

## VERTRIEBSORIENTIERTE KOMMUNIKATION

## Vertrieb &amp; Marketing ganzheitlich betrachten

**E**in Haupt-Themenfeld des *golfmanager* ist der Vertrieb und das Marketing auf Golfanlagen. Auf dem BVGA-Golfkongress 2017 trafen wir Christian Köhler, einen ausgewiesenen Experten für vertriebsorientierte Kommunikation von Golfanlagen, der uns von seinem neuesten Produkt berichtete. Wir sprachen im Nachgang der Veranstaltung mit ihm und Wolfgang Mych, Geschäftsführer des Golf und Land Club Gut Kaden.



**Wolfgang Mych,**  
Geschäftsführer des Golf und  
Land Club Gut Kaden



**Christian Köhler (li.) und Stefan Kirchner,**  
die Entwickler der 360°-Analyse

**golfmanager:** Herr Köhler, Sie haben die Geschäftsführung der DGM Deutsche Golfmarketing GmbH – einer 100% Tochter der CLUBHAUS AG – zum Ende des letzten Jahres niedergelegt und sind jetzt mit einem neuen Angebot am Markt. Was genau hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

**C. Köhler:** *Professionelles Marketing, Angebote, die sich an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten und ein darauf aufbauender Vertrieb sind die primären Aufgaben von Golfanlagen,*

*um in Zukunft wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Gleichzeitig weiß ich aus meiner langjährigen Erfahrung, dass die operativ Verantwortlichen im Tagesgeschäft nicht die Zeit finden, sich in Ruhe und ganzheitlich mit diesem Thema zu beschäftigen. Ich bin davon überzeugt, dass hier ein großer Bedarf besteht und Golfanlagen Unterstützung benötigen, um sich erfolgreich für die Zukunft aufzustellen.*

**golfmanager:** Bundesweite Kampagnen wie „Golf. Mit den ins Glück.“, „Gemeinsam Golfen“ aber auch die Unterstützung durch Kampagnenberater haben doch das Ziel, genau hierbei zu helfen. Ist das aus Ihrer Sicht nicht erfolgreich?

**C. Köhler:** *Ich denke, das kann man nicht pauschal beantworten. Ich persönlich finde insbesondere die Initiative „Gemeinsam Golfen“ ein vernünftiges und durchdachtes Konzept, weil es direkt vor Ort auf der Anlage an- und*

*die Mitglieder als Multiplikatoren einsetzt. Deshalb habe ich diese Initiative auch mit Video-Tutorials unterstützt. Aber am Ende können bundesweite Kampagnen den Anlagen auch nur begleitend helfen. Golf ist ein lokales Geschäft. Je professioneller eine Golfanlage sich vertriebslich aufstellt, umso erfolgreicher ist sie.*

**golfmanager:** Und wo genau setzen Sie hier an, um Golfanlagen zu unterstützen?

**C. Köhler:** *Gemeinsam mit meinem Partner Stefan Kirchner haben wir ein Angebot entwickelt, das den Verantwortlichen auf Golfanlagen einen nachhaltigen Plan zur 360-Grad-Optimierung von Marketing und Vertrieb an die Hand gibt. Hierbei untersuchen wir in einer Präsenzzeit von fünf Tagen sämtliche vertriebsorientierten Kommunikationsmaßnahmen und unterscheiden dabei strategische und operative*

*Themenfelder, die wir in verschiedene Module clustern. Nur diese ganzheitliche Betrachtung führt zu verlässlichen Ergebnissen. Bereits 20 Werkzeuge nach Auftragserteilung steht damit ein fundierter Report mit Ergebnissen und individuellen Lösungen zur Verfügung. Dieser zeigt die wirtschaftlichen Hebel auf – sowohl als Quick Wins als auch mit langfristiger Perspektive. Wir nennen das ganze „Club & Operations Report – Vertriebsorientierte Kommunikation“.*

**golfmanager:** Herr Mych, der Golf und Land Club Gut Kaden ist sicherlich eine der besseren Adressen im deutschen Golfmarkt. Wie schätzen Sie die Marktsituation ein?

**W. Mych:** *Ich denke, dass man zuerst einmal Herrn Köhler zustimmen kann, dass sich die Golfanlagen nicht auf bundesweit angelegte Kampagnen allein verlassen können. Die Faszination Golf muss in erster*

**Welcher Golf-Profi  
meister 54 Löcher  
in einem Rutsch?**

**HOLEN SIE DIE  
GOLF-ELITE  
AUF IHREN PLATZ.**

[www.ELiTE-holen.de](http://www.ELiTE-holen.de)

Linie von den Verantwortlichen vor Ort vermittelt werden. Gleichzeitig befinden wir uns hier im Wettbewerb mit nahezu allen Anbietern der Freizeitindustrie. Golf ist heute eben nur eine von vielen Möglichkeiten, seine Freizeit zu verbringen. Und viele unserer Wettbewerber wie z.B. die Fitnessindustrie treten sehr professionell am Markt auf und verfügen über deutlich größere Ressourcen – sowohl personell als auch finanziell.

machen lassen. Ist das für Gut Kaden notwendig?

**W. Mych:** Das ist wie ich finde nicht die richtige Frage. Wir arbeiten ständig an einer Verbesserung und Optimierung unseres Angebots. Die Eröffnung unseres Hotel und Gästehauses vor zwei Jahren war hierbei ein wichtiger Meilenstein. Wir holen uns aber auch gerne und immer wieder externe Unterstützung und Hilfeleistung – insbesondere bei den Themen, die wir intern gar nicht in der Tiefe abbilden können. Ein Erfolg von Gut Kaden ist es sicherlich, dass wir uns ständig hinterfragen, ob das, was wir tun, nicht nur heute, sondern auch in Zukunft erfolgreich sein kann.

**golfmanager:** Das klingt ja fast so, als müsste Golf gegenüber den Marktbedingungen kapitulieren?

**W. Mych:** Das empfinde ich überhaupt nicht so. Wir müssen meines Erachtens nur aufhören, Golf alleine über den Preis zu verkaufen und glauben, dass wir damit erfolgreich sein können. Wir auf Gut Kaden setzen sehr darauf, gute Gastgeber zu sein und unseren Kunden eine angenehme Gestaltung ihrer Freizeit zu bieten. Das kostet dann seinen Preis, den Kunden aber auch bereit sind zu bezahlen.

**golfmanager:** Dafür haben Sie sich externe Hilfe geholt und einen Club & Operations Report für Gut Kaden

**C. Köhler:** Gut Kaden ist durch die Historie und die Lage sicherlich in einer guten Ausgangsposition, was die zukünftige Entwicklung angeht. Aber auch hier steht man vor der Aufgabe, die richtigen Produkte und Angebote zum richtigen Preis über die richtigen Kanäle zu kommunizieren – ohne dabei die eigene DNA aufzugeben – die wir im Übrigen vor Ort als angenehm hanseatisch empfunden haben.



Modell der vertriebsorientierten Kommunikation in der 360°-Analyse (Quelle: Christian Köhler und Stefan Kirchner)

**golfmanager:** Bedeutet das im Umkehrschluss dann, dass viele Golfanlagen, die nicht über eine solche Ausgangslage verfügen, nicht zukunftsfähig sind?

Überzeugung, dass diese Potenziale auf vielen Anlagen vorhanden sind.

**C. Köhler:** Die Frage muss man ganz klar mit Nein beantworten. Wir haben in den letzten vier Monaten neben Gut Kaden weitere vier Golfanlagen verteilt über das ganze Bundesgebiet auf Herz und Nieren überprüft und das Ergebnis ist recht eindeutig. Wir haben überall – zum Teil erhebliches – Optimierungspotenzial gefunden, um wirtschaftlich erfolgreicher zu sein. Ich bin der festen

Herr Köhler, Herr Mych, wir bedanken uns recht herzlich für das angenehme Gespräch und wünschen weiterhin viel Erfolg mit ihrem neuen Produkt bzw. Ihrer tollen Anlage.

Anmerkung:

Für weitere Informationen zur vertriebsorientierten Kommunikation in der 360-Grad-Analyse kontaktieren Sie Christian Köhler unter Tel.: 040-52980202 oder E-Mail: christian@koehlerkirchner.de.

DEULA Rheinland Kempfen | 



## Greenkeeping

Unsere Fortbildungskurse:

- Geprüfter Head-Greenkeeper AGQ Typ D
- Geprüfter Greenkeeper
- Fachagrarwirt Golfplatzpflege AGQ Typ C
- Qualifizierter Platzarbeiter AGQ Typ B
- **Neu!** Technik für die Golfplatzpflege
- Greenkeeping für Clubverantwortliche und Golf-Pro

Tel. 02152 - 205 770 oder [www.deula-golffrasen.de](http://www.deula-golffrasen.de)



## Mobile und feste Räume aller Art

### Komplettes Tanksystem



**Berger Raumsysteme GmbH**

Gewerbepark 4 – OT Ebdorfel  
02692 Großpostwitz

Tel.: +49 (0) 3591/ 270 880  
[www.berger-system.de](http://www.berger-system.de)

demopark Freigelände, Stand D-404