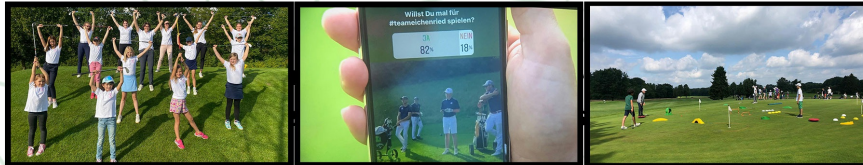


Girlpower, Sommercamp und digitale Jugendarbeit: Nominierte für den DGV-Innovationspreis 2021 stehen fest

DGV-INNOVATIONSPREIS



Kategorie „Nachwuchs – Gewinnung, Bindung und Förderung des Golf-Nachwuchses: Von der Basisarbeit bis zum Leistungssport“

Die Jury hat entschieden: Der Golf Park am Deister (Bad Münden, Niedersachsen), der Club zur Vahr (Bremen) und der Golfclub München Eichenried (Eichenried, Bayern) gehen mit ihren Projekten als Nominierte des DGV-Innovationspreises – Abschlag der Ideen 2021 um die ersten drei Plätze ins Rennen. Der DGV vergibt den Preis in diesem Jahr in der Kategorie „Nachwuchs – Gewinnung, Bindung und Förderung des Golf-Nachwuchses: Von der Basisarbeit bis zum Leistungssport“.

Nominierte für den DGV-Innovationspreis 2021 stehen fest

Aus 32 Einreichungen haben die acht Jurorinnen und Juroren zehn Projekte ausgewählt, die bei einer ganztägigen Sitzung besprochen wurden. Die Expertenjury arbeitete aus der Vorauswahl anhand der Faktoren Innovationsgrad und Kreativität, Vorbildwirkung und Möglichkeit des Transfers, Wirkung, Effizienz, Integration ins Clubleben sowie öffentliche Wahrnehmung die drei Nominierten heraus, die sich beim DGV-Verbandstag 2022 den anwesenden DGV-Mitgliedern zur finalen Wahl stellen. Die drei ersten Plätze erhalten ein Preisgeld von insgesamt 6.000 Euro, ein Projekt-Video und Unterstützung bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Alle Teilnehmer leisten zudem mit ihren Best-Practice-Beispielen einen wertvollen Beitrag in der Golf-Community, indem sie ihr Wissen mit anderen DGV-Mitgliedern teilen und ermöglichen, dass ihre Ideen auch in anderen Clubs umgesetzt werden.

„In der Jugend liegt die Zukunft“, sagt Claus M. Kobold, Präsident des DGV. „Die Vielfalt der Einreichungen zeigt, dass der Golfsport bei der Nachwuchsgewinnung, -bindung und -förderung sehr aktiv ist.“ Jurymitglied Veronika Rücker, Vorstandsvorsitzende beim Deutschen Olympischen Sportbund und zuständig für Sportentwicklung, stimmt dem zu: „Ohne eine aktive und engagierte Nachwuchsförderung kann keine Sportart dauerhaft bestehen. Es ist schön zu sehen, wie vielfältig sich der Golfsport diesem Thema annimmt.“

Golf Park am Deister – Girls Golf am Deister



Bild: Golf Park am Deister

„Als ich vor neun Jahren angefangen habe, zu golfen, war ich das einzige Mädchen im Club. Es machte mir keinen Spaß, nur mit Jungen oder Erwachsenen zu golfen, sodass ich vier Jahre lang kein Golf mehr spielte. Nachdem ich vor zwei Jahren zufällig Joke Meyer kennenlernte, wurde mir klar, was eine gute Golffreundin bewirken kann“, berichtet Floreana Schmidt, Gründerin von „Girls Golf am Deister“. Das Netzwerk von Mädchen für Mädchen soll dazu dienen, alle Mädchen und jungen Frauen im Alter von sechs bis 25 Jahren im Verein zu vernetzen, sich auszutauschen und gemeinsam zu golfen. „Mit dieser Initiative sollen die Mädchen, die im Vergleich zu den Jungen im Golfsport unterrepräsentiert sind, in ihrem Hobby bestärkt werden. So sollen möglichst viele

Informationen zum Text

8. September 2021

IhrVerband

Ansprechpartner



Deutscher Golf Verband e.V.
Wiesbaden

serviceportal@dgv.golf.de
0611 99 020 0

Mädchen und junge Frauen Spaß am Golfspielen haben, im Verein bleiben oder mit dem Golf spielen beginnen. Die Mitgliederanzahl der Mädchen und jungen Frauen konnte seit Bestehen des Netzwerkes um 40 Prozent gesteigert werden“ so Geschäftsführer Stuart C. Orme., Jurymitglied Eva Pfaff, Sportpsychologin, wissenschaftliche Sportjournalistin und ehemalige Profitenisspielerin stimmte für das Projekt: „Das Konzept ist total menschlich und fördert das Miteinander und Erleben beim Golfspielen. Eine Gruppe im Club hat die Initiative ergriffen und miteinander etwas für den Golfsport auf die Beine gestellt. Die wachsende Gruppe hat großen Erfolg und zeigt Stärke.“

Club zur Vahr – Sommercamp



Bild: Club zur Vahr

Bereits seit mehr als 20 Jahren veranstaltet der Club zur Vahr ein Sommercamp. Was als Sommerferienlehrgang begann, entwickelte sich über die Jahre zu einem richtigen Camp mit Übernachtung, stetig wachsender Teilnehmerzahl und fünf Tagen intensivem Training mit Spiel und Spaß. „Das Sommercamp soll ein Event sein, an dem die Kinder unbedingt teilnehmen wollen und das niemand verpassen möchte“, sagt Malina Decker. „Es ist viel mehr als nur ein Camp – es bildet den Grundstein für unser gesamtes Golfjugendtraining. Kinder finden über das Camp Zugang zum Golfsport, Freundschaften entstehen und die Community wächst mit jedem Camp.“ Geschäftsführer David Müller ergänzt: „Wir wollen eine golfbegeisterte Jugend schaffen, die Spaß am Sport und Freude am Spiel hat. Denn wir sind der Auffassung, dass die Leistung allein durch die Begeisterung gestärkt und verbessert wird.“ Jurymitglied Korbinian Kofler, Präsident des Golf Management Verbands Deutschland überzeugte das Projekt wegen der breiten Akzeptanz im Club: „Das Programm besteht nicht nur aus Golf, sondern aus einem vielseitigen Programm und Erlebnissen, die eine emotionale Bindung zwischen den Kindern erzeugt. Das Ziel, sich golferisch zu entwickeln, wird durch Spaß vermittelt.“

Golfclub München Eichenried – #teameichenried



Bild: Golfclub München Eichenried

Als im März 2020 der erste Lockdown kam, gründete das Eichenrieder Jugend-Team eine Initiative, um Kinder und Jugendlichen auch während der Krise zu unterstützen und nachhaltig an den Club zu binden. Das war die Geburtsstunde von #teameichenried. „Alles was rund um die Jugend im Club passiert, wird nun auch digital abgebildet – auf dem Instagram-Kanal #teameichenried werden die Inhalte von den Jugendlichen und Eltern geliked und geteilt“, erzählt Jugendwartin Vera Vaubel. „Wir haben es geschafft, zusätzlich zu allen Maßnahmen im Club ein digitales Clubleben ins Leben zu rufen und so die Begeisterung der Jugend für den Golfsport deutlich zu steigern“, so Geschäftsführer Wolfgang Michel. „Das Projekt ist ein absolutes Aushängeschild für digitales Branding im Golf. Wir erreichen eine junge Zielgruppe und können zeigen, dass Golfsport für Kinder und Jugendliche cool ist und die ganze Familie an dem Sport partizipiert.“ Jurymitglied Kariem Baraka, Beisitzer im Vorstand der Professional Golfers Association of Germany sagt: „Die Corona-Pause ist optimal genutzt worden, um durch die Social-Media-Gruppe Bindungen zu schaffen. Es gab Kurse und Trainingstipps, um den Teamspirit zu erhalten. Das schafft emotionale Bindungen, damit die Kinder am Ball bleiben. Eine tolle Sache, bei der ein eigenes Logo und Branding entstand, dass über den Lockdown hinaus Bestand hat.“