

Demografischer Wandel und Customer Journey

Operative und strategische Auswirkungen auf die
Leading Golf Clubs of Germany



Markus Lawatsch
Leiter Marketing & Marktforschung (DGV)



Partner
des DGV

HanseMerkur 

 **KINDERSCHUTZALLIANZ**
THE ALLIANCE FOR CHILDREN

Customer Journey

Demografische Kennzahlen

1,38

Geburtenrate

15%

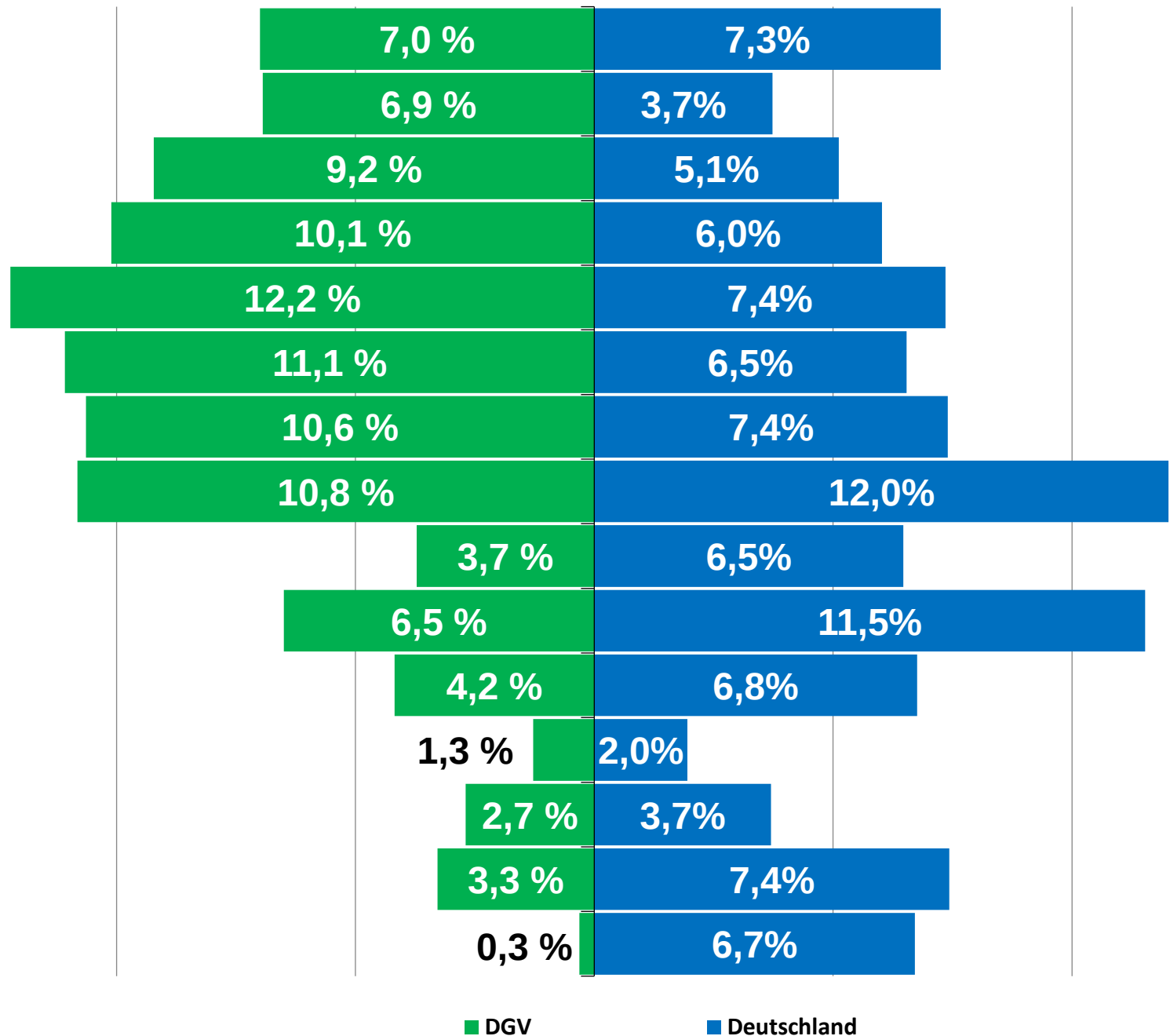
Ausländeranteil

>100%

Lebenserwartung

83,6 Mio.

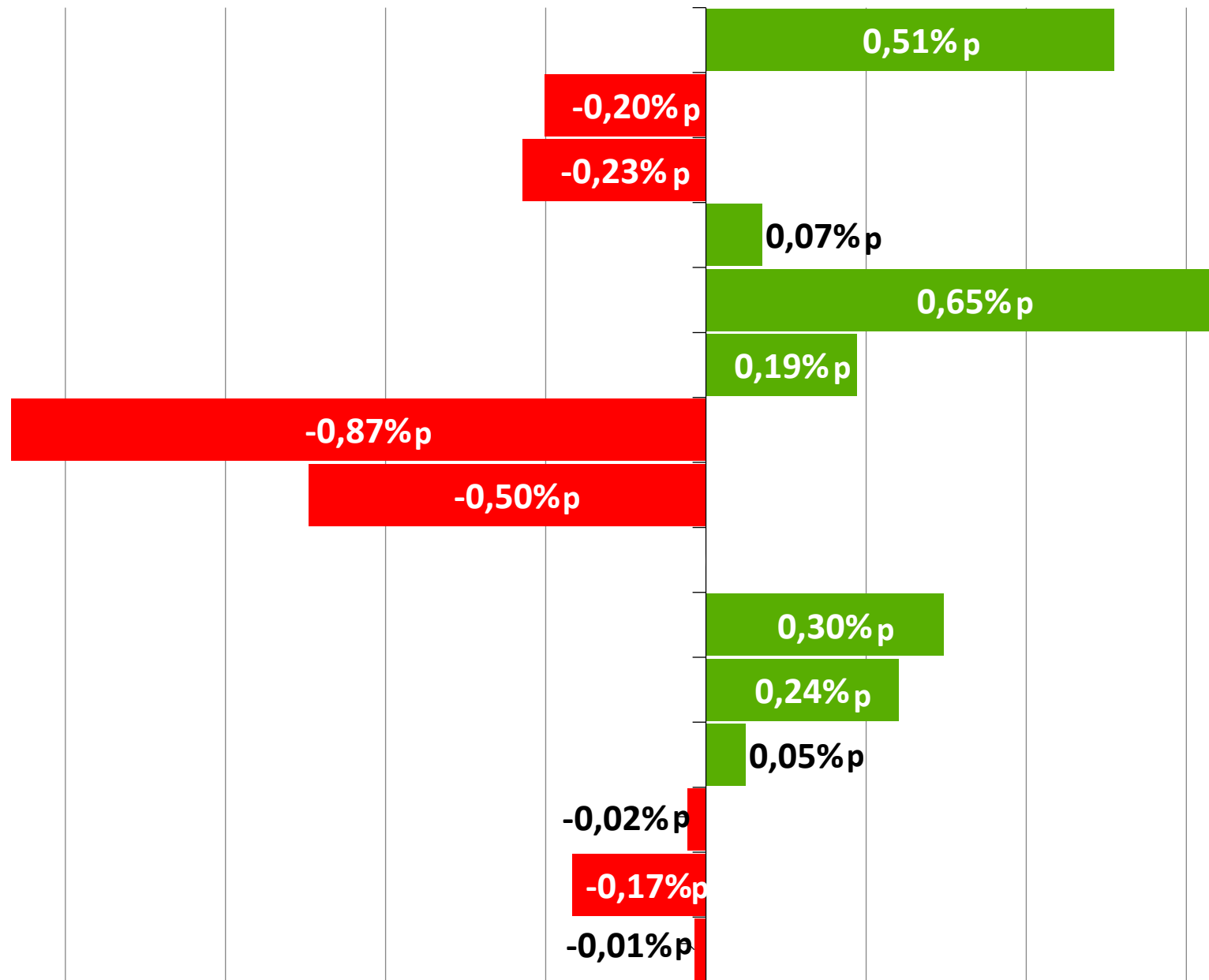
Bevölkerung



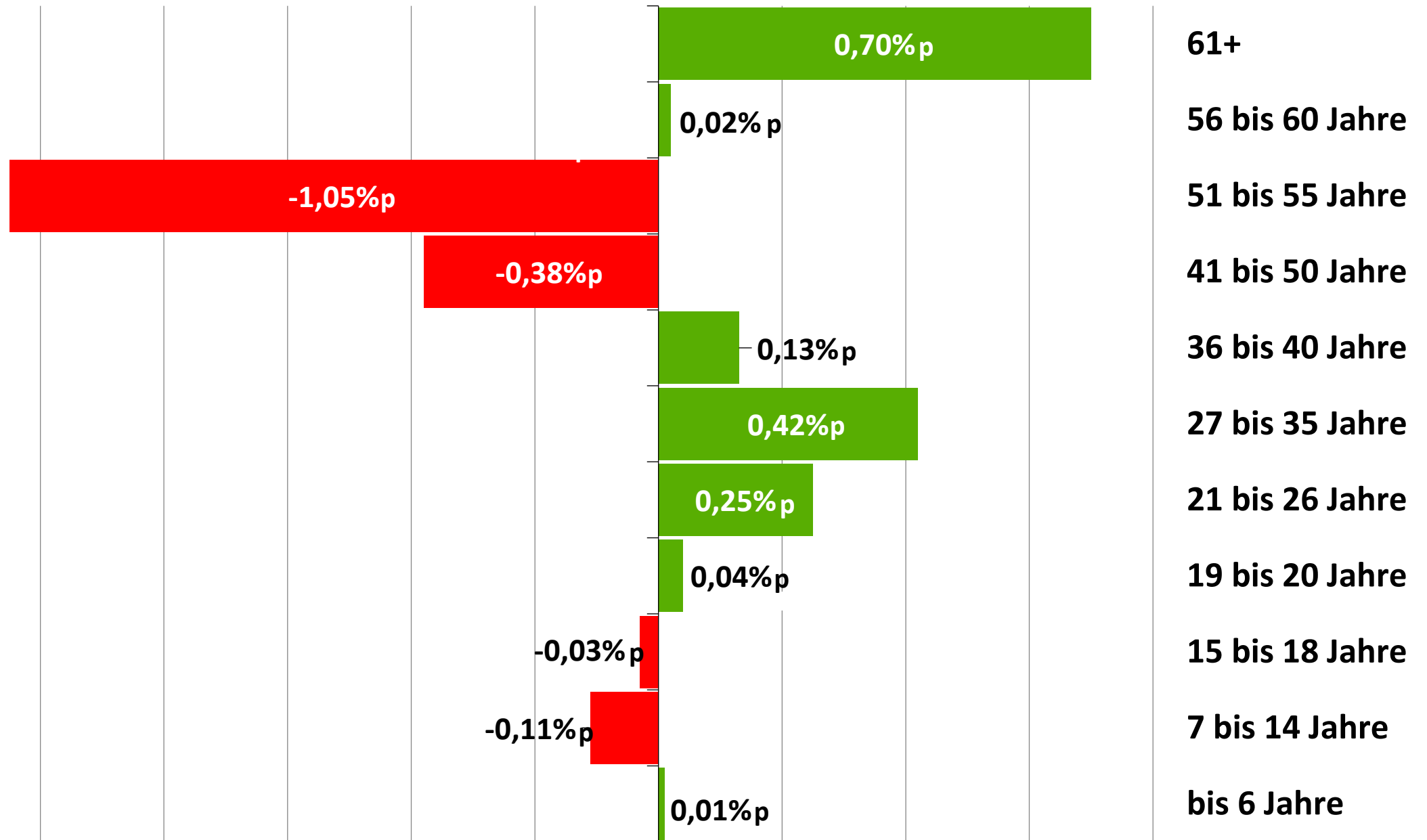
ab 80 Jahre
 75 bis 79 Jahre
 70 bis 74 Jahre
 65 bis 69 Jahre
 60 bis 64 Jahre
 56 bis 59 Jahre
 51 bis 55 Jahre
 41 bis 50 Jahre
 36 bis 40 Jahre
 27 bis 35 Jahre
 21 bis 26 Jahre
 19 bis 20 Jahre
 15 bis 18 Jahre
 7 bis 14 Jahre
 bis 6 Jahre

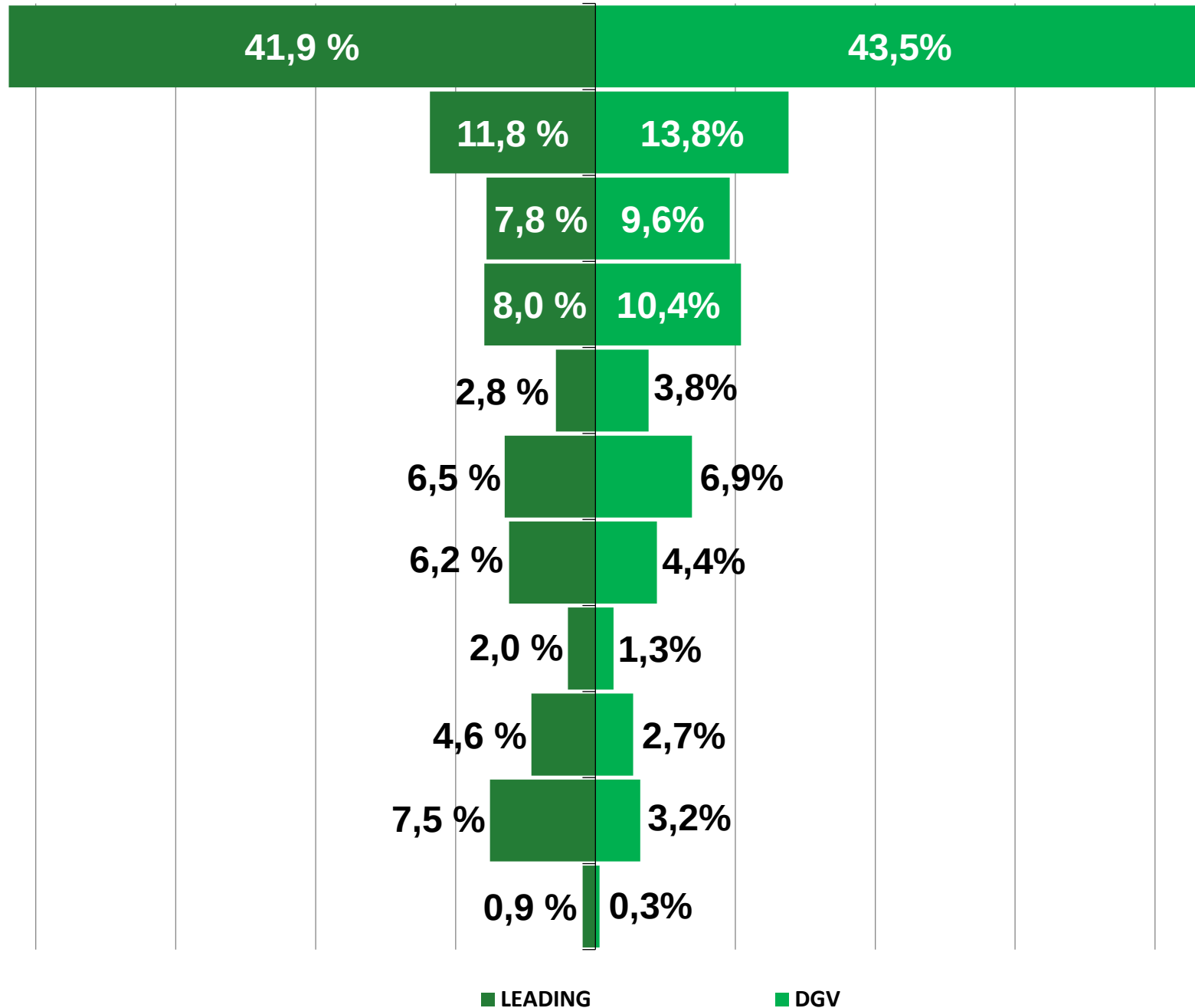
■ DGV

■ Deutschland



ab 80 Jahre
75 bis 79 Jahre
70 bis 74 Jahre
65 bis 69 Jahre
60 bis 64 Jahre
56 bis 59 Jahre
51 bis 55 Jahre
41 bis 50 Jahre
36 bis 40 Jahre
27 bis 35 Jahre
21 bis 26 Jahre
19 bis 20 Jahre
15 bis 18 Jahre
7 bis 14 Jahre
bis 6 Jahre





61+

56 bis 60 Jahre

51 bis 55 Jahre

41 bis 50 Jahre

36 bis 40 Jahre

27 bis 35 Jahre

21 bis 26 Jahre

19 bis 20 Jahre

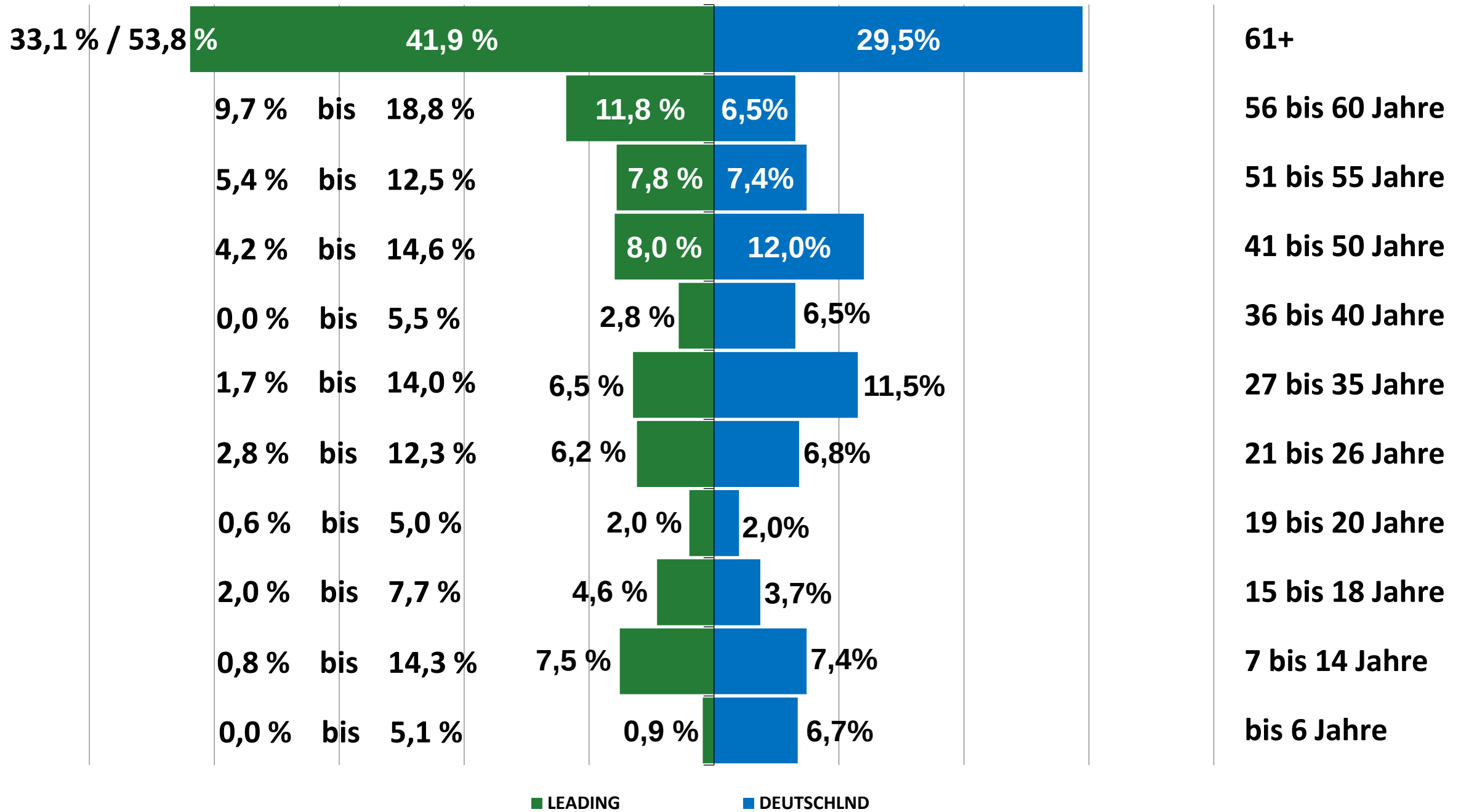
15 bis 18 Jahre

7 bis 14 Jahre

bis 6 Jahre

LEADING

DGV



Anteil registrierter Mitgliedschaften Deutschland

0,82 %

Spanien

0,63 %

Frankreich

0,66 %

Schweiz

1,18 %

England

1,34 %

Österreich

1,42 %

Niederlande

2,43 %

Norwegen

2,5 %

Dänemark

2,76 %

Finnland

2,80 %

Ireland

3,16 %

Schottland

3,86 %

Schweden

5,13 %

TOP13 Europa

1,29 %

Anteil registrierter Junioren Deutschland

6,15 %

Niederlande

4,11 %

England

4,13 %

Dänemark

4,54 %

Österreich

5,23 %

Schweiz

6,15 %

Frankreich

9,62 %

Ireland

10,66 %

Finnland

10,80 %

Schottland

10,91 %

Norwegen

11,97 %

Spanien

12,18 %

Schweden

12,47 %

TOP13 Europa

7,91 %

Anzahl interessierter Nicht-Golfer

32,96 Mio.

Wie begonnen (TOP 3)

56 %

Schnupperkurs

17 %

**Selbstständig
probiert**

7 %

Golf-Erlebnistag

Wo begonnen

65 %

35 %

16 %
P von 65%

Andere Golfanlage

Heimatanlage

Ausland

Warum begonnen (TOP 3)

50 %

USP

44 %

Spaß

28 %

Naturerlebnis

Operativ: Bestehende Marktpotenziale erschließen!

- Einsteigerprodukte optimieren
- Kommunikationsmaßnahmen optimieren
 - Erstsprache - insbesondere der unterrepräsentierten Zielgruppen
 - Während der gesamten Customer Journey
- PE-Kursler „besser machen“
- Spielfreude steigern
- Personelle Ressourcen ausbauen
- CRM einführen und nutzen
- Regelmäßige Umfragen durchführen
- Jugendkonzept

Strategisch gemäß

KI

Bedürfnissen älterer Golfspieler gerecht werden

1. Barrierefreie Einrichtungen
2. Anpassungen der Spielbedingungen (bspw. Senioren-Tees)
3. Einfache Buchungssysteme und telefonische Dienste
4. Spezielle Trainingsprogramme für Senioren
5. Golf & Gesundheit
6. Events für ältere Spieler
7. Kundensupport
8. Technologische Unterstützung
9. Mentorenprogramm

Bedürfnissen jüngerer Golfspieler gerecht werden

1. Soziale Medien und digitale Präsenz
2. Günstigere Preise / flexible Mitgliedschaftsmodelle
3. Events und Gemeinschaftsbereiche für jüngere Spieler
4. Kooperationen mit Bildungseinrichtungen
5. Innovative Spielformate, die traditionelles Golf „auflockern“
6. Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein
7. Mentorenprogramm
8. Buchungen erleichtern
9. Virtuelle Golferlebnisse / Gamification / GPS-gesteuerte Golf-Apps