Zahlen, Daten, Fakten für erfolgreiche Mitgliedergewinnung und -bindung

19. Oktober 2023
Der Öschberghof

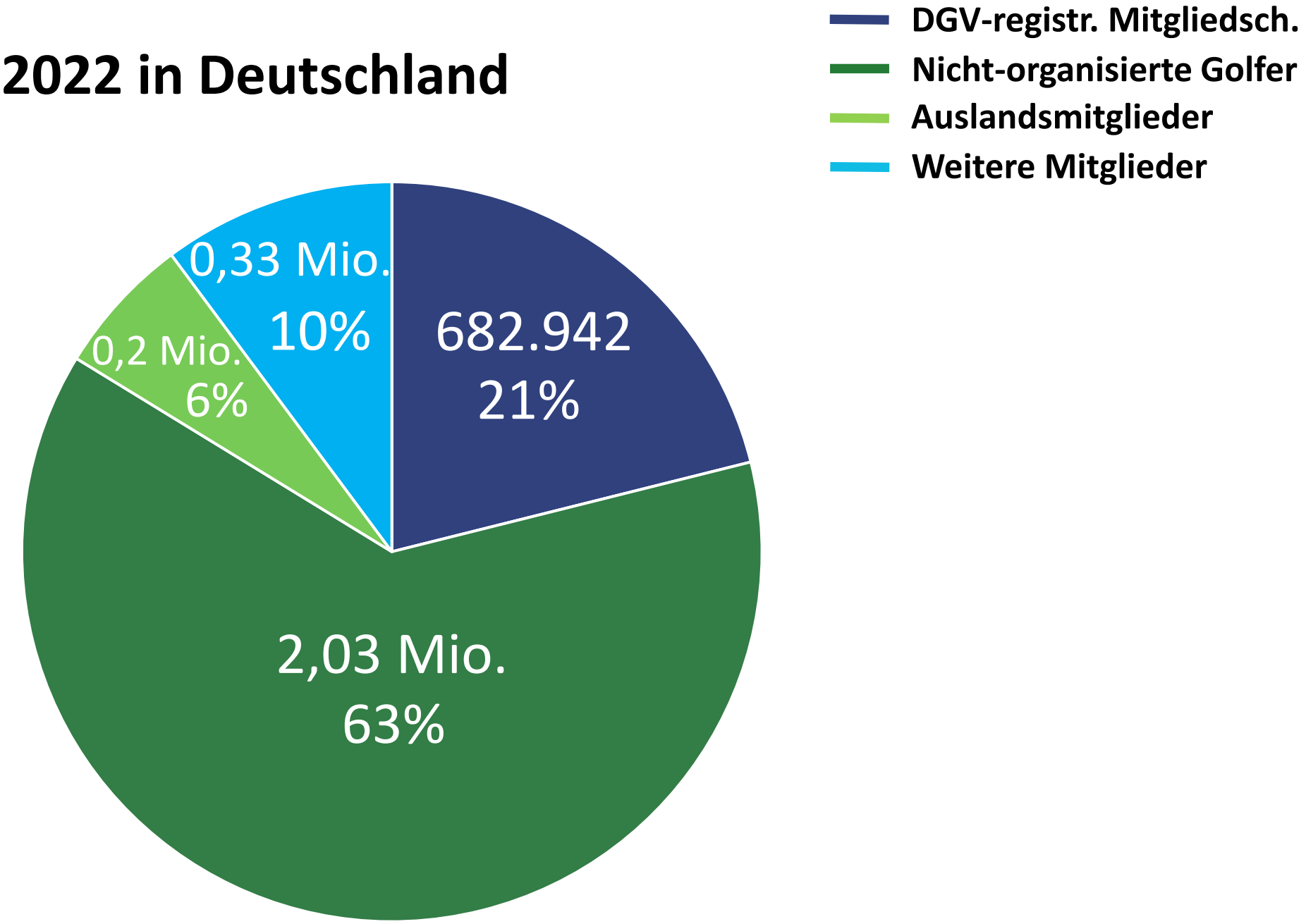
Deutscher Golf Verband

Partner des DGV

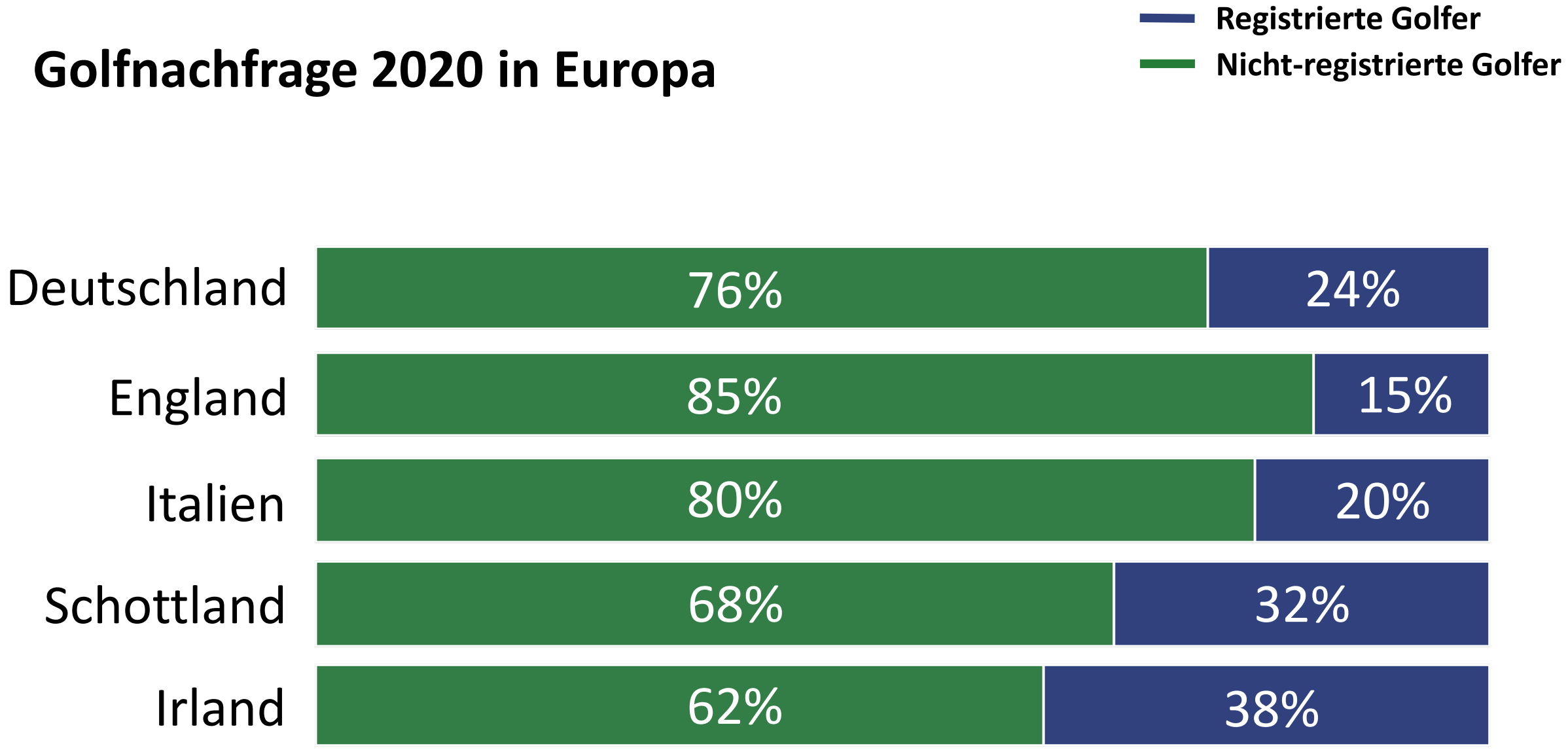
HanseMerkur

KINDERSCHUTZALLIANZ
THE ALLIANCE FOR CHILDREN

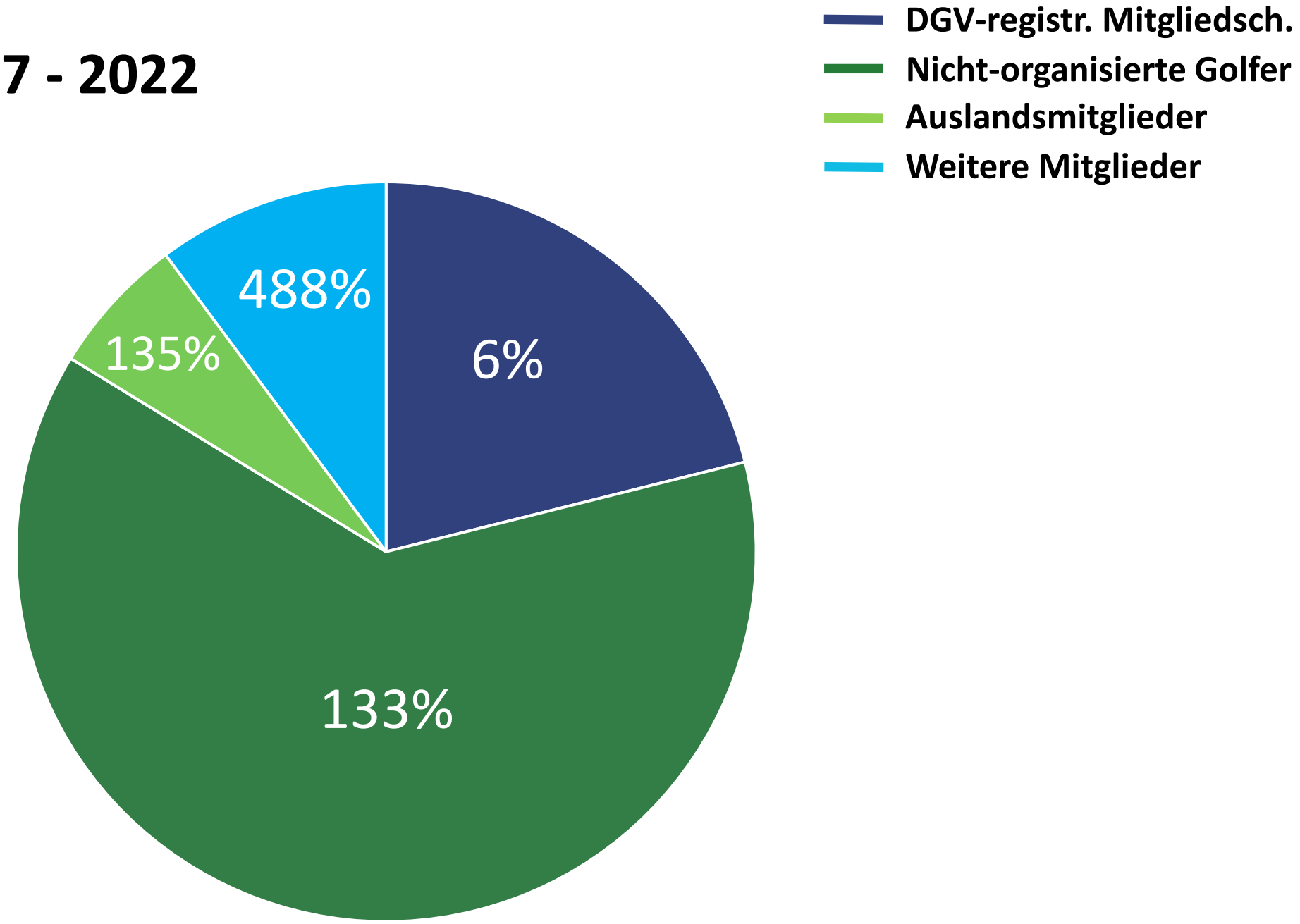
Golfnachfrage 2022 in Deutschland



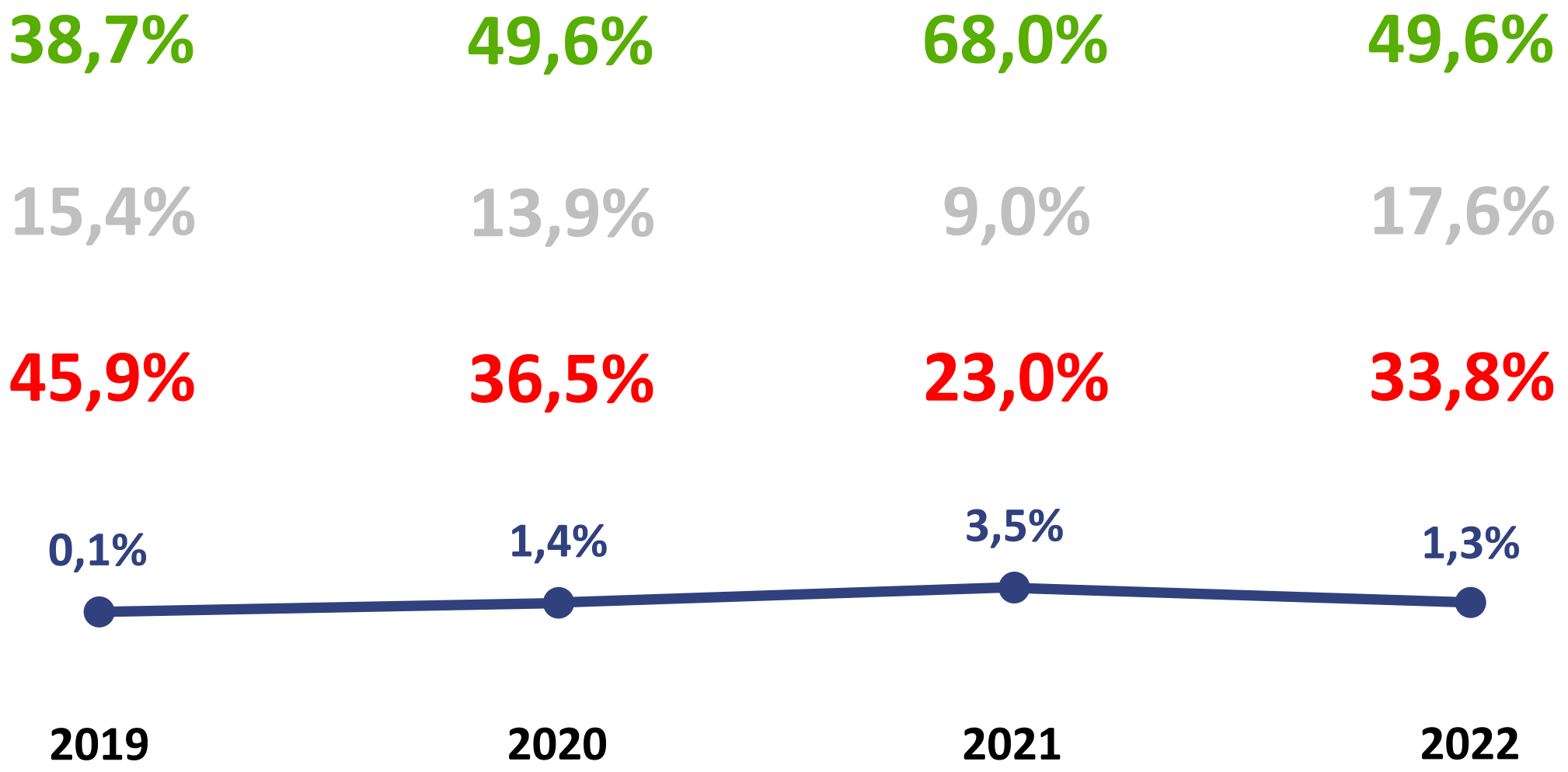
Golfnachfrage 2020 in Europa



Wachstum 2017 - 2022



Veränderungen bei DGV-Mitgliedern (netto)



Zu- und Abgänge (brutto)

64.052	58.290	9% ↓
41.486	49.331	19% ↑

Fokus

Mitgliedergewinnung

oder

Mitgliederbindung

?

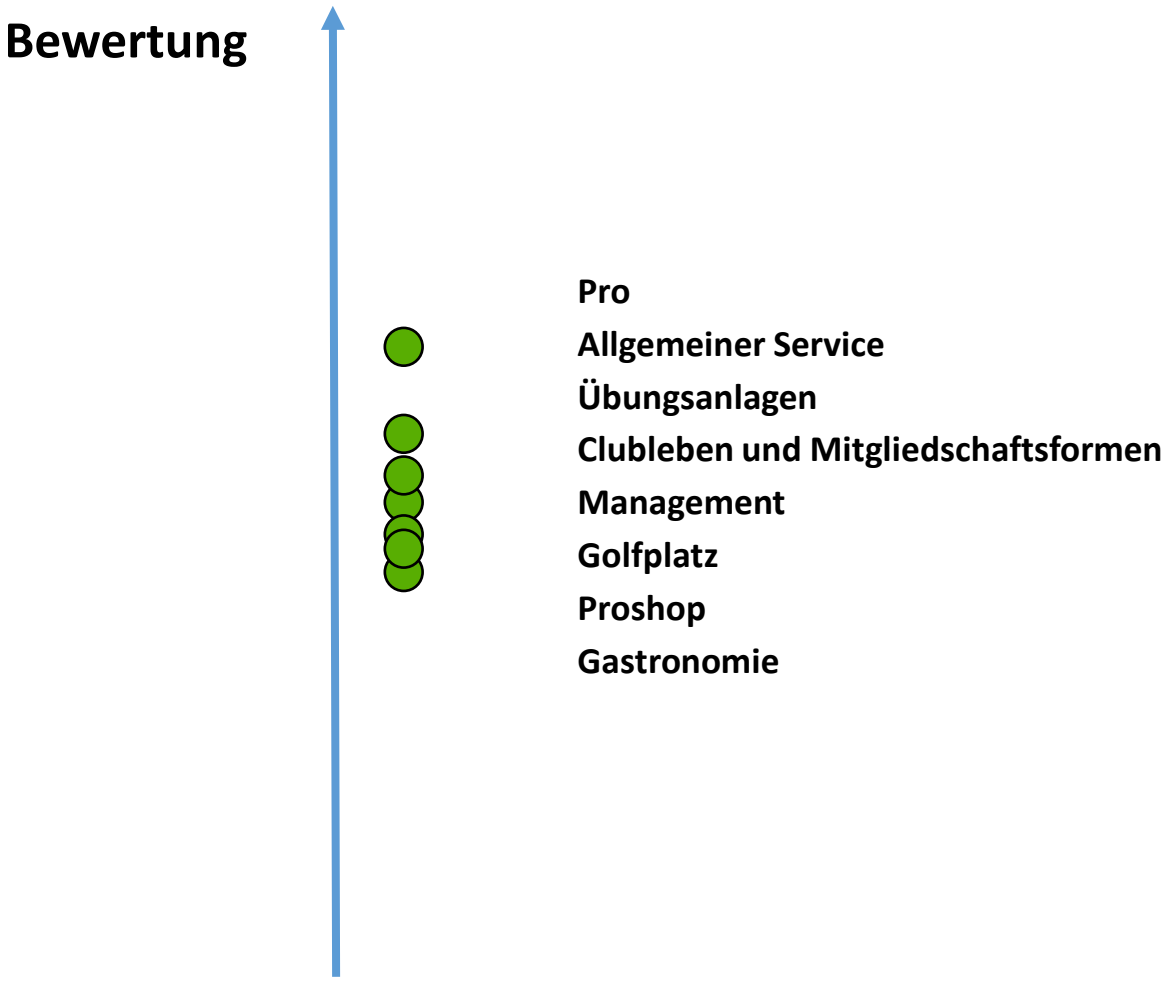
Mitgliederbindung

CRM

Eintrittsgründe
Qualität der PE
Spielhäufigkeit
Teilnahme Clubleben
Zufriedenheitsumfrage

Mitgliederbindung

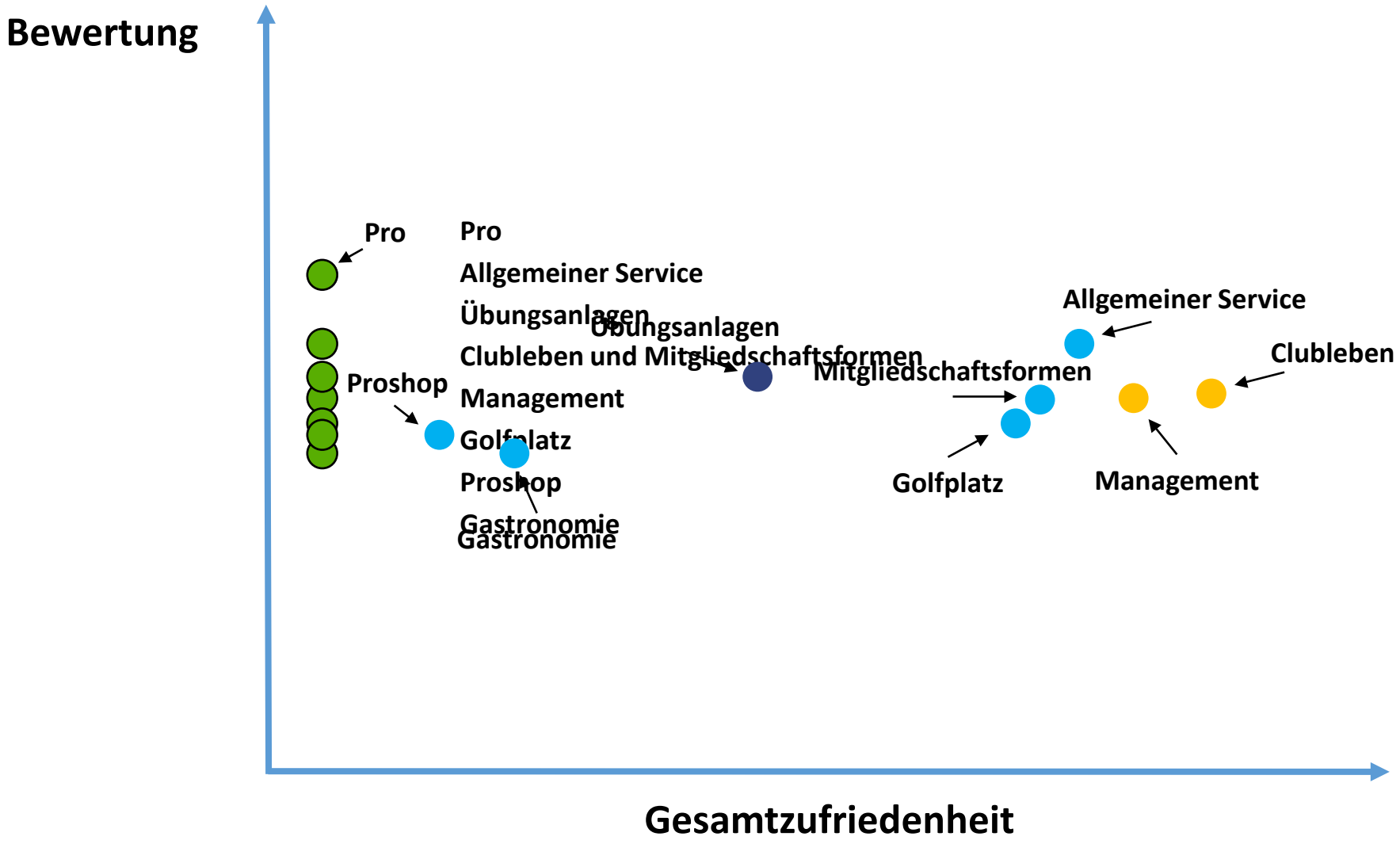
40.204 Antworten



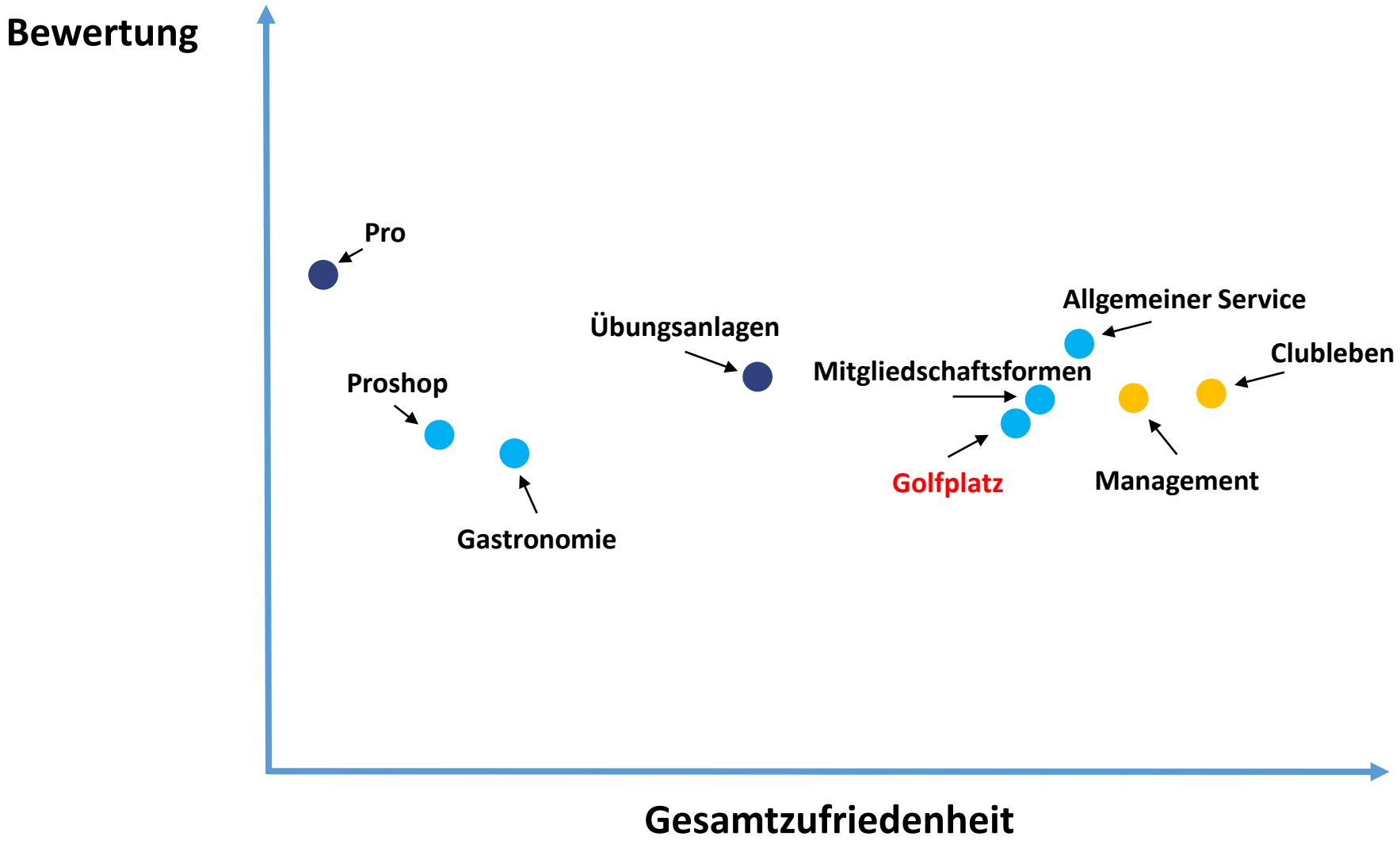
Players 1st

40.204 Antworten

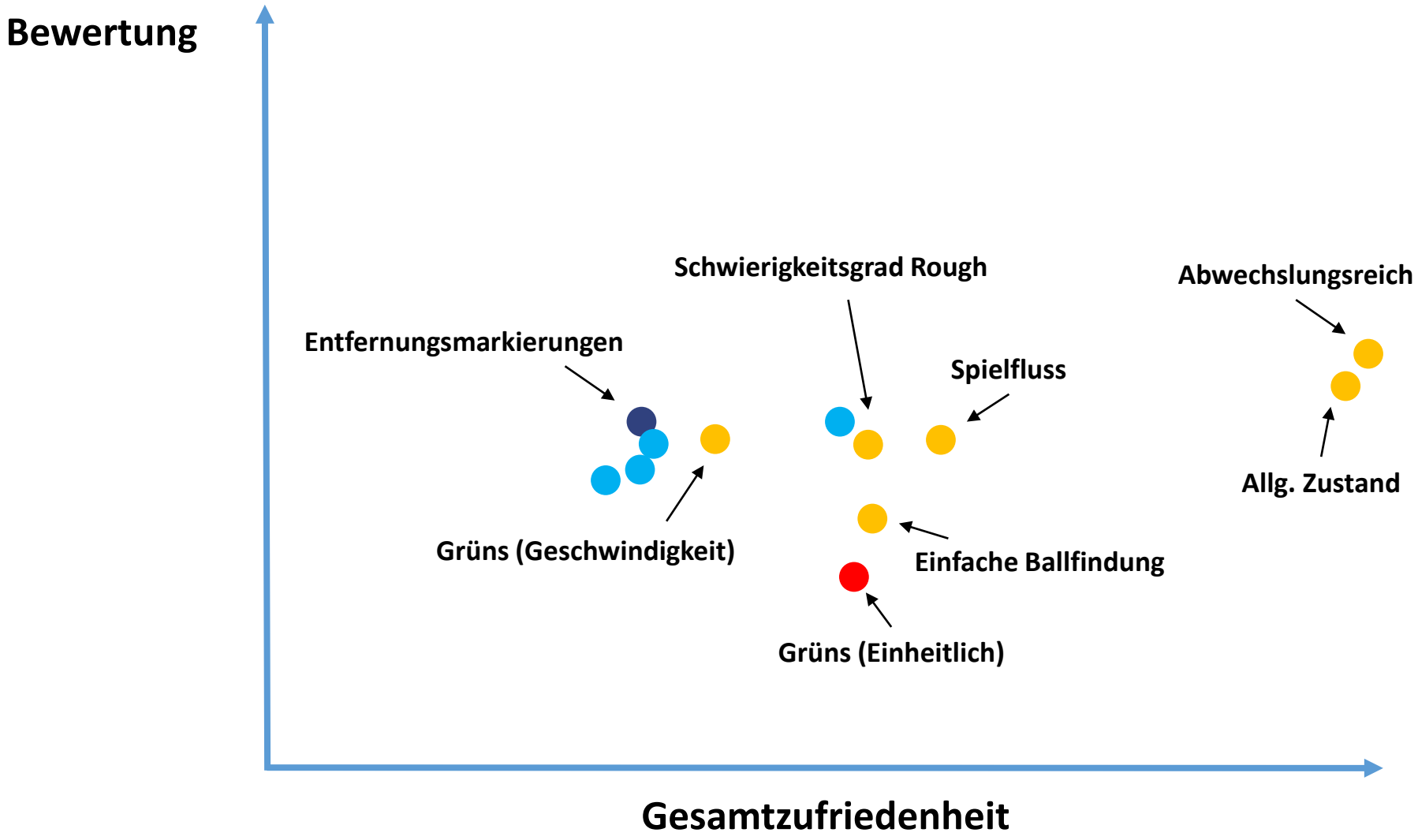
44% Response



Players 1st


Bewertung
Pro
Übungsanlagen
Allgemeiner Service
Clubleben
Proshop
Mitgliedschaftsformen
Golfplatz
Management
Gastronomie
Gesamtzufriedenheit

Players 1st


Bewertung
Schwierigkeitsgrad Rough
Abwechslungsreich
Entfernungsmarkierungen
Spielfluss
Allg. Zustand
Grüns (Geschwindigkeit)
Einfache Ballfindung
Grüns (Einheitlich)
Gesamtzufriedenheit

Players 1st

Geschlecht

Alter

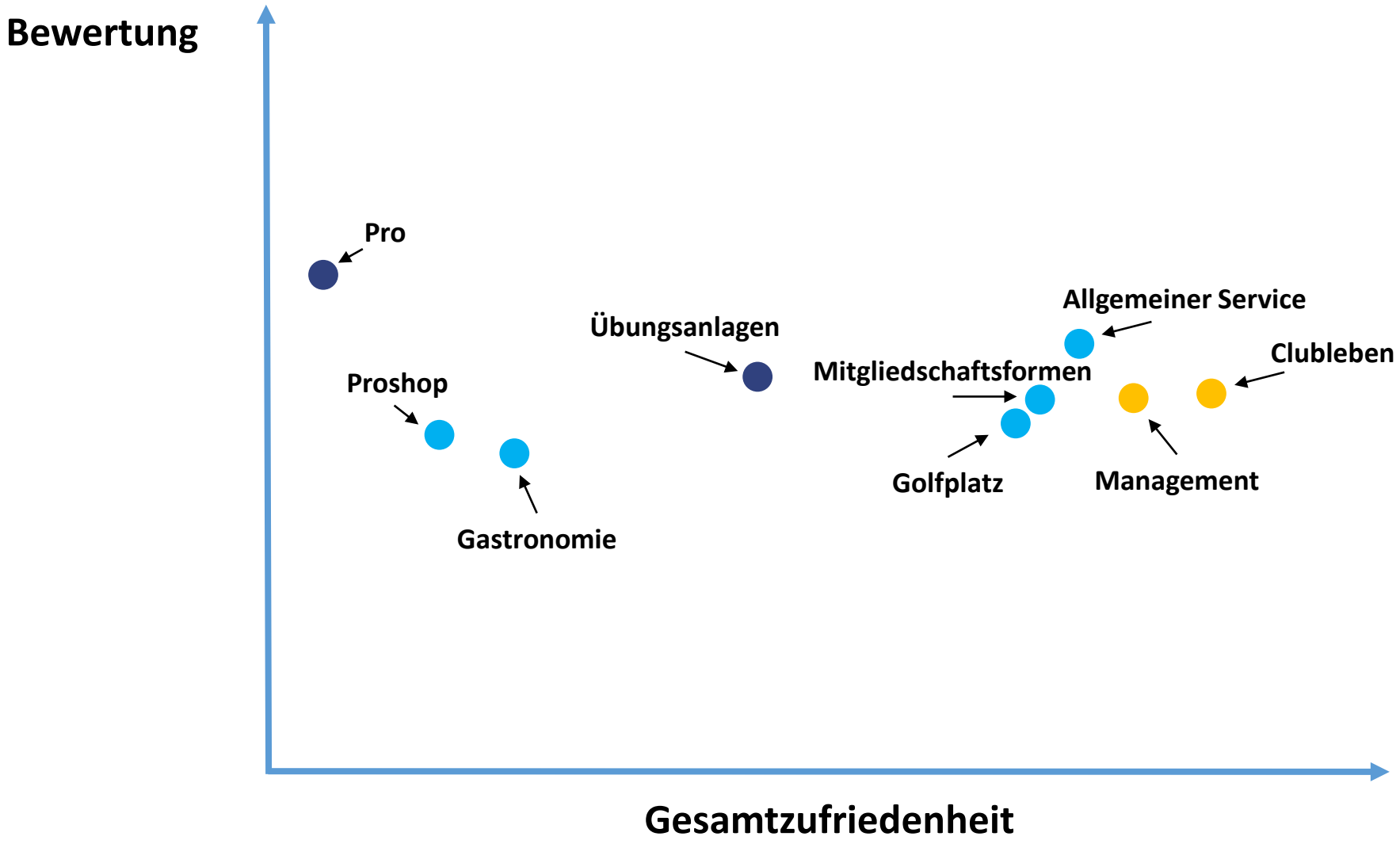
Hcp

Vereinszugehörigkeit

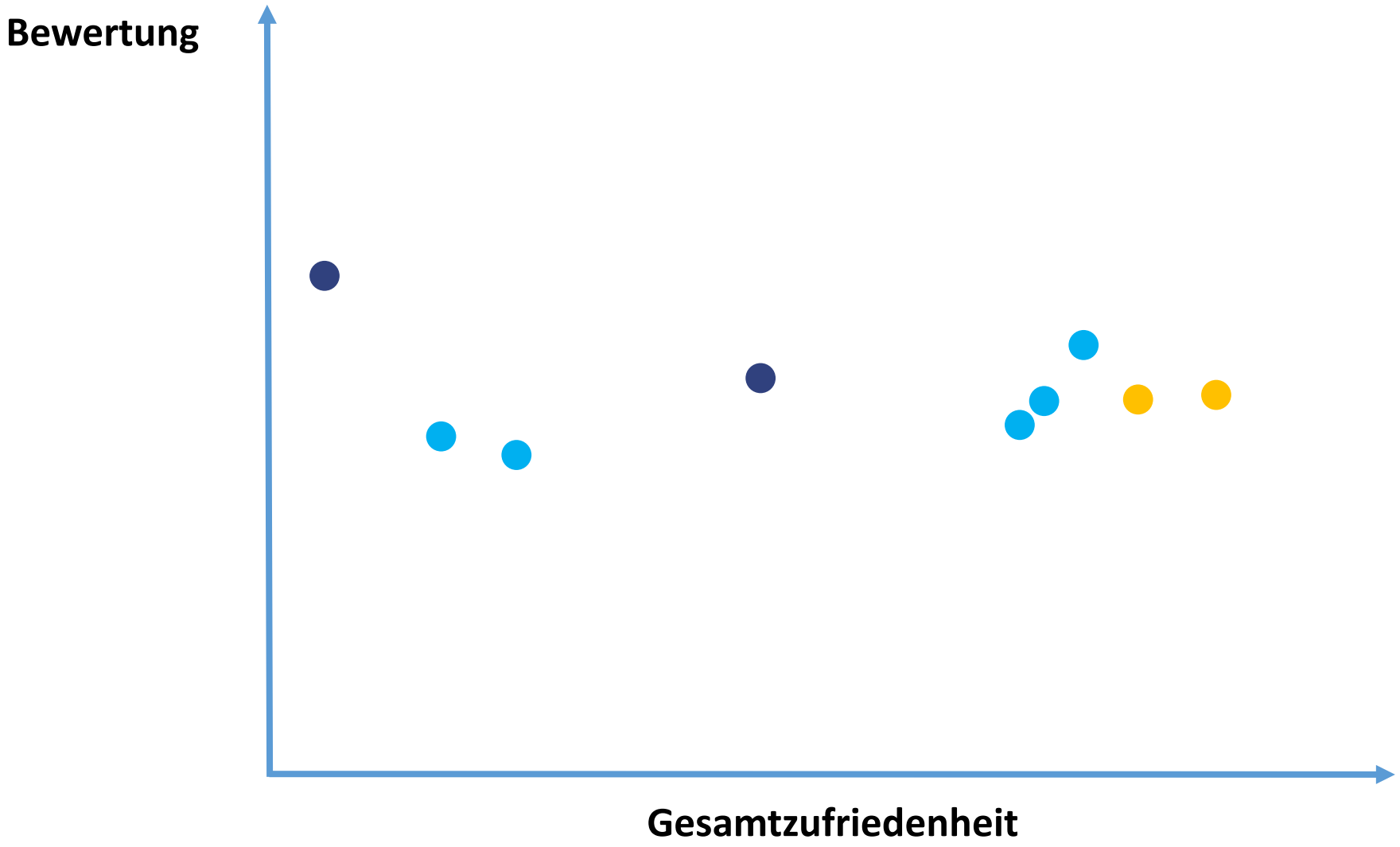
Kündigungsbereitschaft

Spielhäufigkeit

Clublebentypen



Players 1st



Geschlecht

Alter

Hcp

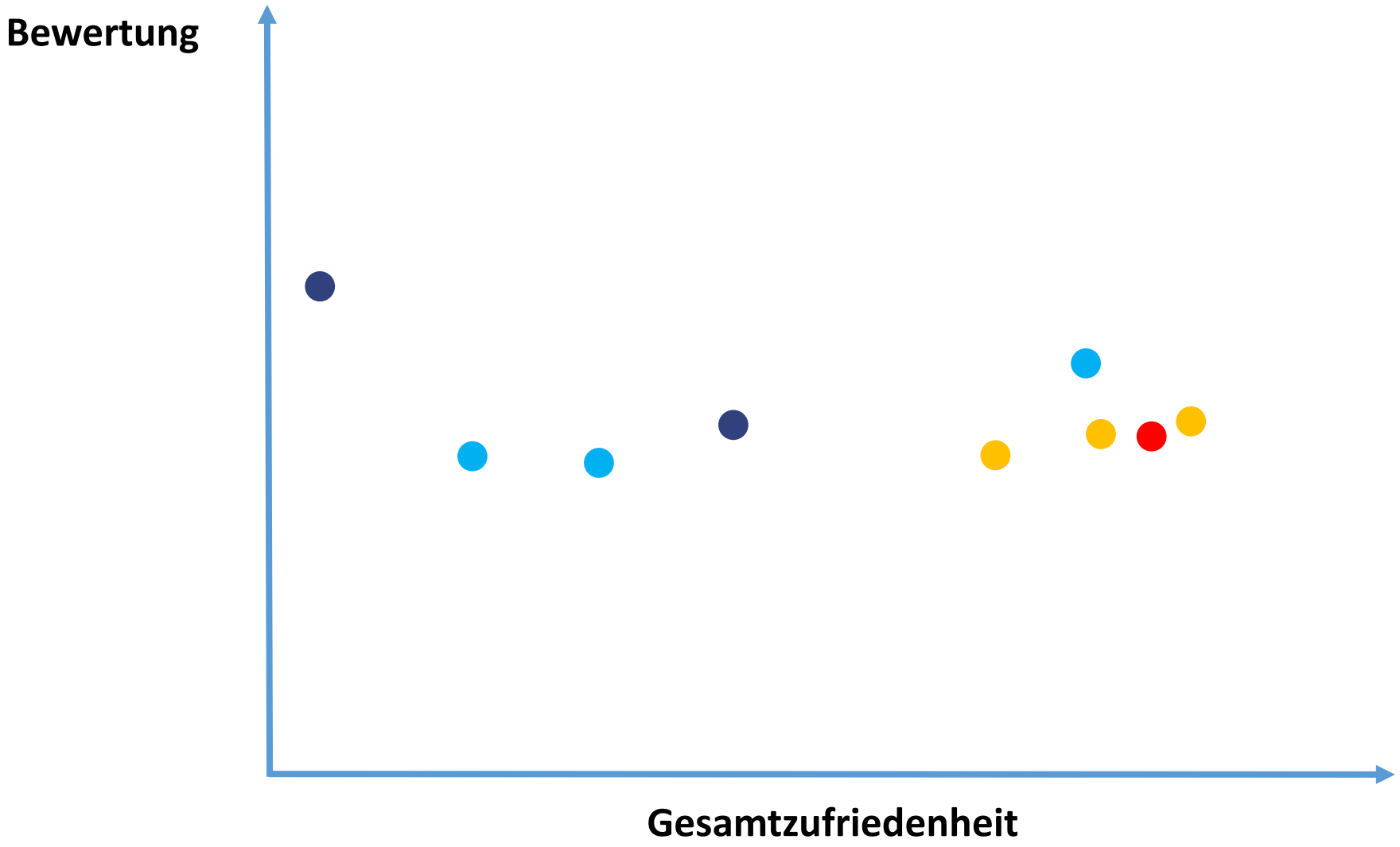
Vereinszugehörigkeit

Kündigungsbereitschaft

Spielhäufigkeit

Clublebentypen

Players 1st



Geschlecht

Alter

Hcp

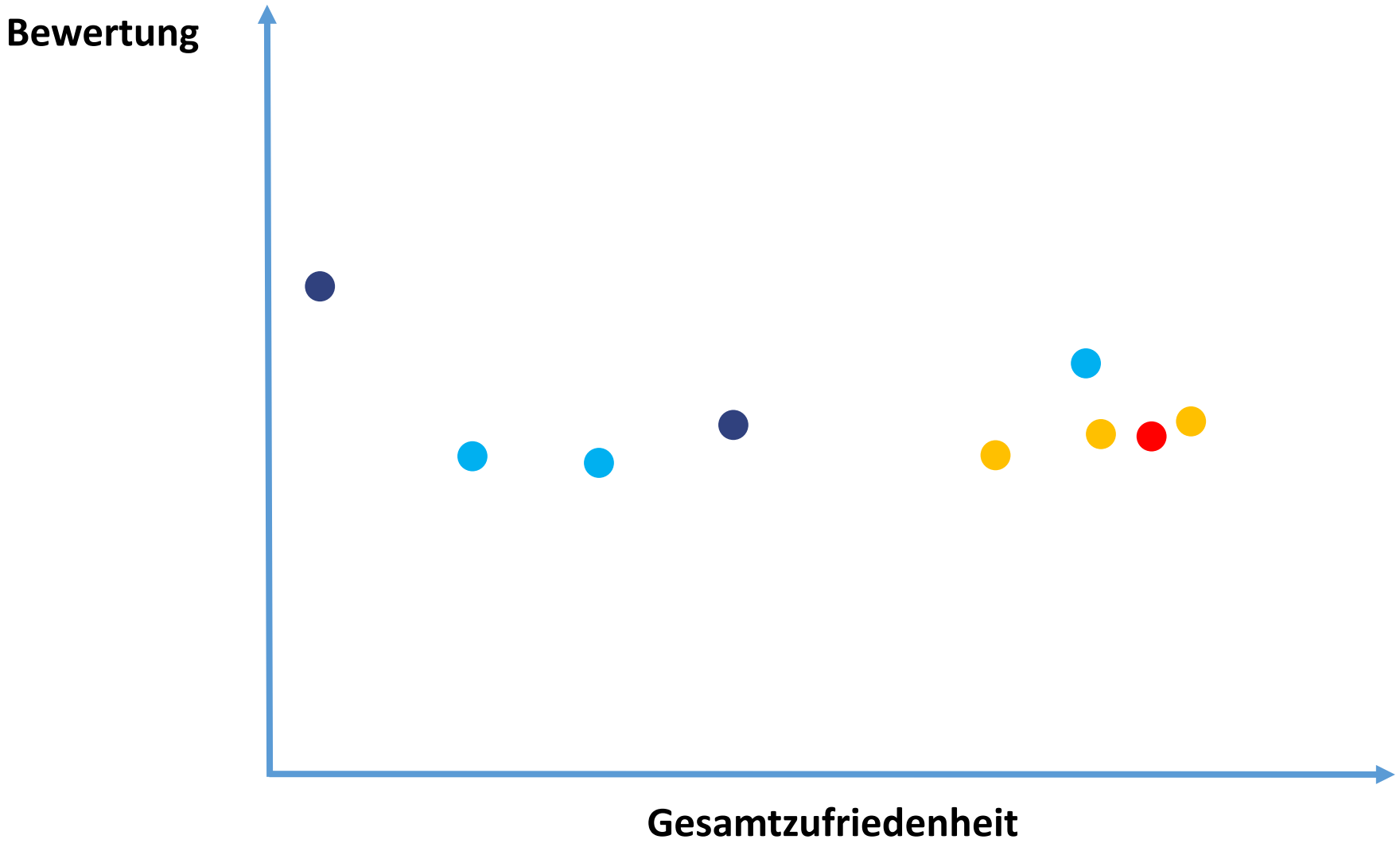
Vereinszugehörigkeit

Kündigungsbereitschaft

Spielhäufigkeit

Clublebentypen

Players 1st



Geschlecht

Alter

Hcp

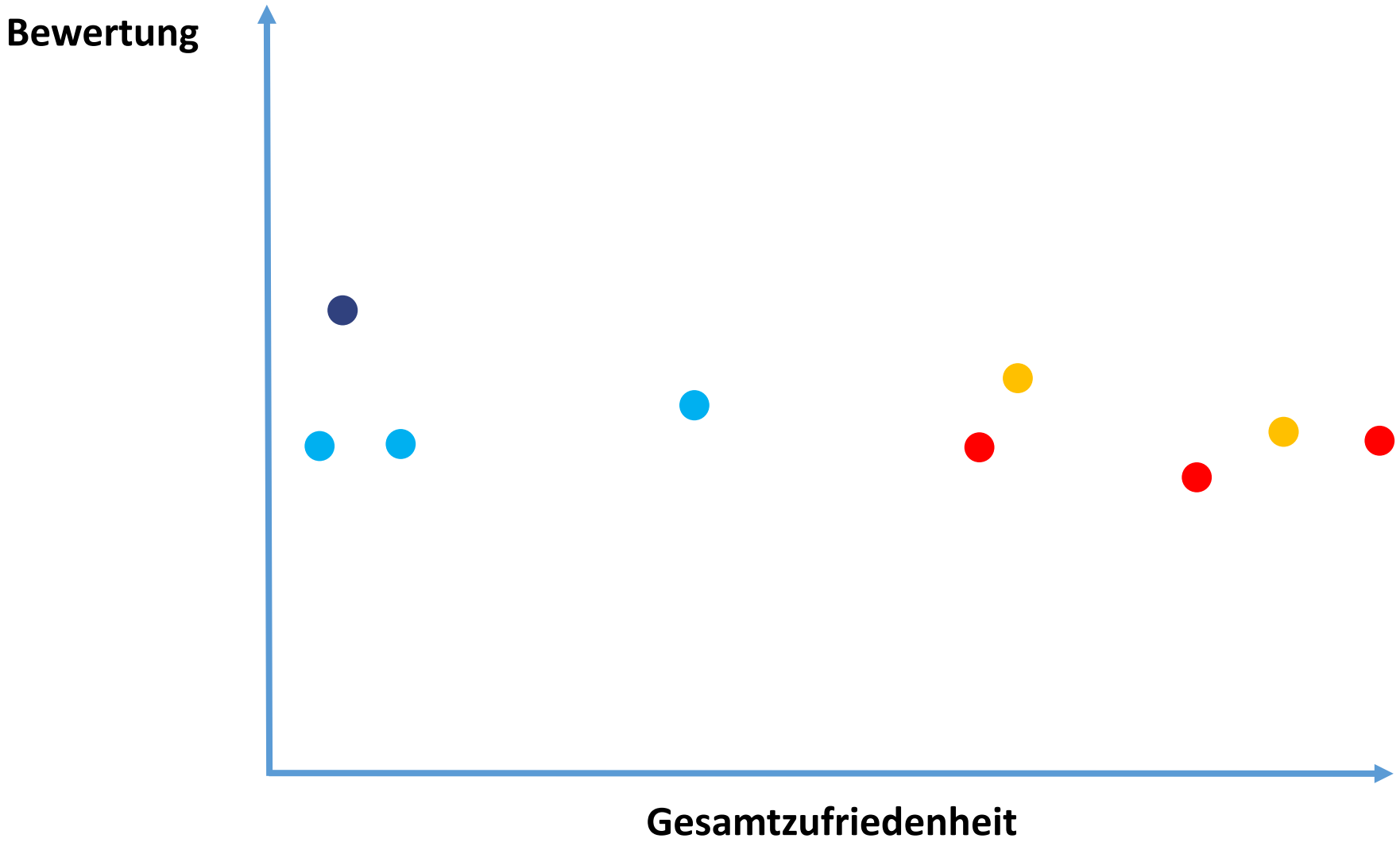
Vereinszugehörigkeit

Kündigungsbereitschaft

Spielhäufigkeit

Clublebentypen

Players 1st



Geschlecht

Alter

Hcp

Vereinszugehörigkeit

Kündigungsbereitschaft

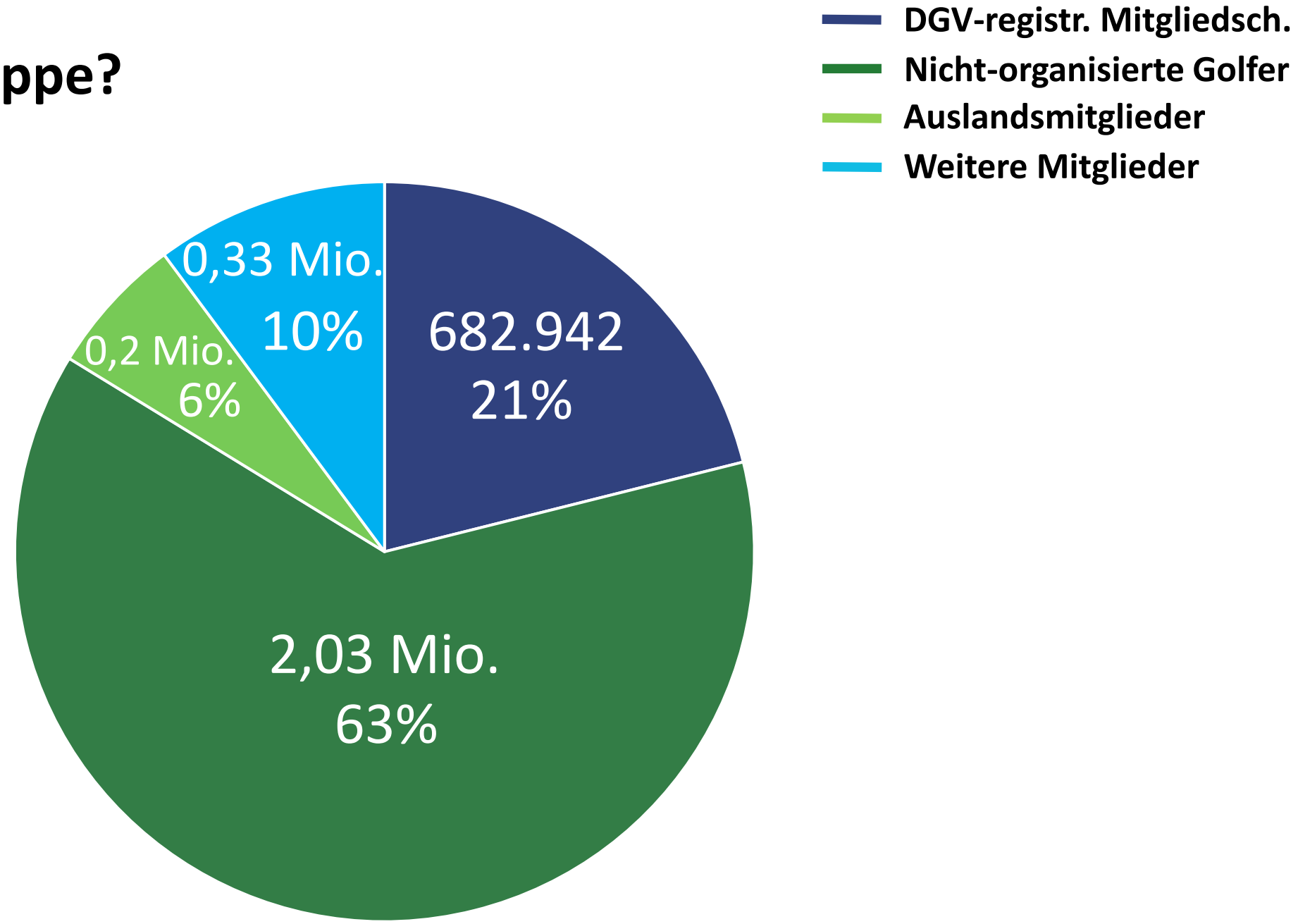
Spielhäufigkeit

Clublebentypen

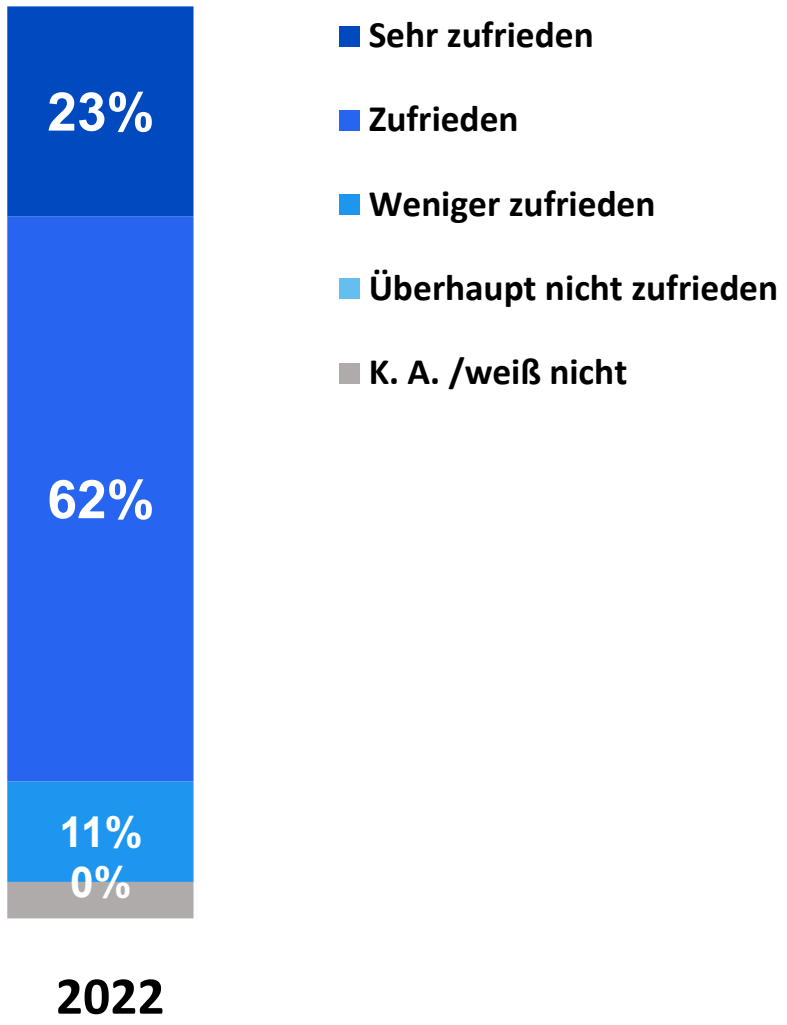
Mitgliedergewinnung

Welche Zielgruppe?

Welche Zielgruppe?



NOGs


23%
62%
11%
0%
2022
Sehr zufrieden
Zufrieden
Weniger zufrieden
Überhaupt nicht zufrieden
K. A. /weiß nicht

Nicht-Golfer

Nicht-Golfer: Schnuppern

Ja, ganz bestimmt	**18%**
Ja, vielleicht	**36%**
Nein, eher nicht	20%
Nein, definitiv nicht	23%
Keine Angabe/weiß nicht	2%

2022	2020	2017
54%	59%	53%

Nutzen = Zahlungsbereitschaft

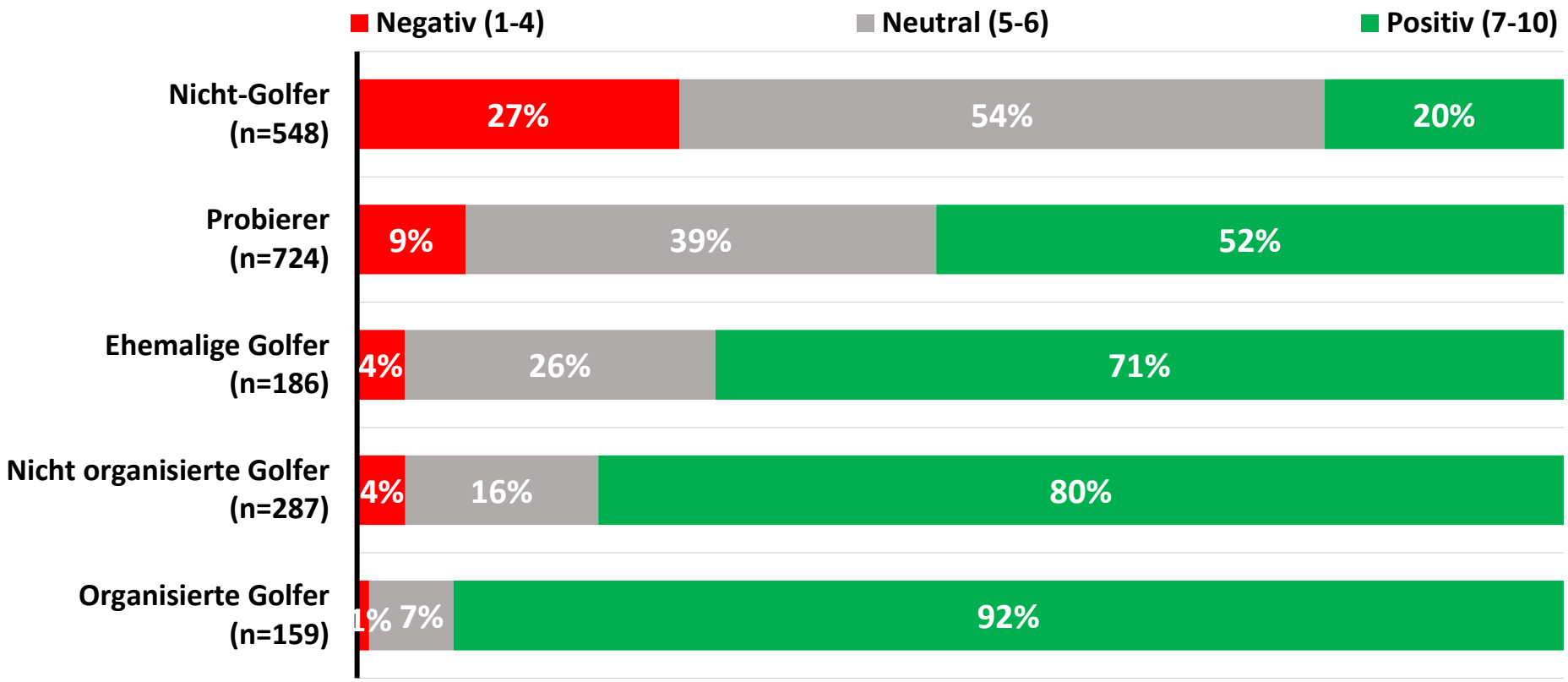
Über 90% keine Golferfahrung

Image

Nutzen = Zahlungsbereitschaft

Wie ändert sich das Image?

Image


Negativ (1-4)
Neutral (5-6)
Positiv (7-10)
Nicht-Golfer (n=548)
27%
54%
20%
Probierer (n=724)
9%
39%
52%
Ehemalige Golfer (n=186)
4%
26%
71%
Nicht organisierte Golfer (n=287)
4%
16%
80%
Organisierte Golfer (n=159)
1%
7%
92%

Mitgliedergewinnung

Prozess

in

3 Schritten

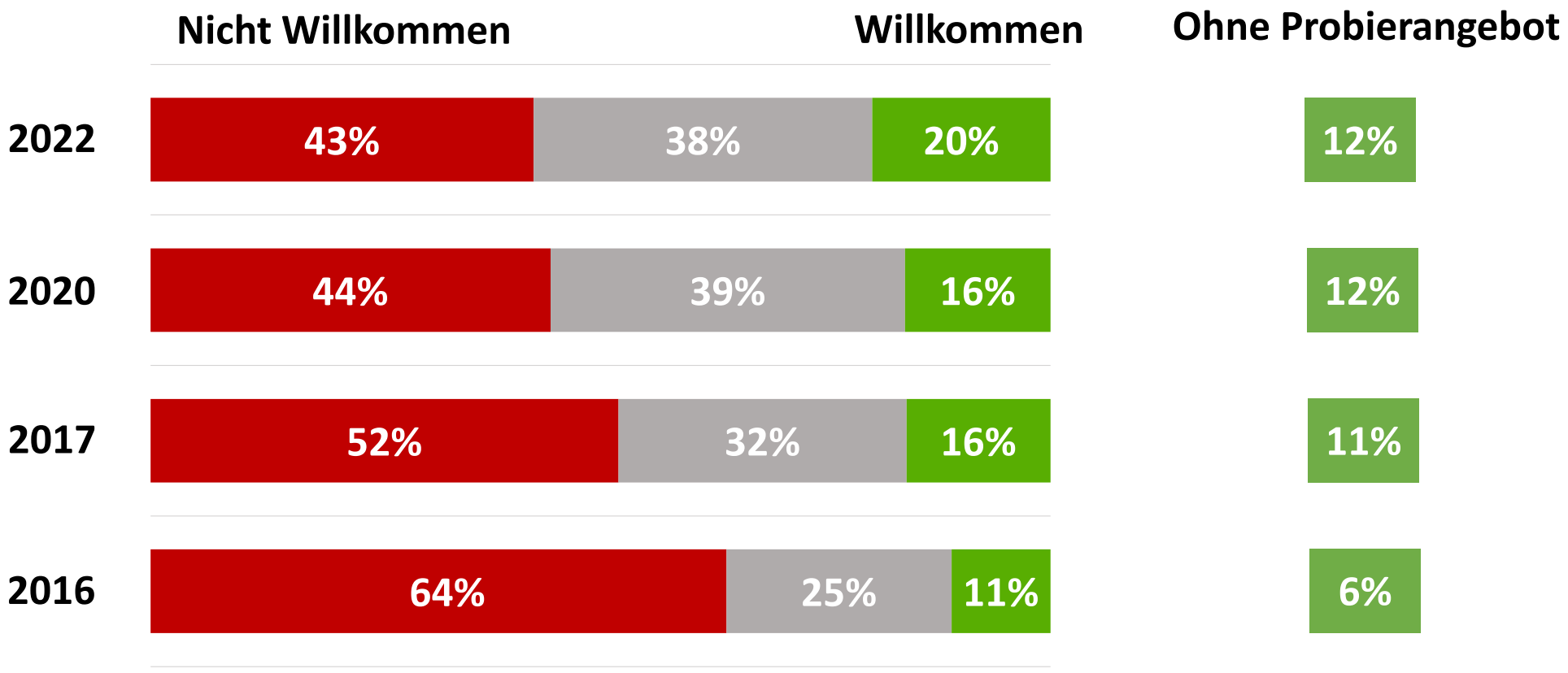
Mitgliedergewinnung

KPI

Kernproblem II

Hohe Hemmschwellen

Hohe Hemmschwellen



Kernproblem I

Stark selektives Informationsverhalten

Glaubwürdige Empfehler

Effiziente Gewinnungs-Maßnahmen Nicht-Golfer

Mitglieder-Marketing

Kooperations-Marketing

Online-Marketing / Social-Media

Mitgliedergewinnung

Rolle des Pros