

DGV startet Influencer-Marketing



Sängerin Diana Schneider und NHL-Profi Christian Erhoff (Bild: MB-Mediaworld)

Nach der Corona-bedingten Zwangspause ist die Golfsaison 2020 nun doch noch in Schwung gekommen. Immer mit Blick auf die Abstandswahrung und die Einhaltung der entsprechenden Hygienemaßnahmen, ist der Golfsport gerade in dieser Zeit der Sport der Wahl. Der Deutsche Golf Verband möchte diese derzeit vorherrschende positive Grundstimmung für den Golfsport nutzen, entsprechende Impulse für eine Nichtgolfer-Ansprache geben und die Attraktivität des Sportes einer neuen Zielgruppe vorstellen.

DGV startet Influencer-Marketing

Zum ersten Mal nutzt der DGV hierfür, neben den klassischen Marketing-, Online- und PR-Maßnahmen, eine „neue“ Form des Marketings: das Influencer-Marketing, eine Disziplin des Online-Marketings. Bei dieser werden gezielt Influencer (Akteure/Meinungsmacher im Social Web mit einer großen Reichweite) in die Kommunikation eingebunden und als Meinungsmultiplikator zur Ansprache der Zielgruppe genutzt.

Warum Influencer-Marketing?

Erfolgreiche Influencer verfügen über soziale Autorität und Vertrauenswürdigkeit. Sie zeigen Hingabe, verhalten sich konsistent, sind engagiert und wirken fachlich kompetent. Sie werden von ihren Followern als Experten angesehen und gelten dort als vertrauenswürdige Vorbilder, deren Meinungen und Empfehlungen beachtet werden. Dadurch können sie die Wahrnehmung und den Abverkauf von Marken sowie Waren und Dienstleistungen beeinflussen.

Das mit Unterstützung des DGV stattfindende „Celebrity Golf Camp“ nutzt die Reichweite und Ansprache der ausgewählten Influencer, um neue Zielgruppen zu erreichen, sie zielgruppengerecht anzusprechen (moderne Inhalte & Ansprache, besondere Bildsprache, Video-Inhalte, etc.) und damit die Interessenten- und Einsteigerwebsite www.golfglueck.de zu bewerben. Hintergrund ist, auf die Einsteiger-Angebote der einzelnen DGV-Mitglieder aufmerksam zu machen und die Attraktivität des Golfsports (Golfglück) darzustellen.



Model Marcel Spang, Stabhochspringerin Caro Hingst und Schauspieler/Organisator Daniel Buder (Bild: MB-Mediaworld)

Zu den ausgewählten Influencern und TeilnehmerInnen am Celebrity Golf Camp gehören beispielsweise die Stabhochspringerin Carolin Hingst, der ehemalige NHL-Spieler Christian Erhoff, der Schauspieler Timothy Boldt und der Motorradfahrer Sören Aulbach. Er alleine hat bei Instagram 419.000 Abonnenten. In den einschlägigen Golf-Medien wurde über das CGC ebenfalls berichtet und der „neue Weg“ des DGV begleitet.

Zusätzlich hat der DGV parallel zum Celebrity Golf Camp seine Kampagne „Offen für dein Glück“ gestartet, um die Golfanlagen in

Informationen zum Text

17. August 2020

Interessentengewinnung

Weiterführende Links


[Golf Week: Golf macht Spaß \(Bericht über das Celebrity Golf Camp\)](#)

Ansprechpartner



Deutscher Golf Verband e.V.
Wiesbaden

 serviceportal@dgv.golf.de
 0611 99 020 0

der Corona-Krise verstärkt zu unterstützen.

Im Zentrum der Kampagne stehen zwei Maßnahmen: bundesweite Werbung durch den DGV und lokale Werbung durch die DGV-Mitglieder. Facebook und Instagram sind Schwerpunkte der Online-Kommunikationsmaßnahmen, ergänzt um Google Anzeigen, um auch Personen anzusprechen, die soziale Netzwerke nicht nutzen.

Zahlen sprechen für sich!

Das Ziel, möglichst viele Menschen über Golf zu informieren und zum Ausprobieren zu motivieren, wurde erreicht. Die bei Instagram veröffentlichten Beiträge und Live-Berichterstattung hat beeindruckende Zahlen produziert. 1,7 Mio. Menschen haben die Beiträge angesehen, es gab dazu 400.00 Interaktionen (Profilaufufe und Website-Klicks) und bemerkenswerte 25.000.000 Impressionen, d.h. so oft wurden die Beiträge in den jeweiligen Feeds der Instagram-Nutzer angezeigt.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung.

Partner
des DGV

HanseMerkur 

 KINDERSCHUTZALLIANZ
THE ALLIANCE FOR CHILDREN