

Mitgliedergewinnung: DGV-Maßnahmen erfolgreich abgeschlossen



DGV-Kampagne „Offen für Dein Glück“ erfolgreich abgeschlossen (Bild: iStock.com/Onfokus)

Marketing-Projekte „Offen für Dein Glück - Kampagne“ und „Celebrity Golf Camp“ haben Ziele erreicht.

Aktuell ging die am 3. Juli gestartete Marketing-Kampagne "Offen für Dein Glück" zu Ende, die zahlreiche Nicht-Golfer zum Ausprobieren des Golfsports bewegt hat. Im Zentrum der Kampagne standen zwei Maßnahmen: Bundesweite Online-Werbung durch den DGV sowie eine Toolbox für DGV-Mitglieder, damit mittels der enthaltenen Social-Media-Vorlagen und Online-Banner auch lokal geworben werden konnte.

Die bundesweiten Werbemaßnahmen erfolgten unter anderem über die sozialen Netzwerke Facebook und Instagram, um deren Vorteile für den Golfsport zu nutzen: direkter Kontakt zu einer Zielgruppe, die sich mit interessanten Inhalten auseinandersetzt, sie verbreitet und damit empfiehlt. Denn gerade Empfehlungsmarketing ist im Golfsport die effizienteste Maßnahme, Nicht-Golfer dazu zu bewegen, eine Golfanlage zu besuchen und sich mit Informationen über den Golfsport auseinanderzusetzen. Es wird geliked, geteilt, gefolgt, kritisiert und diskutiert – oder kurz: (sozial) interagiert. Perfekte Voraussetzungen also, um Schnupperkurse bei einer großen Zielgruppe zu bewerben.

Zudem wurde die Kampagne über das Google Displaynetzwerk ausgespielt, um auch Nicht-Golfer zu erreichen, die soziale Netzwerke nicht nutzen. Insgesamt wurden somit 391.194 Klicks mit wöchentlichen Klickraten von bis zu 1,5 Prozent erzielt, die zur Website www.golfglück.de führten.

Doch nicht nur durch die Kampagne wurden sehr viele Nicht-Golfer angesprochen, um auf die auf der golfglück.de gelisteten Schnupper- und PE-Kurse von DGV-Mitgliedern aufmerksam zu machen. Auch das Anfang Juli veranstaltete „Celebrity Golf Camp“ verfolgte das gleiche Ziel und war ebenfalls erfolgreich.

Mit dem Camp setzte der DGV erstmals eine moderne Form des Marketings ein: das Influencer-Marketing, womit gezielt Meinungsmacher mit einer großen Reichweite im Social Media eingebunden werden, um sie als Multiplikatoren und Empfehler zur Ansprache ihrer zahlreichen Abonnenten zu nutzen. Insgesamt 20 Influencern wurde eine Woche lang erfolgreich die Faszination des Golfsports vermittelt, sodass sie von sich aus ihren 1,7 Millionen Abonnenten empfahlen, ebenfalls in den Golfsport hinein zu schnuppern. Die Golfbegeisterung dieser Meinungsmacher wurde sogar so groß, dass sie ihre Abonnenten mittels Videos und Bilder täglich an ihrer neuen Leidenschaft teilhaben ließen und damit ideale Botschafter für den Golfsport wurden – und auch heute noch sind!

Doch nicht nur diese im Vergleich zu klassischen Werbemaßnahmen wesentlich höhere Kontaktqualität machte das „Celebrity Golf Camp“ so erfolgreich. Diverse Fernseh- und Onlineformate wie beispielsweise das RTL Nachrichtenmagazin "RTL PUNKT 12" und "Guten Morgen Deutschland" berichteten ebenfalls über das Camp, sodass ein zusätzliches Millionenpublikum erreicht wurde.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung!

Informationen zum Text

1. Oktober 2020

Weiterführende Links

Golfglück.de

[Golfglück-Daten editieren](#)

Ansprechpartner



Deutscher Golf Verband e.V.
Wiesbaden

serviceportal@dgv.golf.de
0611 99 020 0