



Ergebnisse der DGV Mitgliederbefragung „Strategische DGV-Ziele“ liegen vor



DGV-Mitgliederbefragung: Strategische DGV-Ziele (Bild: iStock.com/cnythzl)

Welche Prioritäten setzen die Mitglieder bei den strategischen Zielen des Dachverbandes? Mit welchen Themenfeldern soll sich der DGV zukünftig beschäftigen?

Diese und viele weitere Fragen waren Bestandteil der DGV-Mitgliederumfrage „Strategische DGV-Ziele“, die bis Ende März vom unabhängigen Marktforschungsinstitut „Nielsen Sports“ durchgeführt wurde. Jetzt liegen die Auswertung und Schlussfolgerungen vor. Insgesamt haben 39 Prozent (337) der DGV-Mitglieder den Fragebogen ausgefüllt, fast 50 Prozent davon waren Clubmanager / Geschäftsführer, gut 30 Prozent Präsidenten / 1. Vorsitzende und stellvertretende Präsidenten / Vorsitzende.

Hier die Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse von „Nielsen Sports“:

Die neun strategischen Ziele des DGV

- Die strategischen Ziele des DGV sind in der Mitgliedschaft klar oder gut bekannt. Die meisten Mitglieder haben eine klare oder gute Kenntnis der Inhalte fast aller Ziele.
- Sowohl bei der Wichtigkeit für die eigene Anlage, als auch für die übergreifende Förderung des Golfsports sind die „Unterstützung der Golfclubs bei der Gewinnung und Bindung von Mitgliedern“ und die „Nachwuchsförderung“ die mit Abstand wichtigsten Ziele.
- Die geringste Bedeutung unter den DGV-Zielen hat die „Berücksichtigung ungebundener Formen des Golfs unter dem Dach des DGV“.

Zukünftige Themenfelder des DGV

- Das mögliche zukünftige Themenfeld „Mehr Kinder und Jugendliche“ hat mit Abstand die größte Bedeutung. Aber auch weitere Themenfelder, angefangen von „Digitalisierung“ über „Golf und Gesundheit“ bis „Aus- und Weiterbildung“ besitzen bei den Mitgliedern eine hohe Wichtigkeit.
- Knapp 30 Prozent der DGV-Mitglieder sind der Meinung, dass weitere wichtige Themen die DGV-Agenda ergänzen sollten. Davon wünscht sich gut ein Drittel mehr Initiative des Verbandes im Bereich Marketing und hier vor allem im Bereich „Nachwuchsförderung“. Die Abschaffung / Eindämmung des Billiggolfs bzw. die Abschaffung der Fernmitgliedschaften folgt auf Platz drei der Themenbereiche, um die sich der DGV zusätzlich kümmern sollte.

Positionierungsstrategie der Golfanlagen

- 93 Prozent aller an der Umfrage beteiligten DGV-Mitglieder folgen einer Positionierungsstrategie. Bei den genannten Zielgruppen dominieren eindeutig breitensportorientierte Golfspieler. Am seltensten wurde „Eher für die gehobene Zielgruppe“ genannt. Auch die Positionierungsstrategien „Leistungsportorientiert“ und „Traditionell“ wurden vergleichsweise selten genannt.

Wirtschaftliche Lage der Golfanlagen

- Insgesamt schätzen mehr als die Hälfte der Golfanlagen ihre wirtschaftliche Situation als sehr gut oder gut ein, rund ein Drittel sieht sich in einer mittelmäßigen Ausgangslage.

Zukünftige Risikoquellen für den Golfmarkt

- Ziemlich einig sind sich die Golfanlagenvertreter bei der Frage, ob es zukünftige Risikoquellen für ihre Golfanlage bzw. den deutschen Golfmarkt gibt: 81 Prozent der DGV-Mitglieder bejahen dies. Mit 36 Prozent liegt „Freizeitverhalten im Wandel“ mit großem Abstand an der Spitze des Risikorankings, gefolgt von der Risikoquelle „Billigangebote / Fernmitgliedschaften“

Informationen zum Text

📅 10. Oktober 2019

👤 IhrVerband

Weiterführende Links

- 🔗 [Ergebnisse und Zusammenfassung der DGV Mitgliederbefragung „Strategische DGV-Ziele“](#)

Ansprechpartner



Deutscher Golf Verband e.V.
Wiesbaden

✉ serviceportal@dgv.golf.de

☎ 0611 99 020 0

VcG / Ausweishandel“.

Informationsangebote des DGV

- Grundsätzlich sind die abgefragten Informationsangebote des DGV in der Mitgliedschaft mit Bekanntheitswerten von 84 Prozent (DGV-Info) über 92 Prozent (DGV-Serviceportal) bis 96 Prozent (DGV-Rundschreiben) sehr bekannt. Unterschiede zeigen sich vor allem in der Nutzungshäufigkeit. Während die Rundmails „Aus Vorstand und Präsidium“ von 45 Prozent der Mitglieder sehr häufig oder häufig genutzt werden, lesen die DGV-Info nur 36 Prozent der Mitglieder häufig oder sehr häufig.
- 62 Prozent der Entscheidungsträger, die den Fragebogen beantwortet haben, sind selber im Serviceportal registriert und bei 40 Prozent sind andere Funktionsträger des Clubs registriert.

Teilnahmen am DGV-Verbandstag

- Die persönliche Teilnahme der DGV-Mitglieder am Verbandstag ist in den letzten drei Jahren rückläufig, dafür steigt die Vergabe von Vollmachten. DGV-Mitglieder mit mehr als 1.000 Mitgliedern besuchten deutlich häufiger die letzten drei Verbandstage als DGV-Mitglieder, die bis zu 1.000 Mitglieder haben. Und auch die Besuchsquote der DGV-Mitglieder aus dem Norden ist deutlich kleiner als die aller anderen DGV-Mitglieder.

Die Zusammenfassung sowie die vollständigen Ergebnisse können Sie über den [angehängten Link](#) einsehen.

Im Rahmen der Marktforschungsstrategie wird der DGV noch in diesem Jahr mit einer weiteren Mitgliederbefragung auf Sie zukommen. Dann wird es vor allem um die Mitgliederzufriedenheit gehen. Auch dann gilt, nur wenn viele von Ihnen an der Umfrage teilnehmen, bekommen wir wirklich verwertbare Ergebnisse. Wir freuen uns auf eine rege Beteiligung.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung.

Partner
des DGV

HanseMerkur 

 KINDERSCHUTZALLIANZ
THE ALLIANCE FOR CHILDREN