

## ClubWebMan

- □ Neue Schuhe.
- □ Mit Automatik - Platzbelegung.
- □ Neue Browser getestet.
- □ Attraktiv für die Suchmaschinen?



[Anrede] [Name],

Golf-Erlebnistag und Deutsche Golplatztage - zweimal Neues und auch zweimal Erfolg? Das Urteil ist geteilt, und dafür gibt es gute Gründe.

Der bundesweite Golf-Erlebnistag hat einiges auf der Erfolgsseite: Über 200 teilnehmende Golfanlagen, ein hervorragendes Echo auf die begleitende Website und viele lokale Veranstaltungen mit vielen neuen Golfinteressierten.

Kritische Stimmen verweisen darauf, dass die richtig gut besuchten Veranstaltungen dort stattgefunden hätten, wo ohnehin ein aktives Mitgliedermarketing betrieben wird. Das können wir nicht wirklich prüfen. Klar nachvollziehbar ist indes die Kritik, dass der Termin im Herbst zwischen Clubmeisterschaften und Golfplatztagen noch in den Herbstkalender gequetscht wenig sinnvoll war. Das soll dann ja auch im nächsten Jahr mit einem Termin zu Saisonbeginn besser gemacht werden.

Und was ist von der Klage zu halten, der DGV hätte zuwenig für die Erlebnistage getan? Da gibt es offenbar noch manches am gemeinsamen Verständnis zu arbeiten, was die von seinen Mitgliedern beschlossene Subsidiarität des DGV denn nun in der Praxis bedeuten soll.

Die Deutschen Golfplatztage und eine Golf-Fachausstellung angedockt bei der etablierten und gut organisierten GaLaBau in Nürnberg hatten die aktive Unterstützung aller Golf Spitzenverbände. Ist es da ein Erfolg, wenn so etwa 85% aller deutschen Golfanlagen nicht vertreten waren? Oder haben diejenigen Recht, die darauf verweisen, dass bereits die Jahrestagungen von GMVD und BVGA zusammen deutlich mehr Fachbesucher und über ihre jeweiligen Partner auch fast so viele Fachaussteller zu einem Bruchteil des Aufwandes zusammenbringen?

Wir glauben, dass die Bewährungsprobe bei der Wiederholung in zwei Jahren kommen wird. Dann spätestens muss sich die Veranstaltung mit deutlich besserer Beteiligung etablieren, sonst droht dem gut gemeinten Ansatz wohl ein fairwaymäßiges Schicksal.

Für den Erfolg engagierte Verbände und eine erfreulich aufgeschlossene Messeleitung lassen uns auf eine Korrektur der verunglückten Zeitplanung hoffen, die zu einer faktischen Trennung von Fachausstellung und Konferenz geführt hat und die den enttäuschten Golf-Ausstellern zwei fachbesucherfreie Messetage bescherte.

Und da wir die meisten von Ihnen also nicht in Nürnberg treffen konnten, freuen wir uns über die Gelegenheit, Sie weiterhin über diesen Newsletter zu informieren.

Einen schönen Herbst wünscht Ihnen

Ihr Joachim Geffken

### Neue Schuhe ...

... macht sich der sprichwörtliche Schuster bekanntlich nie. Damit es uns nicht ähnlich ergeht, haben wir uns vorgenommen, regelmäßig unsere eigenen Webseiten zu überarbeiten.



Die neuen Websites

Jetzt war es wieder Zeit. Deshalb finden Sie unter [www.gkmb.com](http://www.gkmb.com) ein neues Portal und unter [www.clubwebman.de](http://www.clubwebman.de) Ihre spezielle Golf-Website. Viele neue Informationen, Praxisberichte und Tipps erwarten Sie dort. Schauen Sie doch einmal hinein.

Alles über Golf-Newsletter finden Sie unter [www.clubnewsletter.de](http://www.clubnewsletter.de) und überarbeitet ist nach rund 3 Millionen Leserzugriffen die Golfregelwebsite [www.regelweb.de](http://www.regelweb.de).



### Eine schöne neue Browserwelt ...

... das versprechen alle drei neu angekündigten Browsermodelle. Zuerst kam der neue Firefox 3 mit "viel mehr Sicherheit und Funktionalität". Das stimmt soweit, auch wenn es ein paar neue bislang ungekannte Probleme gab. Mehr Informationen und unseren Testbericht finden Sie [hier](#).

Kurz danach gab Microsoft die Betaversion des Internet Explorer 8 mit der Aussage heraus, viele alte Fehler der Vorgängerversionen behoben zu haben und mit "viel mehr Sicherheit und Funktionalität". Auch das stimmte soweit, auch wenn die Beseitigung der Fehler zugleich viele der zigtausend programmierten IE Browserhacks jetzt eher hinderlich zu werden drohen. Unseren Testbericht und unsere Einsatzempfehlung lesen Sie [hier](#).

Und dann sorgte Google mit einer versehentlich (!?) zu früh verteilten Nachricht für Furore mit einem eigenen Browser namens Chrome. Der sollte extrem schnell, erfrischend einfach und ganz besonders stabil sein. Auch das stimmte, insbesondere die eindrucksvolle Schnelligkeit war bemerkenswert. Auch das Stabilitätsargument stimmte, allerdings nicht für die Anwender bestimmter Symantec Produkte wie z.B. Endpoint Protection. Da ging ohne ein Symantec Patch in der Registry erst einmal überhaupt nichts. Mehr dazu finden Sie in unserem [Testbericht](#).

Platzbelegungsplan			
Elfrather Mühle			
Allwöchige Woche (25.08.-05.10.2008, 90V 48)			
	18-Loch-Platz	9-Loch-Rangplatz	Erstflug-Rangplatz
Montag 25.08.	offen	offen	bis 12:00 Uhr gesperrt
Dienstag 26.08.	Laufen Day Tischtennis-Klub Tennis-Revolution - Clubturnier über 18 Lächer Start 12:30 Uhr	offen	offen
Mittwoch 27.08.	Herren-Tag Engel - Bismarck über 18 Lächer Start 13:00 Uhr	offen	offen

Platzbelegung Elfrather Mühle

### Daten nur einmal pflegen ...

... und mehrfach nutzen, um ohne jeglichen zusätzlichen Aufwand stets aktuell zu sein. Das ist das Konzept der ClubWebMan Platzbelegung mit dem speziellen PC CADDIE Interface.

Damit informieren Sie Mitglieder und Gäste stets aktuell. Das ist bester Kundenservice, der zudem die Zahl der Inbound-Telefonate deutlich reduzieren kann. Mehr dazu erfahren Sie [hier](#).

## Kurzinformationen, Tipps und Downloads

### Ganz vorn in der Suchmaschine ...

... möchte jeder stehen. Immer wieder werden wir gefragt, was man dazu tun müsse und ob man sich diesen Platz bei Google kaufen müsse. Zwei Antworten sind einfach, die dritte indes braucht mehr Platz, als für diesen Newsletter und für die Geduld unserer Leser zur Verfügung steht.

Die beiden kurzen Antworten: In der Golfszene gibt es nur wenige Ausnahmesituationen, in denen der Kauf eines bezahlten Spitzenplatzes angeraten ist. Und: Kunden mit ClubWebMan Rundumservice bekommen die Suchmaschinenoptimierung bzw. die Werkzeuge dafür automatisch von uns.

Zur deutlich schwierigeren und längeren Antwort, was man denn Sinnvolles und wirtschaftlich Optimales für die Suchmaschinenoptimierung tun kann:

Sie können erstens unter diesem Stichwort (Tipp: auch mal SEO oder "search engine optimization" probieren) googeln. An Fundstellen, meistens allerdings leider nur in fachchinesisch, ist kein Mangel. An kommerziellen Angeboten mit nicht immer nachvollziehbaren Erfolgsversprechen auch nicht.

Sie können uns zweitens den Link Ihrer Website an [info@gkmb.de](mailto:info@gkmb.de) mit dem Stichwort "Suchmaschinen" senden. Wir analysieren dann Ihre Website und geben Ihnen kostenlos ein paar Tipps, was Sie unternehmen sollten.

| [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)

Websites: [www.gkmb.com](http://www.gkmb.com), [www.clubwebman.de](http://www.clubwebman.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.