



# HERZLICH WILLKOMMEN ZUR MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2026



RANGE ROVER

# AGENDA

---

09:00 – 09:15

**Begrüßung, Bernhard May; Oberbürgermeister Martin Heilig**

09:15 – 9:45

**Key Note Speech, Thomas Lurz**

*"Mehr als ein Job – Wie Unternehmenskultur und KI die HR neu definieren"*

9:45 – 10:00

**Vorstellung** neuer Clubmanager und Präsidenten

10:00 – 10:45

**Bericht des Vorstandes, Teil 1** (siehe Tagesordnung)

---

10:45 – 11:15

*PAUSE*

---

11:15 – 13:00

**Bericht des Vorstandes, Teil 2** (siehe Tagesordnung)

---

13:00

*Gemeinsames Photo und Mittagessen*

---

14:00

**Leading AI, Betriebsvergleich; Dr. Daniel Neuß  
Partner, Katharina Michel**

15:00

**Ende**





# TAGESORDNUNG

---



- 1. Begrüßung / Feststellung der Beschlussfähigkeit**
- 2. Geschäftsbericht des Vorstands**  
(a. Präsident / b. Schatzmeister mit RA 2025) und Genehmigung Haushaltsplan 2026
- 3. Bericht der Kassenprüfer**
- 4. Entlastung des Vorstands** für das Geschäftsjahr 2025
- 5. Entlastung der Kassenprüfer** für das Geschäftsjahr 2025
- 6. Wahl der Kassenprüfer 2026**
- 7. Beiträge und Umlagen** (keine Veränderungen)
- 8. Anträge und Sonstiges**

# HERZLICH WILLKOMMEN

---



**GOLF-CLUB  
KONSTANZ e.V.**

**Oskar Broziat**  
Präsident



**Patrick Steinbrückner**  
Clubmanager



**Ulrich Wolf**  
Aufsichtsratsvorsitzender Golf AG



**Jannik Heise**  
Director of Golf



# TOP 1: FESTSTELLUNG DER BESCHLUSSFÄHIGKEIT



# TOP 2: GESCHÄFTSBERICHT DES VORSTANDES

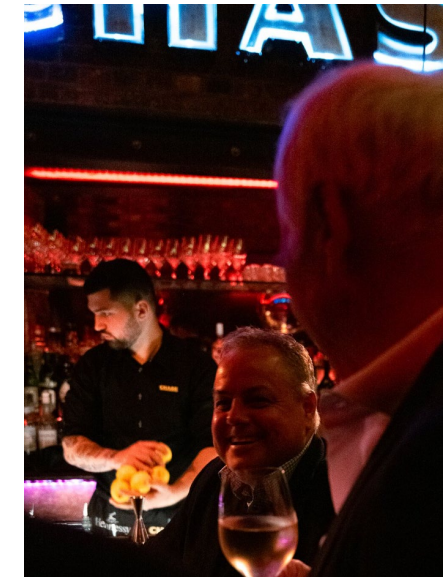
# RÜCKBLICK

---

## MITGLIEDERVERSAMMLUNG

März 2025, Würzburg

Hotel Melchior Park



# RÜCKBLICK

NETWORKING LUNCH UND BEHIND THE SCENES TOUR

Juli 2025, BMW International Open



# RÜCKBLICK

---

## HERBST-WORKSHOP

Oktober 2025

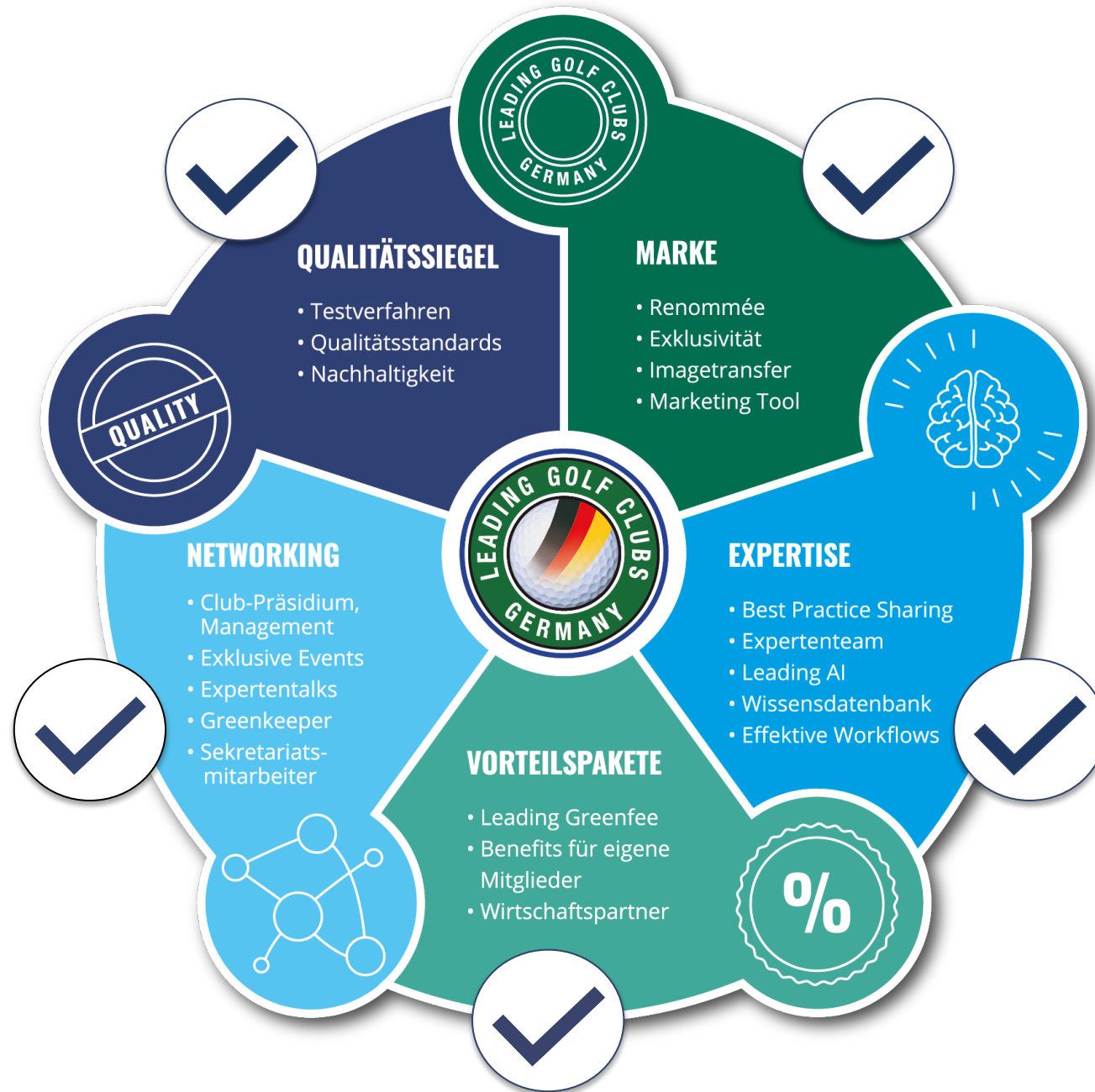


# LEADING EVENTS

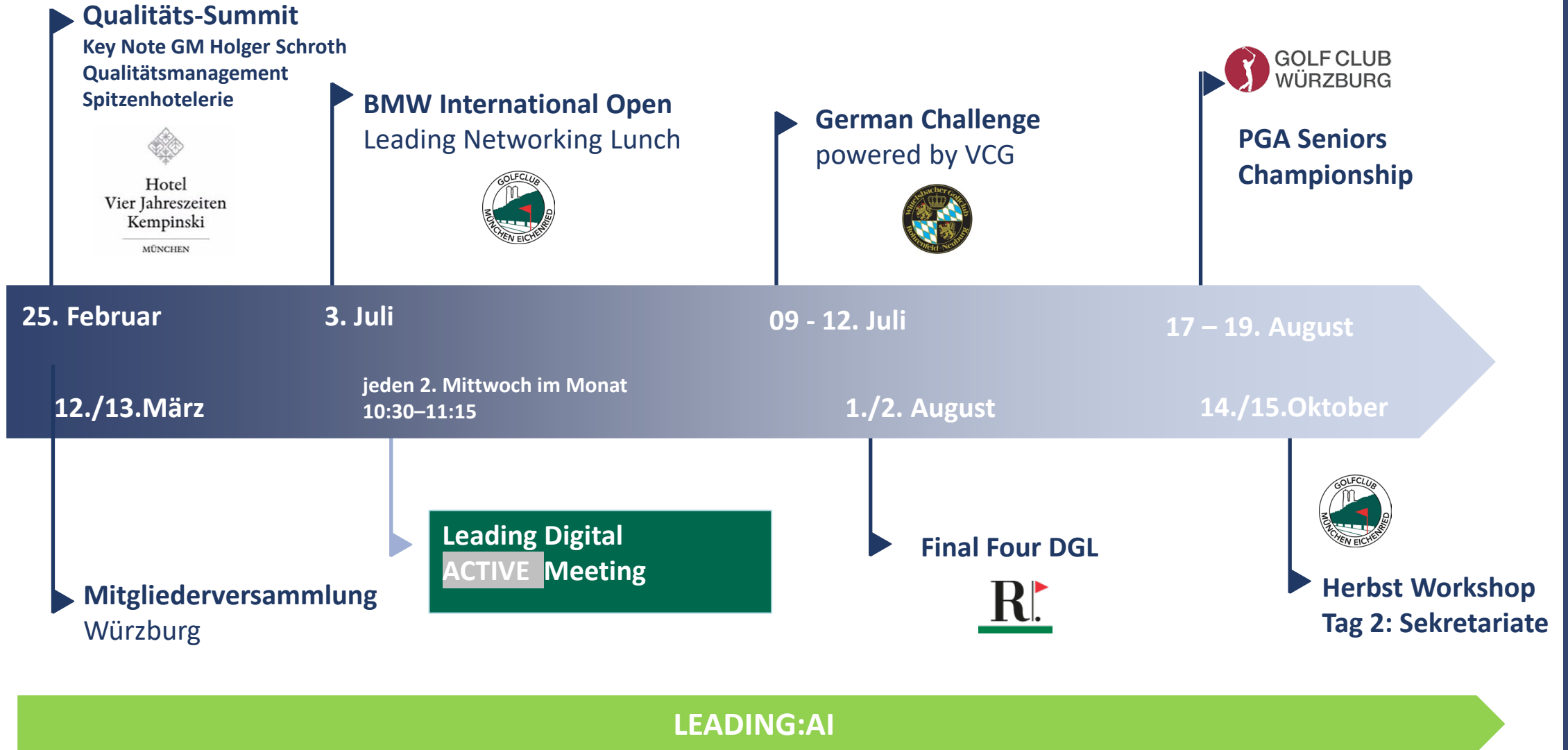
QUALITÄTSSUMMIT 2026, Februar 2024



# FAZIT



# AUSBLICK 2026





# TESTVERFAHREN 2026

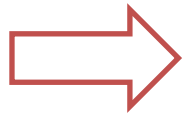
---



- **Fragebogen 2026: Keine Änderungen**
- **Testerschulungen**
  - **14.4.2026:** Online-Veranstaltung (14 – 17 Uhr)
  - **16.4.2026:** Online-Veranstaltung (14 – 17 Uhr)
  - **22.4.2026:** Schulung im GC Ulm (12.30 – 17 Uhr)
  - **28.4.2026:** Schulung im GC Gut Neuenhof (12.30 – 17 Uhr)
- **Testerfeedback verpflichtend**
- **Testzeiträume**
  - **Welle 1:** KW 21/22, Mai
  - **Welle 2:** KW 25/26, Juni
  - **Welle 3:** KW 29/30, Juli
  - **Welle 4:** KW 33/34, August
  - **Welle 5:** KW 37/38, September

## *Was uns aktuell auf Social Media fehlt!*

- **Jeder Club postet nur für sich**
  - Wir sind 39 Top-Clubs aber
  - auf Instagram und Co. tritt jeder für sich alleine auf



## **Wir verschenken unsere Reichweite!**

- zusammen haben wir über XY.000 Follower
- das ist eine riesige Zielgruppe, die wir aktuell nicht zusammenbringen



## **Lösung**

- Reichweite bündeln
- **auf Social Media zusammenarbeiten**

# SOCIAL MEDIA: VIDEO VS. BILD: WAS FUNKTIONIERT BESSER?

## Videos erzielen fast die 7-fache Anzahl an Likes

### BILD / CAROUSEL

**80 %**

1.865 Posts

**Ø 55 Likes**

Ø 2,2 Kommentare

### VIDEO / REEL

**20 %**

472 Posts

**Ø 354 Likes**

Ø 7,8 Kommentare

### ERKENNTNIS:

Nur jeder fünfte Beitrag ist ein Video. Instagram bevorzugt Videoformate algorithmisch!

Wer mehr Reels postet, wird stärker ausgespielt = **Wachstumspotenzial !!**

# SOCIAL MEDIA: WAS WIR ANALYSIERT HABEN

## Datenbasierte Analyse: 38 Clubs, 13 Monate, über 2.300 Beiträge

Wir haben die Instagram-Aktivitäten aller 38 Leading Golf Clubs of Germany systematisch ausgewertet

Kennzahl	Wert
Analysezeitraum	01.01.2025 – 31.01.2026
Analysierte Clubs	38
Follower gesamt	93.994
Eigene Beiträge	2.337
Externe Beiträge (Earned Media)	426
Gesamte Interaktionen	277.744

### Was bedeutet Engagement Rate?

Misst, wie viele Follower tatsächlich auf einen Beitrag reagieren

Branchendurchschnitt: 1–3 %

**Leading Clubs: 3,9 %**

# DIE TOP 10: WER POSTET AM MEISTEN?

## Aktivste Clubs nach Anzahl der Beiträge

#	Club		Follower	Ø Likes	ER
1	GC München Eichenried	<b>243</b>	5.536	629	11,6 %
2	Golf- und CC Seddiner See	<b>136</b>	1.078	54	5,1 %
3	GC Domäne Niederreutin	<b>130</b>	1.533	42	2,8 %
4	Resort Das Achental	<b>125</b>	18.907	12	0,1 %
5	GC Wörthsee e.V.	<b>122</b>	1.449	55	3,9 %
6	Golf Club St. Leon-Rot	<b>121</b>	7.265	144	2,0 %
7	GC Würzburg	<b>116</b>	3.710	98	2,9 %
8	Schwanhof	<b>94</b>	948	30	3,2 %
9	Jura Golf Park	<b>94</b>	863	20	2,4 %
10	GC München-Riedhof e.V.	<b>86</b>	2.148	63	3,0 %

**Erkenntnis:** Regelmäßigkeit zahlt sich aus!

22 von 38 Clubs posten weniger als 1x pro Woche = **ungenutztes Potenzial**

# DIE TOP 10: WER ERREICHT AM MEISTEN PRO BEITRAG?

## Höchstes Engagement — die effektivsten Clubs

#	Club	ER	Ø Likes	Beiträge	Follower
1	Stuttgarter GC Solitude e.V.	12,3 %	106	18	880
2	GC München Eichenried	11,6 %	629	243	5.536
3	Golf Club Konstanz	10,0 %	25	47	252
4	Golf Club Hetzenhof	6,2 %	17	18	285
5	GC Hof Hausen	5,6 %	39	28	712
6	Golf- und CC Seddiner See	5,1 %	54	136	1.078
7	Osnabrücker GC e.V.	5,1 %	80	38	1.605
8	GC Hamburg Wendlohe	4,3 %	78	21	1.811
9	GC Mannheim-Viernheim	4,1 %	95	17	2.395
10	GC Wörthsee e.V.	3,9 %	55	122	1.449

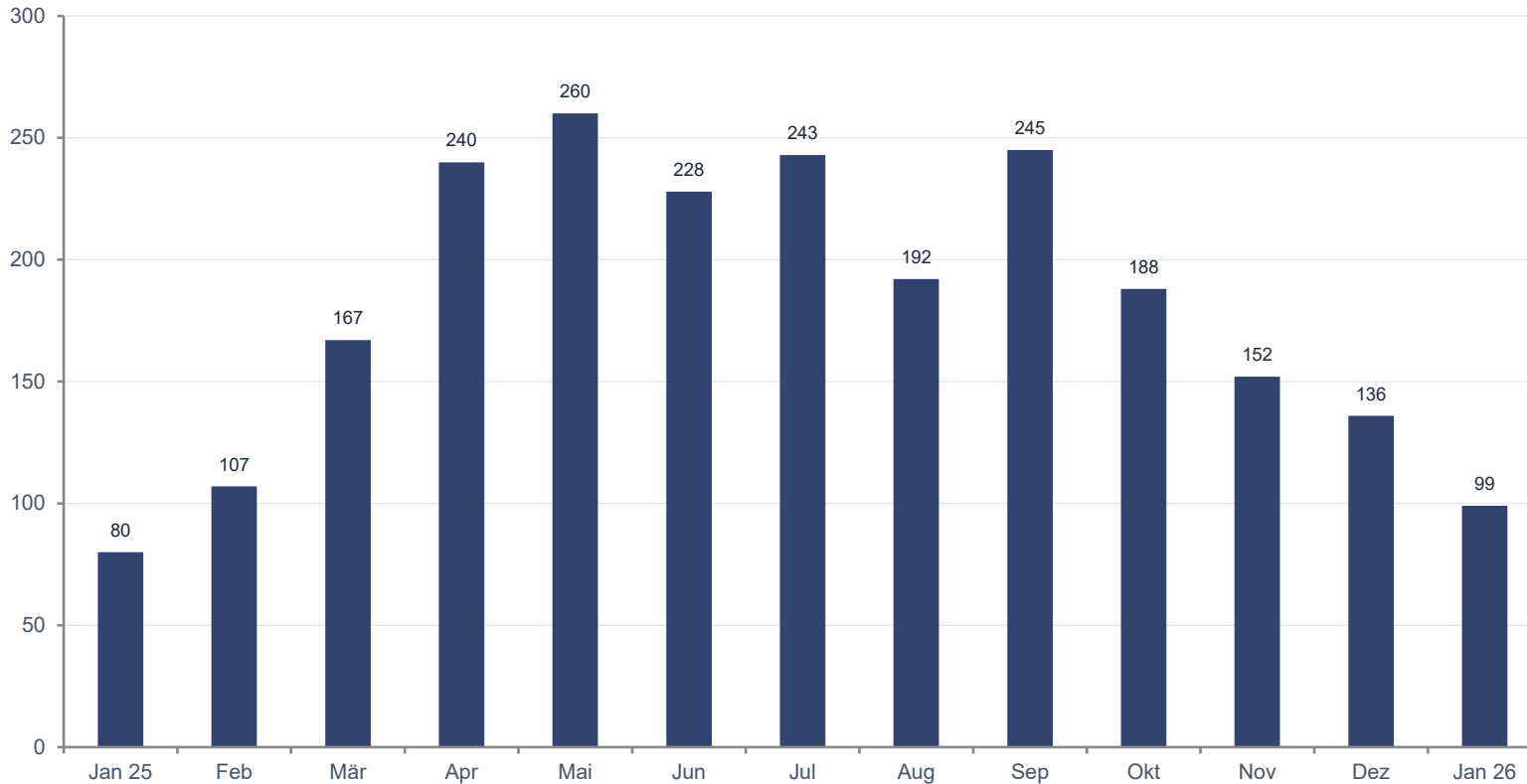
**Erkenntnis:** Auch kleinere Accounts erreichen Top-Engagement

Stuttgarter GC Solitude erzielt mit nur 880 Followern eine ER von 12,3 %

QUALITÄT SCHLÄGT GRÖSSE

# DER SAISONALE RHYTHMUS

## Wann posten die Leading Clubs?



Monat	Aktive Clubs
Jan 2025	25
Feb 2025	27
Mär 2025	33
Apr 2025	34
Mai 2025	37
Jun 2025	33
Jul 2025	36
Aug 2025	29
Sep 2025	36
Okt 2025	31
Nov 2025	31
Dez 2025	29
Jan 2026	28

**Erkenntnis:** Die Aktivität verdreifacht sich zwischen Winter und Sommer

Koordinierte Winterinhalte könnten Vorfreude aufbauen und Mitglieder ganzjährig binden

# WIE SICHTBAR IST DIE LEADING-MARKE HEUTE AUF SOCIAL MEDIA?

669 von 2.763 Beiträgen erwähnen Leading — das sind 24,2 %

## Wie wird die Marke erwähnt?

Referenz-Typ	Anzahl
#leadinggolfclubsofgermany	234
Weitere Hashtag-Varianten	81
@leadinggolfclubsofgermany	109
Texterwähnung	634

**Problem:** 15 verschiedene Hashtag-Schreibweisen gefunden.  
**Lösung:** einheitlicher Hashtag bündelt Sichtbarkeit

## Wer trägt die Marke am stärksten?

Club	Leading-Beiträge
Mainzer Golfclub	24
Golfclub Starnberg	70
HLGC Hittfeld	24
Schloss Langenstein	19
GC München-Riedhof	53

## Unser Vorschlag:

Clubs verwenden ab sofort den einheitlichen Hashtag **#LeadingGolfClubsOfGermany** und den **@-Tag @leadinggolfclubsofgermany** in jedem Beitrag

Das kostet keine Sekunde extra — und macht aus 2.337 einzelnen Beiträgen eine **gemeinsame Markenpräsenz**.

# GEMEINSAM EINE STARKE MARKE: CLUBS UND LGCG

---



*Wie wir Ihnen die Arbeit abnehmen*

- **Wir liefern das Material:**
  - Wir stellen Ihnen unsere aktuellen Logos (CI) sowie fertige Beispiel-Beiträge zur Verfügung.
  - Sie müssen diese nur noch nutzen.
- **Mehr Sichtbarkeit für Ihren Club:**
  - Wenn wir anfangen, uns gegenseitig richtig zu verlinken,
  - werden Ihre Beiträge auch von den Mitgliedern der anderen 38 Premium-Clubs gesehen.
- **Gegenseitiger Austausch:**
  - Wir möchten, dass die Clubs voneinander lernen und wir uns
  - im Netzwerk bei Fragen zu Social Media gegenseitig helfen.

# DIE UMSETZUNG: SO STARTEN WIR JETZT

---

## *Vernetzung und unser gemeinsames Online-Kick-Off-Meeting*

- **Der direkte Draht:**
  - Um das Ganze reibungslos umzusetzen, möchten wir uns direkt
  - mit der Person vernetzen, die bei Ihnen im Club für das Marketing / Social Media zuständig ist.
- **Gemeinsames Online-Meeting:**
  - Wir laden alle Marketing-Verantwortlichen zu einem kurzen Online-Austausch ein.
  - Darin besprechen wir die Details, beantworten Fragen und zeigen ganz einfach, wie das Verlinken in der Praxis funktioniert.
- **Ihre Aufgabe heute:**
  - Bitte geben Sie uns die Kontaktdaten Ihres Marketing-Verantwortlichen! So können wir direkt in den Austausch gehen und gemeinsam starten.



# TOP 3: BERICHT DER KASSENPRÜFER

# BERICHT DER KASSENPRÜFER

---



**Ort der Prüfung:** Präsenztermin in der Steuerkanzlei am Flugfeld in Böblingen zwischen Service-Center der LGCG und den Kassenprüfern

## **Anwesende:**

- Dr. Daniel Neuß
- Herbert Dürkopp (Zeitweise)
- Markus Eblen
- Simon Schmugge
- Markus Wolf (Zeitweise)

## **Kassenprüfer:**

- Markus Eblen, GF der GC Domäne Niederreutin GmbH
- Simon Schmugge, GF des Stuttgarter Golf-Club Solitude e. V.

**Prüfungstag:** Mittwoch, 21. Januar, 12 .30 Uhr –14.00 Uhr



**TOP 4:  
ENTLASTUNG DES VORSTANDS FÜR DAS  
GESCHÄFTSJAHR 2025**



**TOP 5:  
ENTLASTUNG DER KASSENPRÜFER FÜR DAS  
GESCHÄFTSJAHR 2025**



**TOP 6:  
WAHL DER KASSENPRÜFER FÜR DAS  
GESCHÄFTSJAHR 2026**



# TOP 7: BEITRÄGE UND UMLAGEN



TOP 8:  
ANTRÄGE UND SONSTIGES

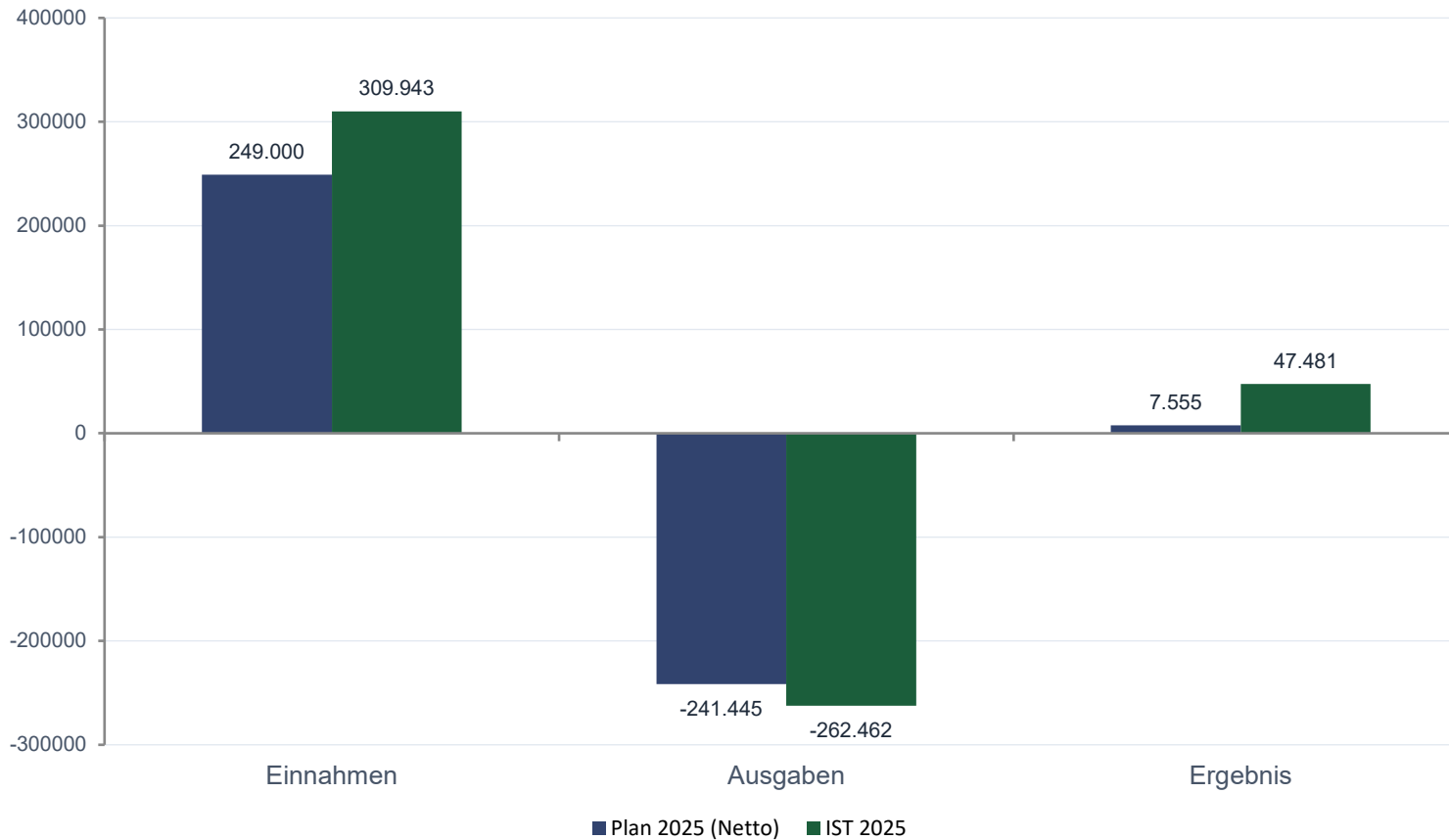


# RECHNUNGSABSCHLUSS 2025 HAUSHALTSVORANSCHLAG 2026



# EINNAHMEN & AUSGABEN IM ÜBERBLICK

## Plan vs. IST 2025 — Ergebnis deutlich über Erwartung



Einnahmen IST

**309.943 €**

**+24,5 %**

vs. Plan

Ausgaben IST

**-262.462 €**

**+8,7 %**

vs. Plan

Ergebnis IST

**47.481 €**

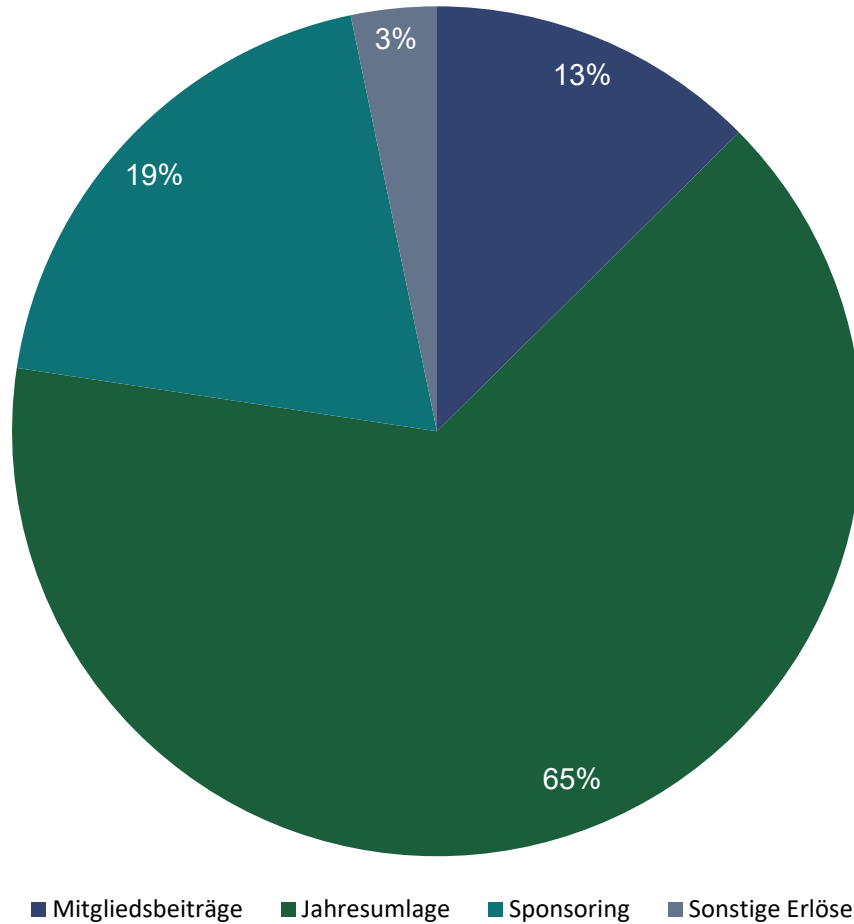
**+529 %**

vs. Plan

# EINNAHMENSTRUKTUR 2025



## Zusammensetzung der Gesamteinnahmen



### Jahresumlage

ist mit 65 % die größte Einnahmequelle.

### Sponsoring

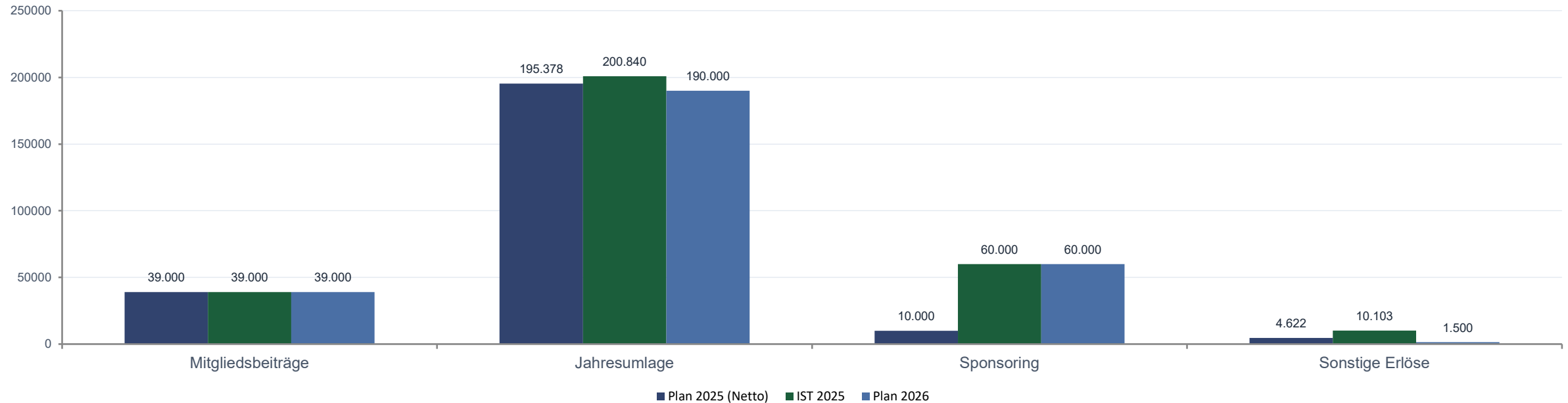
hat sich im Vergleich zum Plan versechsfacht und trägt nun 19 % bei.

### Mitgliedsbeiträge

bleiben stabil und plankonform.

# EINNAHMEN IM DETAIL

## Sponsoring als Wachstumstreiber — +50.000 € über Plan

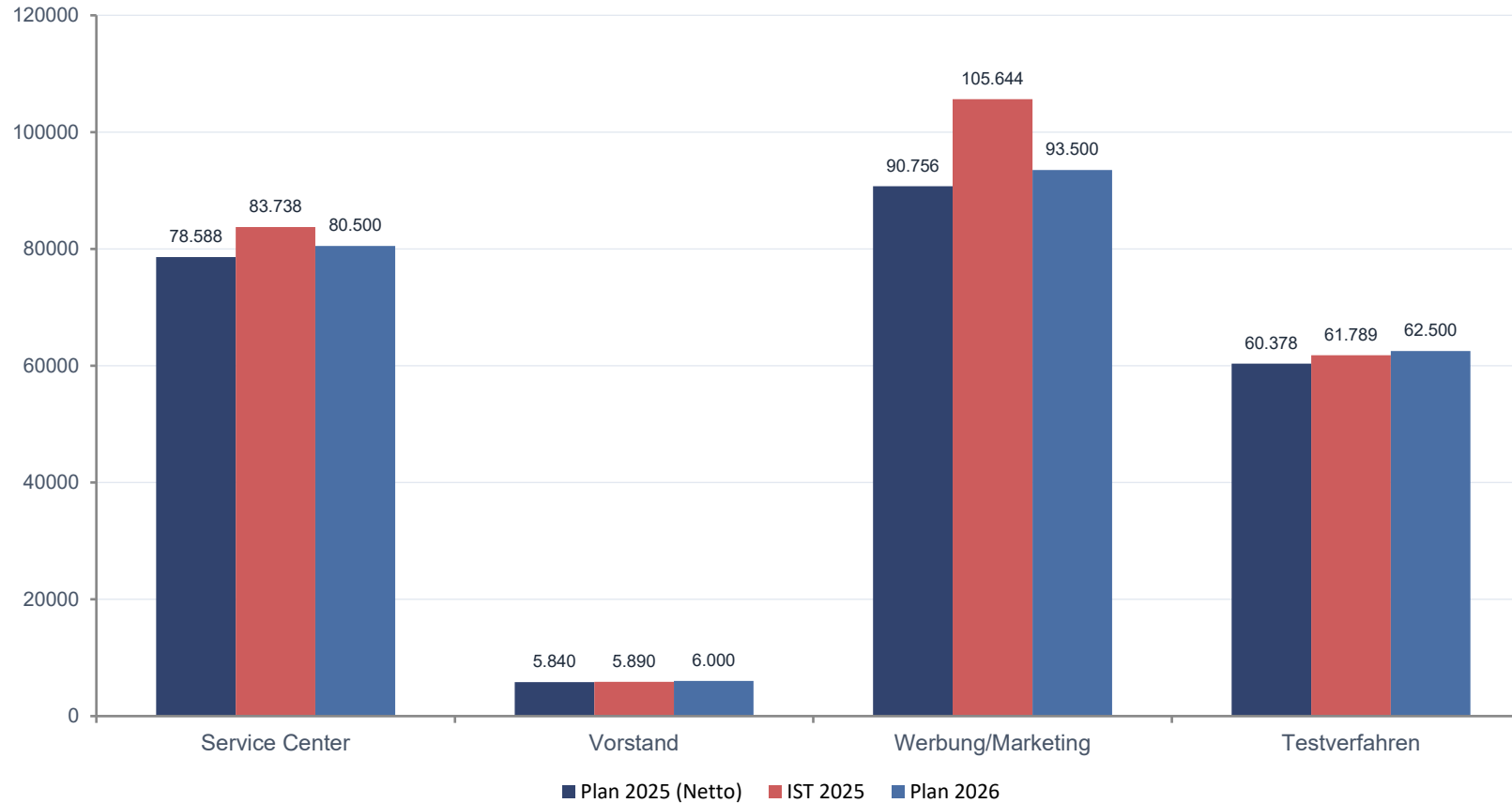


Bezeichnung	Plan 2025 (Brutto)	Plan 2025 (Netto)	IST 2025	Soll-IST	Plan 2026
Mitgliedsbeiträge	39.000 €	39.000 €	39.000 €	0 €	39.000 €
Jahresumlage Mitgl.	232.500 €	195.378 €	200.840 €	5.462 €	190.000 €
Sponsoring	10.000 €	10.000 €	60.000 €	50.000 €	60.000 €
Sonstige Erlöse	5.500 €	4.622 €	10.103 €	5.481 €	1.500 €
<b>Summe Einnahmen</b>	<b>287.000 €</b>	<b>249.000 €</b>	<b>309.943 €</b>	<b>60.943 €</b>	<b>290.500 €</b>



# AUSGABEN NACH BEREICHEN

**IST 2025: -262.462 € — aufgeteilt nach Kostenstellen**



## Soll-IST Abweichung

Service Center	<b>-5.150 €</b>	+6,6 %
Vorstand	<b>-50 €</b>	+0,8 %
Werbung/Mktg.	<b>-14.887 €</b>	+16,4 %
Testverfahren	<b>-1.411 €</b>	+2,3 %

**Gesamt: -21.017 €**



# AUSGABEN IM DETAIL: SERVICE CENTER & VORSTAND

## Detailaufstellung der Einzelpositionen

Bezeichnung	Plan 2025 (Brutto)	Plan 2025 (Netto)	IST 2025	Soll-IST	Plan 2026
<b>Service Center</b>					
Management	-74.000 €	-62.185 €	-64.213 €	-2.029 €	-65.000 €
Mitgliederveranst.	-8.000 €	-8.000 €	-8.876 €	-876 €	-8.000 €
Sonstiges	-10.000 €	-8.403 €	-10.649 €	-2.246 €	-7.500 €
<b>Summe Service Center</b>	<b>-92.000 €</b>	<b>-78.588 €</b>	<b>-83.738 €</b>	<b>-5.150 €</b>	<b>-80.500 €</b>
<b>Vorstand</b>					
Reisekosten	-5.000 €	-5.000 €	-5.321 €	-321 €	-5.000 €
Bewirtung	-1.000 €	-840 €	-569 €	271 €	-1.000 €
<b>Summe Vorstand</b>	<b>-6.000 €</b>	<b>-5.840 €</b>	<b>-5.890 €</b>	<b>-50 €</b>	<b>-6.000 €</b>

**Service Center:** Mehrausgaben von 5.150 € (+6,6 %) gegenüber Plan — v.a. durch Management-Kosten. **Vorstand:** Nahezu plankonform mit nur 50 € Abweichung.



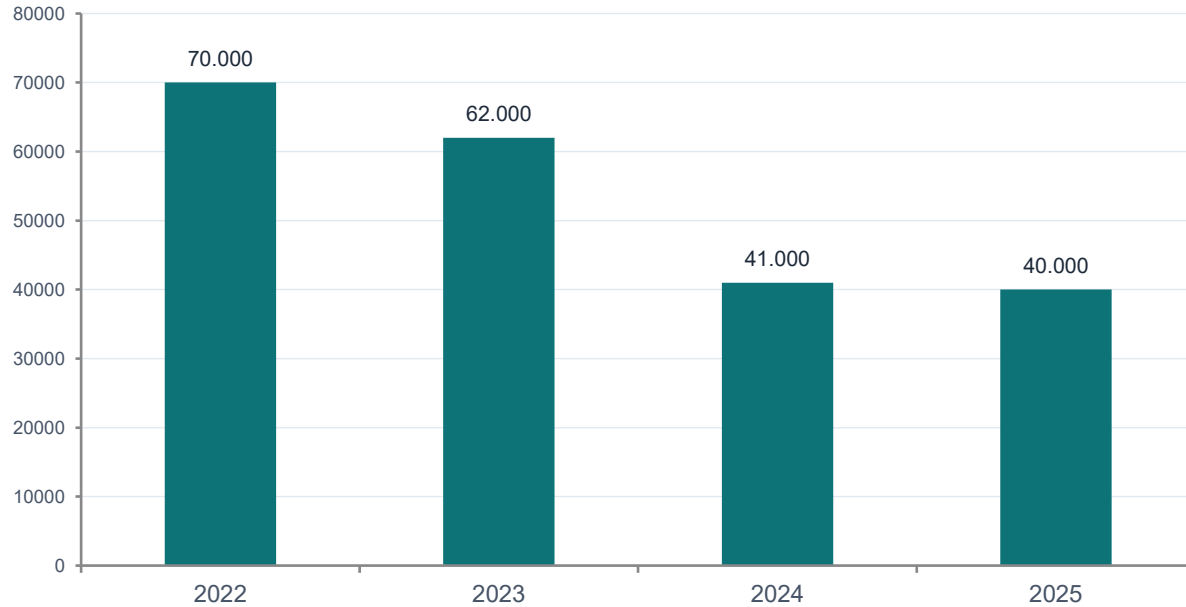
# AUSGABEN IM DETAIL: WERBUNG / MARKETING

## Größter Kostenblock mit 41 % der Gesamtausgaben

Bezeichnung	Plan 2025 (Brutto)	Plan 2025 (Netto)	IST 2025	Soll-IST	Plan 2026
<b>Werbung / Marketing</b>					
Internet Homepage	-7.000 €	-5.882 €	-5.402 €	481 €	-6.000 €
Content, Marketing, Beratung	-80.000 €	-67.227 €	-79.591 €	-12.364 €	-67.000 €
Anzeigen/Medien	-5.000 €	-4.202 €	-3.000 €	1.202 €	-5.000 €
Werbekosten sonstige	-9.000 €	-7.563 €	-6.585 €	978 €	-7.500 €
Veranstaltungen	-14.000 €	-11.765 €	-16.467 €	-4.703 €	-14.000 €
<b>Summe Werbung/Marketing</b>	<b>-108.000 €</b>	<b>-90.756 €</b>	<b>-105.644 €</b>	<b>-14.887 €</b>	<b>-93.500 €</b>

# AUSGABEN IM DETAIL: TESTVERFAHREN

## Kostenentwicklung und Einzelpositionen



### Einsparung seit 2022

**-43 %**

**70.000 € → 40.000 €**

Durch Digitalisierung und Prozessoptimierung erheblich reduziert.

Bezeichnung	Plan 2025 (Brutto)	Plan 2025 (Netto)	IST 2025	Soll-IST	Plan 2026
Digitalisierung Test	-17.850 €	-15.000 €	-15.000 €	0 €	-15.000 €
CMC Orga Tests	-49.000 €	-41.176 €	-40.061 €	1.116 €	-43.000 €
Testverf. sonstiges	-5.000 €	-4.202 €	-6.728 €	-2.526 €	-4.500 €
<b>Summe Testverfahren</b>	<b>-69.000 €</b>	<b>-60.378 €</b>	<b>-61.789 €</b>	<b>-1.411 €</b>	<b>-62.500 €</b>

# GESAMTERGEBNIS — ZAHLENWERK

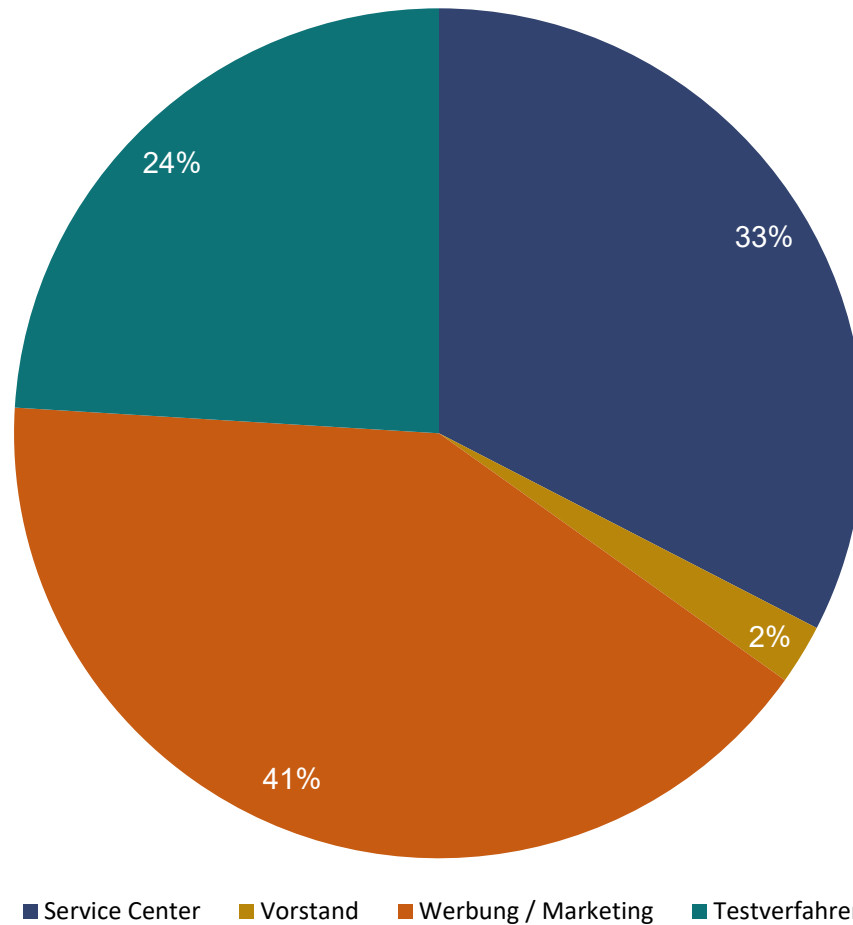


## Vollständige Übersicht aller Positionen

Bezeichnung	Plan 2025 (Brutto)	Plan 2025 (Netto)	IST 2025	Soll-IST	Plan 2026
<b>EINNAHMEN</b>					
Mitgliedsbeiträge	39.000 €	39.000 €	39.000 €	0 €	39.000 €
Jahresumlage Mitgl.	232.500 €	195.378 €	200.840 €	5.462 €	190.000 €
Sponsoring	10.000 €	10.000 €	60.000 €	50.000 €	60.000 €
Sonstige Erlöse	5.500 €	4.622 €	10.103 €	5.481 €	1.500 €
<b>Summe Einnahmen</b>	<b>287.000 €</b>	<b>249.000 €</b>	<b>309.943 €</b>	<b>60.943 €</b>	<b>290.500 €</b>
<b>AUSGABEN</b>					
Service Center	-92.000 €	-78.588 €	-83.738 €	-5.150 €	-80.500 €
Vorstand	-6.000 €	-5.840 €	-5.890 €	-50 €	-6.000 €
Werbung/Marketing	-108.000 €	-90.756 €	-105.644 €	-14.887 €	-93.500 €
Testverfahren	-69.000 €	-60.378 €	-61.789 €	-1.411 €	-62.500 €
<b>Summe Ausgaben</b>	<b>-282.000 €</b>	<b>-241.445 €</b>	<b>-262.462 €</b>	<b>-21.017 €</b>	<b>-248.500 €</b>
<b>Vorläufiges Ergebnis</b>	<b>5.000 €</b>	<b>7.555 €</b>	<b>47.481 €</b>	<b>39.926 €</b>	<b>42.000 €</b>

# AUSGABENVERTEILUNG 2025

## Verteilung der Gesamtausgaben nach Bereichen



### Werbung / Marketing

ist mit 41 % der größte Ausgabenblock — davon entfällt der größte Anteil auf Content und Beratung.

### Service Center

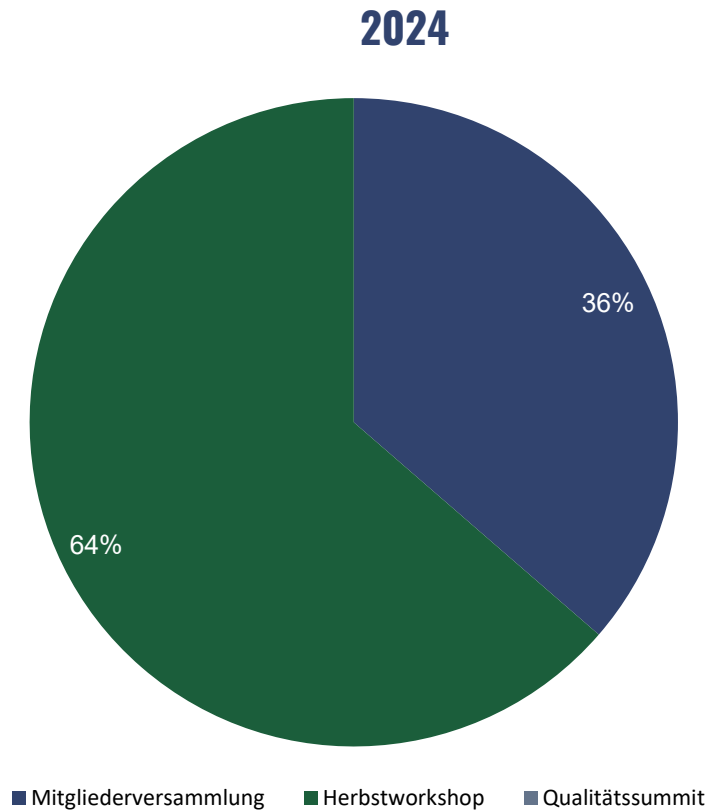
steht mit 32 % an zweiter Stelle.

### Testverfahren

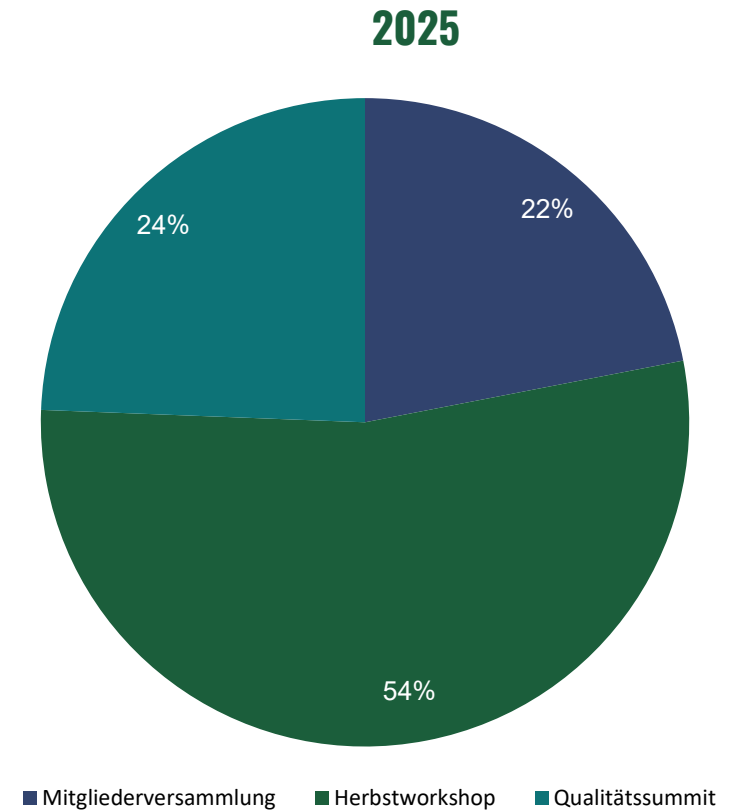
macht 24 % der Ausgaben aus.

# VERANSTALTUNGSKOSTEN IM VERGLEICH

## 2024 vs. 2025 — Ausweitung des Veranstaltungsprogramms



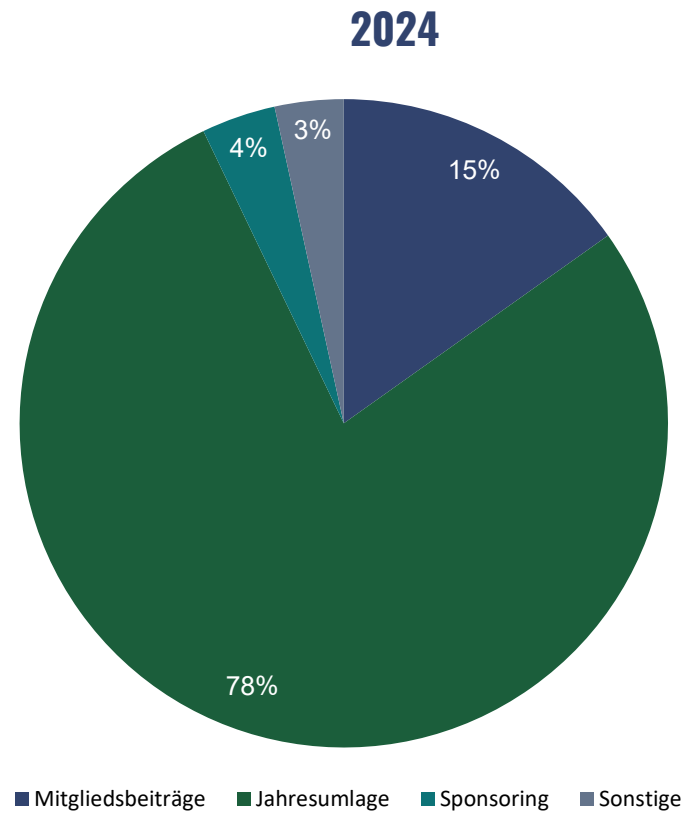
Gesamt: 22.000 €



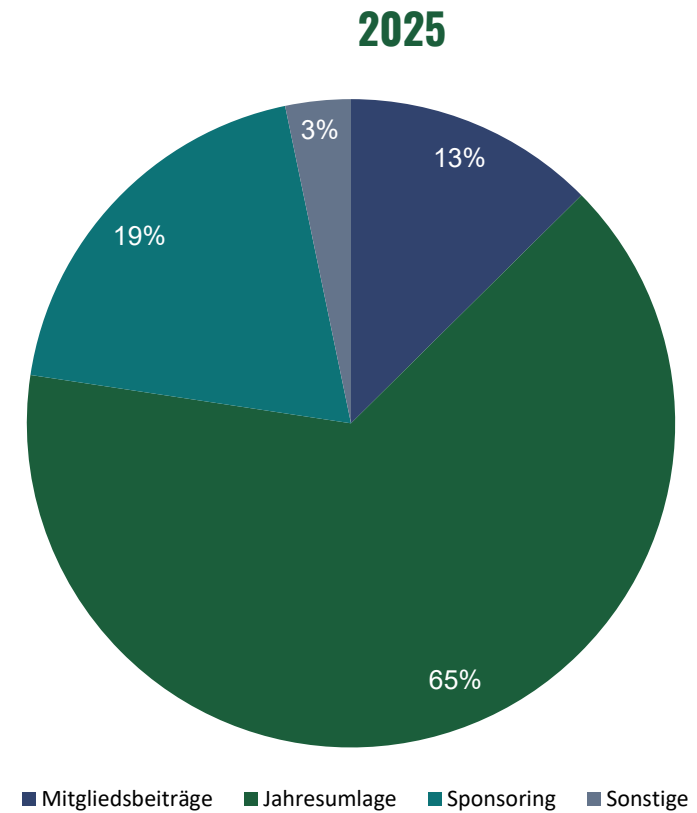
Gesamt: 41.000 € (+86 %)

# EINNAHMENENTWICKLUNG 2024 VS. 2025

## Gesamteinnahmen gestiegen — Sponsoring als neuer Pfeiler



Gesamt: 263.809 €

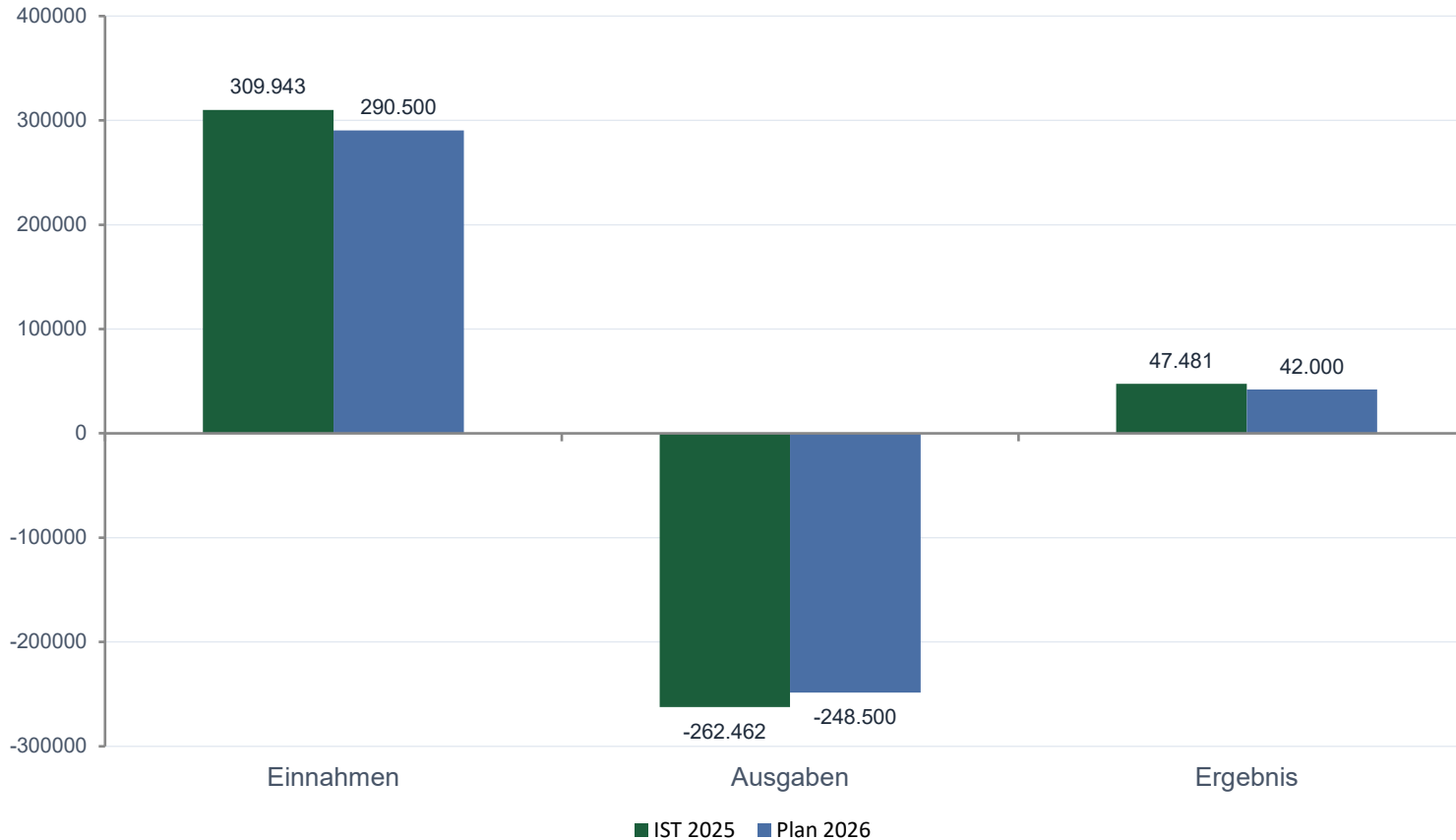


Gesamt: 309.943 € (+17,5 %)

# AUSBLICK: PLAN 2026

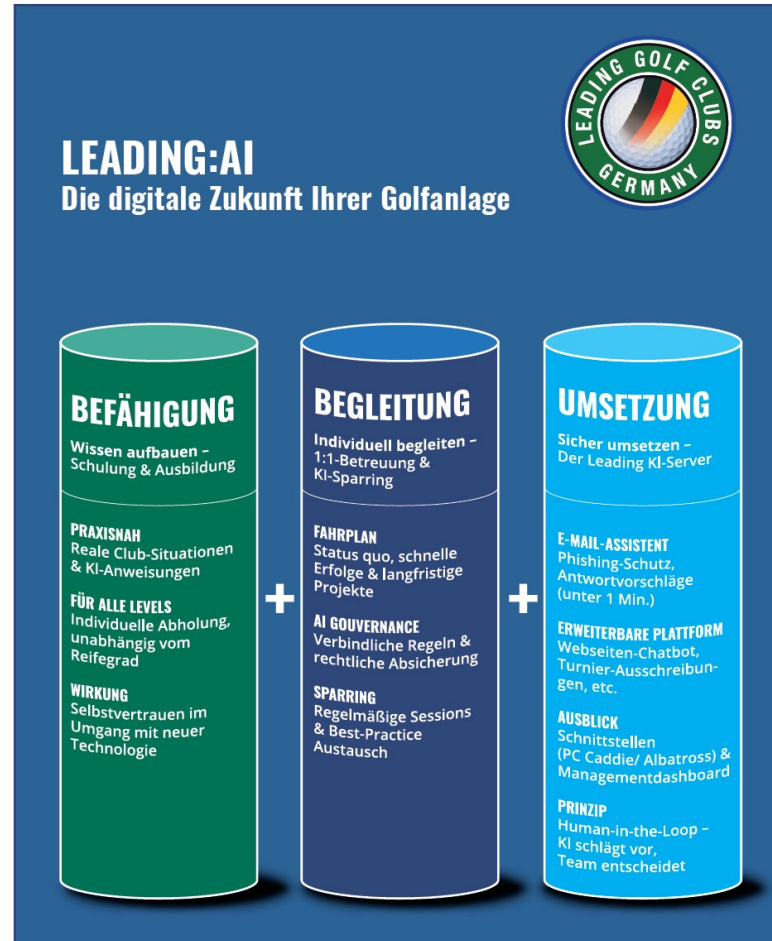


## Konservative Planung mit positivem Ergebnis



### Plan 2026 — Kernpunkte

- Einnahmen: 290.500 €
  - Sponsoring auf IST-Niveau (60.000 €)
  - Jahresumlage leicht reduziert
- Ausgaben: -248.500 €
  - Marketing optimiert (-12.144 €)
  - Service Center leicht reduziert
- **Ergebnis: 42.000 €**
  - Konservativ geplant, Puffer vorhanden



# STARKE PARTNER

---



RANGE ROVER



# STARKE PARTNER

---

The Miele logo consists of the word "Miele" in a white, serif font, centered within a dark red rectangular background.

## RANGE ROVER

- **Partner der Dachmarke LGCG**
- **Partnerschaften mit Clubs** (weitere gewünscht, wenn Händler vorhanden)  
(Langenstein, Hittfeld, Würzburg, Heilbronn, Olching, Wörthsee, Ulm, Osnabrück, Starnberg)

## Leading Service Center

- Door Opener zu regional gewünschten Clubs, Anbahnung der Partnerschaft, Support Sponsoring Präsentation
- Mitentwicklung des Marketing- und Aktivierungskonzept
- Projektmanagement / Schnittstelle zu den Clubs

# STARKE PARTNER

---



**Miele**



# STARKE PARTNER

---

The Miele logo consists of the word "Miele" in a white, serif font, centered within a dark red rectangular background.

## MIELE

- **Küchen-Planung** über Miele Vertriebsbeauftragten, die sich die Gegebenheiten vor Ort ansehen
- **Aufbau und Wartung:** Miele Kundendienst
- Marketing Aktivierungspaket für Clubs und LGCG

## Leading Service Center

- Door Opener zu regional gewünschten Clubs
- Mitentwicklung des Marketing- und Aktivierungskonzept
- Projektmanagement / Schnittstelle zu den Clubs

## **CLUBS:** (Keine Kosten)

- Umsetzung fertiger Marketingbausteine
- Hygienekonzept, Einhaltung aller hygienerlevanten Vorgaben und gesetzlichen Anforderungen (einschließlich möglicher Haftung) liegt beim Nutzer selbst
- Brandschutzrelevanten Aspekte. Miele kann eine Einweisung in die Nutzung der Outdoor-Küche geben, jedoch bleibt die Verantwortung für den Brandschutz beim Nutzer
- Für die Nutzung des Moduls „Wash“ ist ein Anschluss an frisches fließendes Wasser erforderlich. Alternativ kann durch eine andere Lösung auch eine autarke Spüle mit einem Tank verwendet werden. In dem Fall ist sicherzustellen, dass das Wasser täglich frisch gewechselt wird

## **Verträge**

- Sponsoring Vertrag Miele/LGCG
- Überlassungsvertrag = Barter: Miele Vertriebsgesellschaft KG /Club für 3 Jahre. ' Abkauf günstig nach 3 Jahren oder Rücknahme

# STARKE PARTNER

## Garpa for Professionals

Golfclubs und Kreuzfahrtschiffe, Hotels und Restaurants, Schlösser und Botschaften zählen zu unseren langjährigen, zufriedenen Kunden. Zusammen mit Architekten und Objekteinrichtern stellen wir Ihren Golfclub mit exklusiven **Gartenmöbeln** und **Accessoires** aus. Ihre Ansprüche bestimmen unser Angebot - sichern Sie sich attraktive **Konditionen für einen Mietkauf** oder bis zu **25% Nachlass** auf den Katalogpreis.



GEMEINSAM FINDEN WIR DIE BESTE  
LÖSUNG FÜR IHREN GOLFCLUB.  
KONTAKTIEREN SIE UNS GERN:

Mads Clement | Objektvertrieb  
Mobil +49 170 940 89 32  
mads.clement@garpa.de



## Lebensart hat Tradition

UNSER KOOPERATIONSPARTNER IST IM GRÜNEN ZU HAUSE. MIT ZEITLOSEN EINRICHTUNGEN VERLEIHT GARPA EINZIGARTIGEN GÄRTEN VOLLENDUNG.

Verantwortung, Respekt und Zuverlässigkeit - Garpa übersetzt ideale Werte in exklusive Gartenmöbel. Die erlesene Kollektion hält ganzheitliche Einrichtungsideen für jedes Refugium parat. Mitglieder des Leading Golf Club of Germany e.V. profitieren von einem Gutschein im Wert von 250 Euro.\*

BENEFITS ONLINE  
[GARPA.DE/LEADING-GOLF](https://garpa.de/leading-golf)

\*Einmalig einlösbar ab einem Mindestbestellwert von 1.500 Euro. Nicht anwendbar bei Geschenkgutscheinen. Bei einer Bestellung ab 6.000 Euro gewähren wir zusätzlich einen Nachlass in Höhe von 3 %, bei einem Bestellwert ab 10.000 Euro von 5 %.

### PERSÖNLICHE BERATUNG

Am Telefon (+49 4152 925 200) oder bei einem Termin vor Ort in einem unserer Showrooms.

### ANSICHTSLIEFERUNG

Testen Sie unsere Möbel 30 Tage kostenfrei und unverbindlich in Ihrem Zuhause.

### LIEFERUNG FREI HAUS

Direkt, schnell und sicher - individuelle Terminwünsche richten wir nach Möglichkeit ein.

### KOSTENLOSER AUFBAUSERVICE

Garpa Möbel sind bereits montiert oder werden vor Ort von Experten **zusammengebaut**.

Garpa Garten & Park Einrichtungen GmbH  
TELEFONISCHE BESTELLUNG: +49 4152 925 200 | E-MAIL: [info@garpa.de](mailto:info@garpa.de) | [GARPA.DE](https://garpa.de)

# STARKE PARTNER

---



# WIR WÜNSCHEN IHNEN EINE ERFOLGREICHE GOLFSAISON

---





**TOP 4:  
GENEHMIGUNG  
RECHNUNGSABSCHLUSS 2025  
HAUSHALTSVORANSCHLAG 2026**



TOP 4:  
ENTLASTUNG DES VORSTANDS FÜR DAS  
GESCHÄFTSJAHR 2025