mannschaftsspieler, Vorstände etc. Diese ClubWebMan Erweiterung wird ab Mitte Januar 2009 ausgeliefert.

Golf-Newsletter - was ist die richtige Frequenz?

Ausführlich behandeln wir diese Frage in unseren Seminarbeiträgen. Einige davon finden Sie mit einem **Klick hier** auf unserer Website. Verkürzt dargestellt, gilt: **1.** Nur wenn es etwas mit Nutzen für die Leser mitzuteilen gibt und **2.** regelmäßig etwa alle 4 bis 6 Wochen.

G.K.M.B. Geffken Kommunikations-,
Marketing- und Beratungs-Services GmbH

Lutherstraße 1
75196 Nöttingen

Tel.: +49 (0)7232 372355
Fax: +49 (0)7232 372357
E-Mail: info@gkmb.de

Websites: www.gkmb.com, www.clubwebman.de, www.regelweb.de, www.clubnewsletter.de

Geffken Kommunikations- Marketing- und Beratungsservices GmbH



Diese Nachricht erhalten Sie, weil Sie diesen kostenlosen Newsletter bei der **G.K.M.B. GmbH** ausgewählt haben, unser Kunde sind oder waren, an einem unserer Seminare und Workshops teilgenommen haben, mit uns einem auf Informationsaustausch angelegten Arbeitskreis angehören oder Mitglied eines von uns geförderten Verbandes sind. Sie können das Newsletter-Abonnement jederzeit beenden, indem Sie eine E-Mail an abmelden@gkmb.de senden.

Für den Versand dieses Newsletters speichern wir lediglich Ihren Namen, die Anrede und Ihre E-Mail Adresse. Sofern Sie diesen Newsletter abbestellen, speichern wir Ihre E-Mail Adresse in einer globalen Blockliste, um ein versehentliches erneutes Zusenden eines ungewünschten Newsletters zu vermeiden. Wir geben Ihre Daten an niemanden weiter. Die Zugriffe auf die in diesem Newsletter vorhandenen Links werten wir nur in der zulässigen anonymisierten Form aus.