

- □ Breitenburg, Seddiner See und Bad Liebenzell.
- □ GB&GO Player's Gallery.
- □ Golf und Natur Video.
- □ Virtueller Kundentag 2010.
- □ Marketing Seminare.
- □ Webcam, Gruppenliga und Twitter.

## ClubWebMan



[Anrede] [Name],

Ihre Mitglieder- oder Kundenzahlen haben im letzten Jahr einmal mehr erfreulich zugenommen? Also alles prima und weiter mit der Tagesordnung?

Vielleicht sollten Sie die Entwicklung trotzdem einmal etwas genauer betrachten. Wenn es Ihnen nämlich so geht, wie dem deutschen Golfsport als Ganzem, dann könnte sich bei Ihnen ein wirtschaftliches Problem der Zukunft ankündigen.

Die mit Abstand stärkste Bewegung findet nämlich im Alterssegment der über 55-jährigen statt. Das sei eben dem demographischen Wandel und den Einkommensverhältnissen geschuldet, wird man durchaus begründbar entgegen können. Wünschenswert ist das aber nicht, weil überproportionales Wachstum im Alterssegment mit der kürzesten Verweilzeit im Golfsport ein erhebliches Zukunftsproblem darstellen könnte.

Nun muss sich eine Golfanlage mit guten Zugewinnen in der oberen Altersklasse nicht gleich um die allernächste Zukunft sorgen. Höhere Lebenserwartungen und auch die Tendenz zu mehr längerer sportlicher Betätigung im Alter geben Ihnen Zeit zum Handeln.

Es ist aber sicher richtig, sich jetzt Gedanken zu machen, wie die Kundengewinnung im Bereich der unter 55-jährigen verbessert werden kann. Die Golfanlagen, denen das schon heute gut gelingt (ja, es gibt sie und zwar bei allen Typen von Golfanlagen), zeichnen sich fast alle durch flexible Mitgliedschaftsmodelle, Angebote für Berufstätige, bessere Kinder- und Jugendbetreuung und eine aktive Kommunikation mit der interessierten Öffentlichkeit aus.

Einen guten, wenngleich vielerorts recht späten Start in die Saison und viel Erfolg beim "guten" Wachstum wünscht Ihnen

Ihr Joachim Geffken

## Golf + Internet



[www.gcsb.de](http://www.gcsb.de)

### Märchenhaft ...

... und durch die enge Verbindung mit der Familie der Grafen zu Rantzau ganz speziell geprägt - so stellt sich der Golfclub Schloss Breitenburg im neuen Internet Auftritt mit ClubWebMan dar.

Elke Gräfin zu Rantzau betreut ihre neue Website persönlich und nutzt das ClubWebMan Content Management System, um dem besonderen Charakter dieses noch jungen Landclubs kontinuierlich lebendigen Ausdruck zu geben. Im Mitgliederbereich bietet diese Website ausgeprägten Mitgliederservice durch die derzeit mit am weitesten entwickelte Online-Vernetzung mit der PC CADDIE Clubverwaltung.

Impressionen vom Golfclub Schloss Breitenburg finden Sie unter [www.golfclubschlossbreitenburg.de](http://www.golfclubschlossbreitenburg.de).



[www.gccseddinersee.de](http://www.gccseddinersee.de)

### Führend ...

... dieses Attribut konnte der GCC Seddiner See schon lange vor seinem jüngst vollzogenen Beitritt bei den Leading Golf Courses für sich in Anspruch nehmen.

Auch der mit ClubWebMan realisierte Webauftritt dieser zur europäischen Spitzenklasse gehörenden Golfanlage ist zum Vorbild für viele andere Golfwebseiten geworden. Mit 27 % Besucherwachstum in 2009 konnte man also durchaus zufrieden sein.

Dennoch oder vielleicht auch gerade deswegen war es jetzt Zeit für ein Facelifting. Eine leicht modifizierte Optik, viel mehr Bilder und einiges an neuen Services für Mitglieder und speziell im (internen) Bereich der Jugendförderung sollen dafür sorgen, dass die Führung auch künftig erhalten bleibt.

Unter [www.gccseddinersee.de](http://www.gccseddinersee.de) können Sie vieles sehen, wenn Sie aber spezielle Informationen zur PC CADDIE Integration oder zur Unterstützung der Jugendarbeit wissen möchten, dann schreiben Sie uns bitte an [info@gkmb.de](mailto:info@gkmb.de).



[www.gb-go.de/spieler.html](http://www.gb-go.de/spieler.html)

### Umfassend ...

... und in dieser Form wahrscheinlich einmalig ist die historische Spieler(Innen) und Ergebnis-Übersicht, die wir in diesen Tagen bei German Boys & Girls Open mit der ClubWebMan Players Gallery realisiert haben.

Bis in das Jahr 2004 zurück gehen die Spieler(Innen)- und Ergebnis-Informationen. Ab 2009 gibt es sogar die Hole by Hole Scores. Damit erhalten die jungen Talente eine Plattform für ihre teilweise herausragenden sportlichen Leistungen, die sonst nur den Spitzenprofis zuteil wird. Ab 2010 wird es dann auch noch Bilder von allen Teilnehmern geben.

Schauen Sie sich gerne um bei [www.gb-go.de/spieler.html](http://www.gb-go.de/spieler.html).



[www.gcbl.de](http://www.gcbl.de)

### Ganz frisch ...

... ist der neue Auftritt des Golfclub Bad Liebenzell. Dem Anspruch als schönster Platz im Schwarzwald gerecht zu werden, gehört seit etlichen Jahren zu den Herausforderungen des ClubWebMan Einsatzes in Bad Liebenzell.

Nach knapp drei Jahren war jetzt wieder einmal ein Relaunch mit größeren Bildern und mehr Informationen fällig, um den mittlerweile überwiegend vorhandenen besseren Übertragungsraten und größeren Bildschirmen Rechnung zu tragen.

Einen Eindruck vom Golfclub Bad Liebenzell bekommen Sie [hier](#).

## WebFilm

### Tierbeobachtungen ...

... auf deutschen Golfanlagen ist ein anfangs eigentlich "nebenher" bei der Produktion von Imagefilmen für verschiedene Golfanlagen entstandener Film, der sich zwischenzeitlich als guter Botschafter des Golfsports bewährt.



Tierbeobachtungen auf deutschen Golfanlagen

Eindrucksvolle Bilder kombiniert mit sachlicher Information aus nationalen und internationalen Untersuchungen zeigen das Naturerlebnis auf Golfanlagen und belegen den ökologisch wertvollen Beitrag gut geführter Golfanlagen, insbesondere auch in Verbindung mit dem Golf und Natur Programm des Deutschen Golfverbandes.

Bei [www.gkmb-webfilm.de/golfundtiere.html](http://www.gkmb-webfilm.de/golfundtiere.html) können Sie diesen Film anschauen. Informationen zu den Golf- und Eventfilmangeboten unseres GKMB Filmteams können Sie bei [info@gkmb.de](mailto:info@gkmb.de) anfordern.

## Golf Marketing



Quelle: [www.golf.de](http://www.golf.de)

### Kostenlos ...

... ist für die Teilnehmer der Kampagne "play golf - have fun" ein vom Deutschen Golfverband ausgerichtetes Marketing-Seminar. Acht Termine in acht verschiedenen Städten stehen zur Auswahl.

Unter der Seminarleitung von Markus Lawatsch werden unter anderem die folgenden Themen behandelt:

- Werbung, PR und Verkaufsförderung
- „Mitglieder werben Mitglieder“
- Produkt-, Preis- und Distributionspolitik
- Dialog-Marketing
- Online-Marketing
- Marketing-Kontrolle

Eile ist geboten, die Termine dieser aus unserer Sicht sehr empfehlenswerten Veranstaltungen sind alle noch im März 2010. Infos gibt es [hier](#).

## Termine, Veranstaltungen



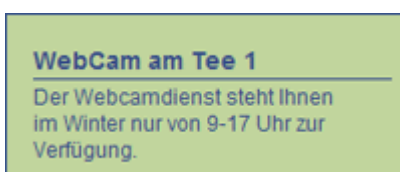
Der erste Beitrag zum "Schnuppern"

### Mehr Teilnehmer intensiver erreichen ...

... war unser Ziel für den ClubWebMan Anwendertag 2010. Daher sind wir erstmals in diesem Jahr zu einem virtuellen Online Seminar übergegangen. Ab Ende März erhalten alle Kunden einen Link zu einer Webseite, auf der sie alle Kundentagsbeiträge in einer Sammlung kurzer Videos finden werden. Ohne Reisekosten können so mehr Mitarbeiter zu jedem gewünschten Zeitpunkt die für sie interessanten Vorträge und Vorführungen anschauen.

Die Beiträge bleiben so lange online, wie sie dem aktuellen Stand von ClubWebMan entsprechen. Daher sind sie auch hervorragend zur bedarfsweisen Nachschulung zu speziellen Themen geeignet. Kunden mit sehr langsamen Internetverbindungen können ab April 2010 auch eine DVD anfordern. Ganz Neugierige können schon einmal schnuppern, den ersten fertigen Beitrag finden Sie [hier](#).

## Kurzinformationen, Tipps und Downloads



### Nachtbilder der Webcams ...

... sind schwarz und wenig informativ. Mit der ClubWebMan Zeitsteuerungs-Funktion sorgen wir für Abhilfe. Zu jahreszeitlich variabel steuerbaren Zeiten erscheint statt des schwarzen Bildes ein Hinweis, ab wann es wieder Webcam Bilder zu sehen gibt.

DMM Herren Landesliga Süd 2 in Liebenzell 8. oder 9. Mai 2019		
	Ergebnis	Rang
Sigmaringen Zollern-Alb		
Rickenbach		
Tuniberg		
Reutlingen-Sonnenbühl		
Hechingen-Hohenzollern		
Baden Golf & Country Club		
Johannesthal		

DMM Senioren Gruppenliga Gruppe 2 im GC Gröbenhof 03.07.2019		
	Ergebnis	Rang
Hechingen-Hohenzollern		
Stellfingen		
Chalchassen-Chalchassen		

Beispiel: GC Johannesthal

### DMM Gruppenliga ganz einfach ...

... einrichten und pflegen können Sie mit dem neuen ClubWebMan DMM Gruppenliga Modul. Gruppentitel, Austragungsort und Termin eintragen, die teilnehmenden Mannschaften hinzufügen und der Eintrag ist fertig. Nach dem Gruppenliga Spieltag geben Sie nur noch die erreichten Punktzahlen ein, den Rest erledigt ClubWebMan.

ClubWebMan Kunden erhalten diese Erweiterung im Rahmen ihres Rundumservices bis auf die individuelle Farbanpassung kostenlos.

Mit diesem Modul stehen nun alle derzeit im deutschen Golfsport benötigten Ergebnisdarstellungen der Mannschaftswettbewerbe in ClubWebMan zur Verfügung: Ligatabellen, DMM, DMM Gruppenliga und Matchplay.



twitter.com/clubwebman

### Twitter Nachricht - täglich frisch ...

... ist unser guter Vorsatz, nachdem wir kürzlich von Panos Meyer (Geschäftsführer deutsche golf online) zu Recht kritisiert wurden, dass unsere ClubWebMan Tweets nicht immer aktuell genug seien. Ab jetzt gibt es werktäglich eine nützliche und interessante ClubWebMan Information bei [twitter.com/clubwebman](https://twitter.com/clubwebman).

Wie es um die Aktualität der Tweets von golf.de steht, werden Sie übrigens nicht prüfen können. Das größte Golfportal der Welt verzichtet bislang auf diesen schnellen Kommunikationskanal und belässt es lieber beim behäbigeren Facebook. Das ändert aber nichts an der Berechtigung von Panos Meyer's Kritik. Wer Social Networks wie Twitter oder Facebook & Co als Marketing-Werkzeug einsetzen will, der muss kontinuierlich dran bleiben. Wir machen das jetzt.

Wenn Sie wissen möchten, wie Sie Social Networks erfolgversprechend für sich einsetzen können, dann schreiben Sie uns gerne per E-Mail an [info@gkmb.de](mailto:info@gkmb.de).

| **regelweb** | **ClubWebMan** | **blätterZeitschrift** | **ContentFactory** |  
 | **clubnewsletter.de** | **RegelfrageDerWoche** | **PersonalScoreCard** |

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](mailto:info@gkmb.de)

Geschäftsführer:  
Katharina Geffken, Joachim Geffken  
HRB: 505380 AG Mannheim  
USt-ID.: DE226572808  
Websites:

[www.gkmb.com](http://www.gkmb.com)  
[www.clubwebman.de](http://www.clubwebman.de)  
[www.gkmb-webfilm.de](http://www.gkmb-webfilm.de)  
[www.regelweb.de](http://www.regelweb.de)  
[www.clubnewsletter.de](http://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](mailto: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.