

NEWSLETTER – JAN / FEB 2015

 **Mitgliederversammlung – Mittwoch, 28. Jan 2015 in der Stadthalle Fürth** 



Liebe Mitglieder, verehrte Golferinnen und Golfer,
liebe Abonnenten und Freunde des 1. Golf Club Fürth e.V.!

Hiermit präsentieren wir Ihnen unseren Newsletter – **Ausgabe Januar / Februar 2015.**

Im Folgenden finden Sie wieder interessante Informationen, Berichte sowie Hinweise und Ankündigungen, die wir Ihnen nicht vorenthalten wollen.

1. Wir schreiben das Jahr 2015...

Wir schreiben das Jahr 2015 n. Chr. und möchten heute allen Mitgliedern und Freunden des 1. Golf Club Fürth e.V. ein erfolgreiches Jahr wünschen, vor allem viel GLÜCK, GESUNDHEIT, GELASSENHEIT, ZUFRIEDENHEIT und keine Sorgen.

Scheinbar weiß der Winter 2014/2015 nicht so recht was er will. Erst im Dez 2014 grau in grau, dann mal 2-3 Tage Schnee, dann wieder zweistellige Plus-Temperaturen und dann doch wieder kalt und Schnee. Wann immer es halbwegs ging, konnte man jede Menge Golfer(innen) auf unserer Golfanlage antreffen und wir hoffen sehr, dass die Pausen nicht allzu lange ausfallen und wir spätestens im März den Saisonauftakt 2015 feiern können.

Die Vorsichtsmaßnahme, auch in diesem Winter die Grüns nicht bespielen zu lassen, hat sich bis heute erneut bewährt. Die üblichen Rasenkrankheiten (Pilze), die sich durch das Bespielen über die Wintermonate bzw. über feuchte Monate schneller verbreiten, sind bis heute noch nicht zum Ausbruch gekommen. Und damit die Winterschäden so gering wie möglich ausfallen bitten wir alle Golfer(innen) nochmals eindringlich das **Betreten der Grüns und Übungsgrüns bei Frost und Raureif unbedingt zu unterlassen!**

Wir hoffen natürlich alle, dass wir bis zum Saisonstart 2015 schnellstmöglich gute Spielbedingungen vorfinden werden.

Apropos – Saisonstart 2015!

Ein vorläufiger **☆ Turnier- und Veranstaltungskalender für 2015** wird spätestens bei der Mitgliederversammlung am

28. Jan 2015 veröffentlicht. Das Saison-Eröffnungsturnier ist für Sonntag, den 22. März 2015 geplant.

☆ Matchplay-Clubmeisterschaft 2015

Anmeldungen für die **Matchplay-Clubmeisterschaft 2015** sind bereits über das Sekretariat per Fax (0911 – 973 29 89) oder per E-Mail an info@golfclub-fuerth.de oder per Einwurf möglich. Die Ausschreibung mit Meldeformular finden Sie unter www.golfclub-fuerth.de. Meldeschluss ist Sonntag, der 12. April 2015 (Auslosung der Hauptrunde)

☆ Kinder- und Jugendtraining 2015

Das **Kinder- und Jugendtraining 2015** sowie das **Jugend-Mannschaftstraining** werden voraussichtlich ab Montag, den 23. März 2015 beginnen. Alle Eltern werden wie gehabt über unseren Elternbrief mit Anmeldeformular gesondert informiert!



LIKE APART
Serviced Apartments



Hotel mit
Wohncharakter

P&P
GRUPPE

0911-979 219-30

Kennen Sie jemanden,
der seine Immobilie
verkaufen möchte?



ImmoService GmbH
Carmen A. Rieger
Geschäftsführerin
Ostendstraße 149 · 90482 Nürnberg
Tel. 0911-235569-14 · Mobil 0172-9093 113
www.immoservice.de

  Mitglied im Immobilienverband
Deutschland

ImmoService GmbH
 VR-Banken Metropolregion Nürnberg

Unsere Partnerbanken mit über 70 Filialen in der Region



Es kommt immer
auf die richtige Position an.

WEISSMANN
Büro + Einrichtung

www.weissmann.info

RENNER
RAUM & IDEE



Trödelmarkt 10-26
90403 Nürnberg
Telefon: 0911-232839
Telefax: 0911-208037
renner@renner-raumundidee.de
www.renner-raumundidee.de

Räume strahlen Persönlichkeit aus. Dafür nehmen wir uns Zeit. Mit Erfahrungsgeminnern und langjähriger Erfahrung beraten wir unsere Kunden bei der Entwicklung individueller Raumkonzepte. Auf Wunsch übernehmen wir die gesamte Abwicklung von der Planung bis zur Ausführung. In unserer Werkstatt mit Polster- und Näherei werden Textilien und Möbelstücke individuell für Sie bearbeitet. Mit handwerklichen Partnerbetrieben bieten wir ein komplettes, erprobtes Netzwerk von hoher Fachkompetenz an.

Jetzt aktuell:  Gartenmöbel für einen stillvollen Sommer.



2. Newsletter – neues Layout / neue attraktive Werbeflächen

Ab heute dürfen sich die mittlerweile über 2500 Empfänger (Mitglieder, Gastspieler, Kursteilnehmer, etc.) unseres Newsletters an einem leicht geänderten Format erfreuen. Wir erhoffen uns durch das neue Layout noch ein bisschen mehr Struktur und Übersichtlichkeit in unsere redaktionellen Beiträge zu bekommen und möchten gleichzeitig unseren Werbepartnern attraktivere Werbeflächen zur Verfügung stellen. Die bisher recht kleinen Anzeigen am rechten Rand des redaktionellen Teils schaffen wir zukünftig ab und bieten dafür folgende, in den redaktionellen Teil integrierte, Werbeflächen an:

| | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| A B x H 8 x 11 cm | A B x H 8 x 11 cm | B B x H 8 x 23 cm | B B x H 8 x 23 cm | C B x H 17 x 11 cm | D B x H 17 x 23,0 cm |
| A B x H 8 x 11 cm | A B x H 8 x 11 cm | | | C B x H 17 x 11 cm | |

Anzeigen-Preis:

Jahres-Abo (11 x) € 449,-
Titelseite einmalig/je zzgl. € 89,-

Anzeigen-Preis:

Jahres-Abo (11 x) € 649,-
Titelseite einmalig/je zzgl. € 129,-

Anzeigen-Preis:

Jahres-Abo (11 x) € 649,-
Titelseite einmalig/je zzgl. € 129,-

Anzeigen-Preis:

Jahres-Abo (11 x) € 849,-
Titelseite einmalig/je zzgl. € 169,-

Alle genannten Preise verstehen zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer (19%)

Inhalt & Leistungen eines Jahres-Abonnement:

- Erscheinen Ihrer Anzeige in 11 Ausgaben unseres Newsletters
- Erscheinen Ihres Firmen-Logos auf unserer Website in der Rubrik Partner&Sponsoren für 12 Monate
- Verlinkung Ihrer Anzeige im Newsletter mit Ihrer (falls vorhanden) eigenen Website, so dass sich Interessenten direkt „durch Anklicken der Anzeige“ auf Ihrer Website informieren können
- Verlinkung Ihres Firmen-Logos auf unserer Website in der Rubrik Partner&Sponsoren, so dass sich Interessenten direkt „durch Anklicken des Logos“ auf Ihrer Website informieren können
- Änderung des Anzeigen-Layout jederzeit möglich (Redaktionsschluss ist jeweils der 20ste eines Monats)
- Der Newsletter erscheint in der Regel jeweils zum Monatswechsel

Vorteile einer Partnerschaft mit dem 1. Golf Club Fürth e.V.:

Wir registrieren nahezu täglich neue Abonnenten unseres Newsletters sowie monatlich über 40000 Besuche auf unserer Website. Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Premium-Zielgruppe
- Hohe Kaufkraft, hohes Haushaltsnettoeinkommen
- Hohe Konsumfreudigkeit
- Hoher Bildungsgrad
- Affinität der Zielgruppe zu:
 - Luxusgütern
 - Automobilen
 - Reisen
 - Vermögensverwaltung
 - Gesundheit, Wellness
 - Dienstleistungen

Wie werde ich Partner des 1. Golf Club Fürth e.V.?

- Ansprechpartner ist Herr Sprigade in unserem Clubsekretariat
- Telefon 0911 – 75 75 22
 - E-Mail: sprigade@golfclub-fuerth.de

Sonderkonditionen

Für alle aktuellen Werbepartner bieten wir an:

- uns bis zum Ende der Laufzeit eine Anzeige im Format A zur Verfügung zu stellen
- bei Laufzeitverlängerung um 1 Jahr **10% Rabatt** auf o.g. Preise

Für neue Werbepartner aus den Reihen unserer Clubmitglieder bieten wir an:

- bei Abschluss eines Jahres-Abonnement bis 28.02.15 **10% Rabatt** auf o.g. Preise



3. Der Golfsport in Deutschland in der Krise?

Glaubt man unserem Dachverband, dem Deutschen Golf Verband (DGV), so befindet sich der Golfsport in Deutschland in einer Krise. Der DGV berichtet, dass angeblich die Zahlen der clubgebundenen Golfer weltweit rückläufig seien und in Deutschland seit Jahren die Zuwachsraten rückläufig sind. Zuletzt lag die Zuwachsrate angeblich sogar nur bei 0,4%! Aber „Moment a mol“? Zuwachsrate von 0,4%! Das ist doch besser als nichts. Das bedeutet doch, dass alle, die den Golfsport nicht mehr ausüben können oder wollen durch neue Golfer ersetzt worden sind und dass sogar ein paar mehr neue Golfer hinzugekommen sind, warum spricht man dann von einer Krise? Rund die Hälfte alle deutschen Golfclubs beklagt angeblich Mitgliederschwund, wie geht denn das bei einer Zuwachsrate und sei sie auch noch so klein? Platzen dann die anderen 50% der Clubs aus allen Nähten? Natürlich nicht – Fakt ist, dass sich der DGV natürlich nur an der Gesamtzahl aller in Deutschland spielenden Golfer orientiert und es ihm dabei relativ gleichgültig ist, ob bspw. neue Golfanlagen und/oder neue Golfclubs hinzugekommen sind, die natürlich dann auch einen Teil des Kuchens (von z.B. Nachbaranlagen, Neugolfern) abbekommen haben. So ein Zustand kann natürlich den einen oder anderen älteren Golfclub treffen, aber das ist doch nicht das Problem der Allgemeinheit. Wenn man in einer Region (Umkreis 30km) mit 100.000 Einwohner einen Golfplatz baut, dann wird dieser Golfclub gut funktionieren. Bei einer Anzahl von 0,8% der Bevölkerung, die faktisch den Golfsport in Deutschland betreiben, bedeutet das rund 800 Mitglieder für diesen Golfclub – top! Kommt aber dann jemand auf die Idee, in dieser Region noch einen zweiten Golfplatz zu bauen, dann kommen wir der Ursache des Problems einiger Golfanlagen schon näher. Eine solche Konstruktion führt dann nämlich dazu, dass es gleich 2 Golfanlagen schlecht geht. Und genau das ist in einigen Regionen passiert und genau diese Golfanlagenbetreiber jammern jetzt rum und verlangen vom DGV neue Golfer zu akquirieren. Natürlich gibt es auch noch einige „Träumer“, die einen Golfplatz in noch strukturschwächeren (ländlichen) Gebieten errichtet haben und sich jetzt wundern, dass niemand bei ihnen Golf spielen möchte. Aber was können wir und die anderen denn dafür?

Nichts! Der DGV sieht allerdings jetzt Handlungsbedarf und will über die Dauer von 3 Jahren (Start 2015) mit einer sog. „crossmedialen Werbekampagne“ ganz Deutschland für den Golfsport begeistern und neue Golfer gewinnen. Der „Spaß“ ist mit schlappen 4,9 Millionen Euro veranschlagt und wissen Sie auch schon wer das bezahlen wird? SIE bzw. IHR GOLFCLUB und zwar durch Erhöhung der Verbandsbeiträge in Form einer Umlage um 2 Euro je Mitglied für die nächsten 3 Jahre.

Glaubt man der Broschüre des DGV über die „crossmediale Werbekampagne“, wird jetzt plötzlich alles ganz einfach und neue Golfer werden aus allen Richtungen in unsere Clubs strömen – wer's glaubt!? Schon auf der ersten Seite der Broschüre findet man den hoffnungsvollen Satz, der da wie folgt lautet: „je mehr Sie (der Club) tun, desto erfolgreicher sind Sie!“ Aha, darauf sind die Clubs scheinbar bis heute noch nicht gekommen. Was meint der DGV wohl damit? Haben sich die Clubverantwortlichen wohl bis heute nicht genügend engagiert? Also, für den 1. Golf Club Fürth e.V. kann man das nur verneinen und sicher gilt das auch für die Mehrheit der anderen Clubs in Deutschland. Vielleicht meint der DGV damit ja auch, dass die Werbekampagne nur erfolgreich sein kann, wenn wir (die Clubs) Außerordentliches leisten und hält sich gleichzeitig eine Hintertür offen für den Fall, dass die Kampagne floppt? Denn dann sind wir (die Clubs) auch noch schuld daran, yuhu!

★ Wie die Kampagne funktionieren soll!

Hier finden wir in der Broschüre fundamentale Ansätze, die bisher keinem Clubverantwortlichen bekannt waren, grins ☺. So sind bspw. 4 Zielgruppen wie folgt definiert:

- A) Die Etablierten
 - Traditionell, hoher sozialer Status, distinguiertes Lebensstil
 - Durchschnittsalter: 62 Jahre
- B) Die Aufstiegsorientierten
 - Premium-Anspruch, prestigeorientiert, kaufkräftig
 - Durchschnittsalter: 45 Jahre

Wir sagen Danke.



Unser Preis ist auch Ihr Verdienst.
Unsere Leistung ausgezeichnet.
Unsere Kunden: die Besten.

www.vw-graf.de

Wir möchten uns ganz herzlich bei allen Kunden bedanken, die mit ihrer Kauf- bzw. Serviceentscheidung sowie ihrer Zufriedenheit mit uns dazu beigetragen haben, dass unser Betrieb im Rahmen des „Forum der Besten 2013“ zu den besten 50 Autohäusern in ganz Deutschland zählt.

FORUM DER BESTEN 2013
 Das Auto.

GRAF
 Eine Spur persönlicher

Autobahn Wilhelm Graf GmbH • Scheudacher Straße 382 • 90765 Fürth
 Tel. 09131-997 33 • 840 • www.vw-graf.de

Christian Bratenstein
 Ihr Ansprechpartner
 im Golfclub Fürth

IMMOBILIEN SOLLMANN+ZAGEL GmbH

90762 Fürth, Hallstraße 6
 Telefon: 96 044 96-13
christian.bratenstein@sollmann.de

RehaBillitaris
 Physiotherapie • Osteopathie
 Medical Wellness
 Medizinische Trainingstherapie

Wir freuen uns auf Sie!

METROPOL
 Medizin der Lebenswege

www.rehabilitaris.de

Idyllische Golfferien in Franken
 Nahe dem UNESCO Weltkulturerbe Würzburg

Golf • Kultur • Genuss

Mit uns „Nearest to the pin“
 2 Übernachtungen inkl. Halbpension
 9-Loch-Jause
 Greenfee am Golfclub Schloss Mainsondheim
 220,00 € pro Person im DZ

POLISINA
 WALD-UND SPORTEL
 SUPERIOR

Wald- und Sporthotel POLISINA
 Marktbreiter Str. 265 • 97199 Ochsenfurt
 Tel: 09331/8440 • www.polisina.de

NEWSLETTER – JAN / FEB 2015

 **Mitgliederversammlung – Mittwoch, 28. Jan 2015 in der Stadthalle Fürth** 



- C) Die Postmodernen
- Hochgebildet, markenorientiert, individualistisch
- Durchschnittsalter: 25 Jahre
- D) Die Liberalen
- Drang zur Selbstverwirklichung, verantwortungsbewusst, genussorientiert
- Durchschnittsalter: 57 Jahre

Aha! Für den DGV sind quasi ALLE interessant, außer Kinder und Jugendliche – die brauchen wir natürlich nicht, hmmm? Dazu später mehr ...

Vordergründig soll die Kampagne auf 4 wesentliche Werte der Zielgruppen abzielen, nämlich: „Sport“, „Spaß“, „Gesundheit“ und „Preisbewußtsein“. Aha! Man will den Nicht-Golfern quasi aufzeigen, dass Golf eine richtige Sportart ist und nicht nur Spazierengehen mit Schlägern bedeutet, man will Lifestyle & Coolness des Golfsports in den Vordergrund stellen und natürlich auf Gesundheit, die Natur und das Niveau der Golfer abheben. Das ist sehr gut, aber auch nichts Neues. In puncto Preisbewußtsein kann man nicht so richtig erkennen, worauf die Kampagne abzielt, aber dazu auch später mehr ...

Die Kernbotschaft: **☆ Golf. Mitten ins Glück**

Die Broschüre zeigt uns weiterhin, was die positiven Eigenschaften des Golfsports sind. Im Mittelpunkt steht hierbei der Begriff „Lebensfreude“ unter dem die verschiedensten, bis heute für alle Clubverantwortlichen unbekanntem ☺, positiven Eigenschaften des Golfsports aufgezeigt werden. Golf ist demnach sportlich, herausfordernd, gesund, erfüllend, individuell/flexibel, generation-übergreifend, naturverbunden, entspannend, genussvoll, stilvoll, usw. ... also unter dem Strich: Golf. Mitten ins Glück! Ob diese Argumente einen Nicht-Golfer überzeugen können? Den Großteil dieser Argumente kann man auf viele andere Freizeitaktivitäten umlegen, d.h. deshalb gewinne ich nicht unbedingt einen neuen Golfer. Die Kernbotschaft könnte also auch lauten: **Radfahren. Mitten ins Glück**

Um potenzielle Golf-Interessenten zu motivieren werden zwei ganz neue (grins) Produkte in die Kampagne integriert.

Man spricht hier von sog. Probierprodukten, d.h. Anbieten von Schnupperkursen und Veranstalten eines Golf-Erlebnistages (Tag der offenen Tür). Wow! Man kann wirklich nur eine Hand voll Golfclubs aufzählen, z.B. in der Nähe eines Flughafens gelegen o.ä., die so etwas vermutlich noch nie gemacht haben. 99% aller Clubs bieten Probierprodukte an, das ist doch nichts Neues!

☆ Wie die Kampagne begeistern soll! Jetzt kommt's ☺

Um bundesweit für Aufmerksamkeit zu sorgen, setzt die crossmediale Werbekampagne insbesondere auf einen Mix aus **TV-, Online- und Plakatwerbung**. Yes! Das, so heißt es, „verbindet das übergeordnete Leistungsversprechen nachhaltig mit einem lokalen Angebot und nutzt die spezifische Stärke jedes Medienkanals“. Aha! D.h. die Clubs werden durch diese Kampagne quasi in ihren eigenen Aktivitäten unterstützt – klingt gut, aber?! Dazu auch später mehr ...

TV-Werbung auf ZDF, ARD, N-TV, Pro7, RTL, Sport 1, Sky
580 Schaltungen à 20“ (= bedeutet Sekunden) über 6 Wochen für ca. 850.000 €.

Online-Werbung mit Display-Bannern, YouTube-Video-Ads und Retargeting SEA (den Begriff sollte Sie mal googlen, dann wissen Sie auch warum Sie so viele Werbemails bekommen).

Es heißt hier: über 11 Mio Ad-Impressions (?) für 150.000 € führen dann direkt zum Abverkauf (von Mitgliedschaften) und bringen Interessierte ohne Medienbruch zur Landing-Page, also auf die Website des VcG oder eines Fernmitgliedschaftsanbieters so wie bisher auch, yuhu ☺! Solche Anbieter praktizieren das doch schon seit Jahren, hallo!?

Plakat-Werbung in Ballungszentren

355 Flächen über 3 Dekaden für ca. 250.000 €. Achten Sie doch einmal darauf, ob Sie 2015 so ein Plakat irgendwo hier in unserem Ballungszentrum sehen?!

Apropos – Ballungszentren!

Das klingt so nach 70 Ballungszentren in Deutschland mit je 5 Plakaten. Also, wer als erster ein Plakat findet und davon ein



Gewerbestraße 30
90556 Cadolzburg
Telefon: 0 91 03 - 94 1
www.frank-formen.de

Die Kosmetikerin
Cornelia Wolf
Kosmetikerin · Visagistin
Kosmetik · Wellness · Fußpflege




...denn auch Sie,
passen in unseren Rahmen.
Untere Kreuzgasse 4a
90403 Nürnberg
Tel.: 0911 21 64 8888
www.diekosmetikerin.de



Kinder Emzeikal
www.kinder-emzeikal.de

Wohnen in Fürth
Rednitzgrund

klassikgärten



Exklusives Wohnen

immotions by
sontowski & partner
GROUP

09131 7775-55 | klassikgaerten.de



Foto per Mail an info@golfclub-fuerth.de schickt bekommt einen Proshop-Gutschein im Wert von 25 € - da lohnt sich doch die Suche ☺! Ach ja, was haben eigentlich die ländlich gelegenen Golfclubs von der Plakat-Werbung in den Ballungszentren? Vermutlich fallen schon Regionen mit 100.000 – 250.000 Bewohnern raus und bekommen kein Plakat. Das ist wirklich schade, denn gerade diese Regionen und die dortigen Golfanlagen jammern nämlich am lautesten.

Die neue Website „www.mitten-ins-glueck.de“

Es heißt hier in der Broschüre: „diese Website ist die zentrale Anlaufstelle der bundesweiten Kampagne. Eine Golfplatz-Such-Funktion führt Interessenten zu clubspezifischen Unterseiten. Hier kann man dann direkt mit der ausgewählten Wunsch-Golfanlage in Kontakt treten. Neugierige erfahren außerdem etwas über das dortige Proberangebot und bekommen audiovisuell aufbereitete Infos zum Start in den Golfsport.“ Wow, das ist der Hammer! Die Initiatoren der Kampagne meinen also tatsächlich, dass ein Interessent für den Golfsport nicht in der Lage ist die Websites der Golfclubs in seiner Umgebung zu finden, um sich dort zu informieren. Man will die Interessenten also besser über die o.g. Website lotsen, wo diese dann vermutlich auf der Titelseite direkt vom VcG oder diversen Fernmitgliedschaftsanbietern empfangen werden – top!

☆ Die Finanzierung der Kampagne

1,4 Mio Euro kommen aus Rücklagen der Vereinigung clubfreier Golfspieler im DGV e.V. (sprich der VcG)
„Boah, müssen die Kohle haben!“

3,5 Mio Euro zahlen SIE bzw. IHR GOLFCLUB über die erhobene Umlage von je 2 Euro über drei Jahre für jeden beitragspflichtigen Golfspieler (ca. 583.000 gibt es davon in Deutschland)

Also ... als Leser haben Sie die leicht als Satire formulierten bisherigen Ausführungen sicher schon längst erkannt und deshalb krönen wir diese jetzt auch noch in unserem Abschluss-Fazit über die crossmediale Werbekampagne des DGV über drei Jahre für schlappe 4,9 Mio Euro.

☆ DAS ABSCHLUSSFAZIT

Kinder und Jugendliche sind für die Kampagne und damit also für den DGV uninteressant, wollen Sie wissen warum? Ganz klar, der DGV e.V. in Wiesbaden finanziert sich überwiegend über die sog. Verbandsbeiträge. Jeder deutsche Golfclub muss für seine Mitglieder ab dem 21. Lebensjahr jährlich 15,50 Euro an den DGV entrichten. Der 1. GC Fürth e.V. hat 2014 satte 18.460,50 Euro überwiesen. Aktuell scheinen es etwa 583.000 beitragspflichtige Mitglieder in Deutschland zu sein, d.h. Einnahmen für den DGV von ca. 9 Mio Euro pro Jahr. Das ist ordentlich, oder?

Da aber Kinder und Jugendliche ja nicht beitragspflichtig sind, könnte man den Verdacht haben, dass sie aus diesem Grund auch keine große Rolle für den DGV spielen – oder haben Sie eine andere Erklärung?

Das „**Preisbewußtsein**“ ist neben Sport, Spaß und Gesundheit eines der 4 wesentlichen Werte der Zielgruppen. Hmm? Hier können wir nur hoffen, dass dem DGV bei seiner Kampagne **bewußt** ist, dass Golfspielen seinen **Preis** hat! Wenn man den Nicht-Golfern oder Interessenten im TV oder auf Plakaten erzählt, dass Golfspielen überhaupt nicht teuer ist und es schon Mitgliedschaften für 12,50 Euro pro Monat gibt oder man für nur 199 Euro im Jahr dem VcG beitreten kann, dann wird die Kampagne natürlich den Golfclubs gar nichts helfen. Bisher konnte man von Seiten des DGV immer hören, dass solche Mitgliedschaftsmodelle natürlich verachtet werden, allerdings wollte und angeblich konnte man auch nie etwas dagegen tun. Die VcG hat man ja auch seinerzeit nur ins Leben gerufen, damit nicht so viele deutsche Golfer eine billige Mitgliedschaft im Ausland antreten und damit Neulinge sich erst mal eine Zeit orientieren können, um sich dann nach 1 oder 2 Jahren einem regionalen Golfclub anzuschließen. Naja, mittlerweile hat die VcG bereits über 25.000 Mitglieder und wenn man weiß, dass die Einnahmen des VcG zum Teil auch der Finanzierung des DGV zugutekommen, dann läßt auch das unter dem Strich wieder den Verdacht zu, dass es dem DGV ja eigentlich recht gleichgültig ist, was ein Golfer in seinem Club an Mitgliedsbeitrag bezahlt. Solange dieser Golfer in einem deutschen Club bezahlt und beitragspflichtig ist, erhält der DGV seine 15,50 Euro und gut ist's.

LIKE APART
Serviced Apartments

Hotel mit Wohncharakter

P&P
GRUPPE

0911-979 219-30

Kennен Sie jemanden, der seine Immobilie verkaufen möchte?

ImmoService GmbH
Carmen A. Rieger
Geschäftsführerin
Ostendstraße 149 · 90482 Nürnberg
Tel. 0911-23 55 69-14 · Mobil 0172-9093 113
www.immoservice.de

Mitglied im Immobilienverband Deutschland

ImmoService GmbH
VR-Banken Metropolregion Nürnberg

Unsere Partnerbanken mit über 70 Filialen in der Region

Es kommt immer auf die richtige Position an.

WEISSMANN
Büro + Einrichtung

www.weissmann.info

RENNER
RAUM & IDEE

Trödelmarkt 10-26
90403 Nürnberg
Telefon: 0911-232839
Telefax: 0911-208037
renner@renner-raumundidee.de
www.renner-raumundidee.de

Räume strahlen Persönlichkeit aus. Dafür nehmen wir uns Zeit. Mit Erfahrungswissen und langjähriger Erfahrung beraten wir unsere Kunden bei der Entwicklung individueller Raumkonzepte. Auf Wunsch übernehmen wir die gesamte Abwicklung von der Planung bis zur Ausführung. In unserer Werkstatt mit Hobeln und Fräsen werden Tische und Möbelleiste individuell für Sie bearbeitet. Mit handwerklichen Partnerbetrieben bieten wir ein komplettes, erfahrenes Netzwerk von hoher Fachkompetenz an.

Jetzt aktuell: Gartenmöbel für einen stilvollen Sommer.

NEWSLETTER – JAN / FEB 2015

 **Mitgliederversammlung – Mittwoch, 28. Jan 2015 in der Stadthalle Fürth** 



TV-, Online- und Plakatwerbung soll die Golfclubs bei deren eigenen Aktivitäten (Imagewerbung, Mitgliederwerbung) unterstützen. Ob das so einfach ist? Hat nicht jeder Golfclub seine eigene Philosophie, seine eigenen Reize und sein eigenes gewisses Extra? Also das alles unter einen Hut zu bekommen ist sicher eine Hercules-Aufgabe. Betrachtet man nur dieses Signature-Plakat der Kampagne ...



... so lässt sich das bspw. für den 1. GC Fürth wie folgt deuten. Für 19 Euro bekommen Sie bei uns ein Tagesticket für den Kurzplatz (15 €) und können noch 4 Euro in die Ballmaschine werfen. Im Golfclub in der Nähe des Flughafens bekommen Sie für 19 Euro ein leckeres Schnitzel und ein Bier. Ach ja, die Ober- und Unterarm-Tattoos des neuen Vorzeigegolfers können Sie ab 2015 als Aufkleber günstig in unserem Proshop erwerben, grins 😊! Nichts gegen Tattoos, es gibt auch sehr schöne und passende, aber bei 80 Mio Menschen in Deutschland ausgerechnet dieses Foto auszuwählen macht für den Erfolg der Kampagne nicht gerade Hoffnung.

Zum Thema **Finanzierung** der Kampagne kann man sich auch so seine Gedanken machen. 850.000 Euro für TV-Werbung plus 150.000 Euro für Online-Werbung plus 250.000 Euro für Plakat-Werbung ergibt eine Summe von 1.250.000 Euro. Diese Summe mal 3 Jahre ergibt dann 3.750.000 Euro, also so ziemlich genau den Betrag, der von den Clubs über die Umlage von 2 Euro je beitragspflichtigen Mitglieds gezahlt

wird. Die 1,4 Mio Euro aus den Rückstellungen der VcG werden scheinbar gar nicht vollständig gebraucht, hmm? Vielleicht kostet ja die Einrichtung der neuen Website „Golf Direkt in die Fermitgliedschaft/VcG.de“, oh sorry, ich meine natürlich Mitten-Ins-Glueck.de ja rund 1 Mio Euro? Oder, was wahrscheinlicher ist – vermutlich werden diese Gelder besser für das Prestige-Projekt Nr.1 des DGV, nämlich der „**Ryder Cup Bewerbung 2022**“ oder 2026 oder 2030 oder **2074** in Deutschland, verwendet?

Abschließend noch **drei Sätze** in eigener Sache.

1. Für den Fall, dass die Kampagne (in Ballungszentren) tatsächlich erfolgreich sein sollte, hat unser Sekretariat bereits eine 50-seitige Warteliste für Mitgliedsanträge angelegt.
2. Für den Fall, dass die Kampagne keinen Erfolg mit sich bringt, machen wir einfach weiter wie bisher. Dann haben wir ganz sicher Erfolg!

Keine Erhöhung des Verbandsbeitrages für Fürther Mitglieder

3. Im Vorgriff auf die bevorstehende Mitgliederversammlung möchten wir schon heute mitteilen, dass die Vorstandschaft des 1. GC Fürth beschlossen hat, die seitens des DGV über die Dauer von 3 Jahre um 2 Euro erhöhten Verbandsbeiträge nicht an die Mitglieder weiter zu verrechnen.

P.S.

Eine allerletzte Frage beschäftigt uns dann doch noch: Haben eigentlich der Deutsche Tennis Bund oder die Verbände der Volleyballer, der Ruderer, usw. jemals öffentlich in dieser Form bei der Bevölkerung gebettelt in ihre Vereine zu kommen? Auf der Titelseite der Broschüre „Mitten ins Glück Kampagne“ steht ganz groß

Damit das Spiel weitergeht: Der Golfsport braucht Sie

Klingt das nicht eher nach einem Untergangsszenario und schreckt das nicht jeden Betrachter sofort ab? Naja, die gut bezahlten Agenturen werden schon wissen was sie tun.

Wir sagen Danke.



Unser Preis ist auch Ihr Verdienst.
Unsere Leistung: ausgezeichnet.
Unsere Kunden: die Besten.

www.vw-graf.de

Wir möchten uns ganz herzlich bei allen Kunden bedanken, die mit ihrer Kauf- bzw. Serviceentscheidung sowie ihrer Zufriedenheit mit uns dazu beigetragen haben, dass unser Betrieb im Rahmen des „Forum der Besten 2013“ zu den besten 50 Autohäusern in ganz Deutschland zählt.

FORUM DER BESTEN 2013 GANZES

Das Auto.

GRAF
Eine Spur persönlicher

Autoshaus Wilhelm Graf GmbH • Scheubacher Straße 382 • 90763 Fürth
Tel. 0911-997 13 • 840 • www.vw-graf.de

Christian Bratenstein
Ihr Ansprechpartner
im Golfclub Fürth

GmbH
IMMOBILIEN SOLLMANN+ZAGEL

90762 Fürth, Hallstraße 6
Telefon: 96 044 96-13
christian.bratenstein@sollmann.de

RehaBillitaris
Physiotherapie • Osteopathie
Medical Wellness
Medizinische Trainingstherapie

Wir freuen uns auf Sie!

METROPOL
MEDICAL CENTER
Medizin der Zukunft

www.rehabillitaris.de

Idyllische Golfferien in Franken
Nahe dem UNESCO Weltkulturerbe Würzburg

Golf • Kultur • Genuss

Mit uns „Nearest to the pin“
2 Übernachtungen inkl. Halbpension
9-Loch-Lounge
Greenfee am Golfclub Schloss Mainsonndheim
220,00 € pro Person im DZ

POLISINA
WALD-UND SPORHOTEL
SUPERIOR

Wald- und Sporthotel POLISINA
Marktbreiter Str. 265 • 97199 Ochsenfurt
Tel: 09331/8440 • www.Polisina.de



4. Proshop & Gastronomie



Unsere Gastronomie ist bis einschließlich
Montag, den 16. Februar 2015
wegen Betriebsurlaub geschlossen!

★ Proshop geöffnet!

Der Proshop ist an Gutwetter-Tagen in der Regel geöffnet und auch sonst können über unser Personal im Clubsekretariat zwischen 10.00-17.00 Uhr Einkäufe getätigt werden.

★ Proshop Sonderverkaufs-Woche / Schnäppchen-Tage!

Vom **10.-15. Februar** 2015 findet ein letzter Sonderverkauf der noch vorrätigen Artikel statt. Das Lager wird für die neuen Kollektionen geräumt. Es warten Preisreduzierungen von bis zu 80% auf alle Schnäppchen-Jäger.



★ Proshop – die neuen Kollektionen 2015!

Ab Mitte Februar 2015 wird, sofern alles normal verläuft, der Großteil der neuen Kollektionen 2015 eingetroffen sein. Mit Wiedereröffnung der Gastronomie ab **17. Februar** 2015 wird auch unser Proshop wieder seinen normalen Betrieb aufnehmen und unsere beiden Damen (Sabine & Uschi) werden Ihnen die neusten Modetrends, die neusten Golfschlägermodell, usw. präsentieren.

★ COBRA GOLF: NEU! Driver-Fitting leicht gemacht!

Unser Partner COBRA GOLF hat für seine neue Driver-Serie FLY-Z ein praktisches Online-Fitting-Tool eingerichtet. Klicken Sie einfach mal [hier](#):



5. Mitgliederversammlung 2015

Die schriftliche Einladung zur Mitgliederversammlung am 28. Jan 2015 ist fristgerecht im Dezember 2014 erfolgt. Erstmals wurde der Großteil der Mitglieder über die uns bekannten E-Mail-Adressen eingeladen, der Rest postalisch.

Wir möchten heute nochmals alle Mitglieder, insbesondere auch die neueren Mitglieder, dazu aufrufen die Versammlung zu besuchen.

Mittwoch, 28. Januar 2015
in der Stadthalle Fürth / kleiner Saal
Rosenstrasse 50, 90762 Fürth
Beginn 19.00 Uhr (Einlass ab 18.00 Uhr)

U.a. steht, wie aus der Tagesordnung ersichtlich, in diesem Jahr einer der drei weiteren Vorstände (bisher für den Fachbereich Bau vertreten durch Herrn Peter Altmann) zur (Wieder-)Wahl. Weiterhin berichtet die Vorstandschaft aus allen Fachbereichen (Sport, Platz, Bau, Finanzen) über das abgelaufene Kalender- und Wirtschaftsjahr 2014 und wirft dabei auch einen Blick auf das kommende Jahr und darüber hinaus. Besonders interessant ist hier zumeist der finanzielle Teil inklusive der Haushaltsplanung für das Jahr 2015.



2014 – ein wirtschaftliches Erfolgsjahr!

Vorweg dürfen wir an dieser Stelle bereits berichten, dass sich das Flaggschiff „1. Golf Club Fürth e.V.“ weiterhin in sicheren Gewässern bewegt und auch das Wirtschaftsjahr 2014 außerordentlich positiv abgeschlossen werden konnte.





6. Schnupper- und Platzreifekurse 2015

★ Platzreifekurse 2015

Unsere Platzreifekurs 2015 starten wie gewohnt Ende März. Die Kurs-Übersichten inkl. Anmeldeformular haben wir zum Download auf unserer Website www.golfclub-fuerth.de bereitgestellt oder klicken Sie einfach [hier](#).

INHALTE:

- Technik, Regeln, Etikette, Taktik, Ausrüstung
- Kleine Gruppen - max. 6 Teilnehmer
- 5 od. 6 TN: 5 x 2h, 1 x 2,5h Training / Theorie+Prüfung ca. 3h
- Wochenend-Kurs: 5 x 2,5h Training / Theorie+Prüfung ca. 3h
- Intensiv-Kurs: 5 x 2,5h Training / Theorie+Prüfung ca. 3h
- Bei 4 TN: Reduz. der TE um 0,5h / Theorie+Prüfung ca. 3h
- Leitung durch diplomierten PGA Golf Professional, B-Trainer
- Leihschläger, Bälle, Rangefee inklusive
- Freie Nutzung der Übungseinrichtungen am Trainingstag

★ Schnupperkurse 2015

Unsere Schnupperkurse 2015 starten ebenfalls Ende März. Die Kurs-Übersichten inkl. Anmeldeformular haben wir zum Download auf unserer Website www.golfclub-fuerth.de bereitgestellt oder klicken Sie einfach [hier](#).

Erleben Sie die Faszination "Golf"

Was erwartet Sie?

- Vorstellung der Sportart "Golf" und des 1. Golf Club Fürth e.V.
- Einführung in die Golf- und Verhaltensregeln auf einer Golfanlage
- Die Sicherheit aller Golfer hat höchste Priorität!
- Leihschläger und Bälle werden vom 1. Golf Club Fürth e.V. gestellt
- Demonstration der Golfschläge durch den Kursleiter
- Erklärung der Schlagtechniken mit Übungseinheiten
- Freie Nutzung des öffentlichen 9 Loch Kurzplatz am Kurstag
- Besichtigung der Golfanlage und seiner Einrichtungen

★ Golf-Event-Kurse / Golf-Event-Tage

Firmen/Abteilungen, Geburtstagsgruppen oder sonstigen Gruppen bieten wir auch 2015 die Möglichkeit einen Golf-Event-Kurs oder einen Golf-Event-Tag auf unserer Golfanlage durchzuführen.

Sei es als **Team-Building-Activity**, **Geburtstagsparty**, **Abi-Treffen** oder zu sonstigen Anlässen – verbringen Sie unter Anleitung unserer Golflehrer ein paar unvergessliche Stunden auf unserer wunderschönen Golfanlage. Selbstverständlich steht Ihnen dafür auch unser öffentliches Restaurant mit separatem Nebenzimmer/Tagungsraum und der gemütlichen Sonnenterrasse zur Verfügung.

Anfragen richten Sie bitte an das Clubsekretariat, Tel. 0911 – 75 75 22 oder per E-Mail an: info@golfclub-fuerth.de

7. Aus der Historie

Der eine oder andere kann sich ja vielleicht noch erinnern? Die Pappel-Fällarbeiten im Oktober 2006 und das „herrliche“ Tankstellendach im Zugangsbereich – klasse ☺!



Freundlicherweise erhalten wir immer wieder aktuelle und eben auch historische Fotos von unserem Golfplatz. Sollten jemand ähnliche Fotos besitzen, dann würden wir uns über die Zusendung an info@golfclub-fuerth.de sehr freuen.

Jubiläums-Broschüre 2017 – 25 Jahre 1. GC Fürth e.V.

Für die geplante Jubiläums-Broschüre anlässlich des 25-jährigen Bestehens des 1. Golf Club Fürth e.V. im Jahre 2017 sammeln wir alles (wie z.B. Fotos, Zeitungsberichte, o.ä.) was brauchbar ist, helfen Sie mit!

Immer aktuelle Informationen finden Sie auf unserer Website unter www.golfclub-fuerth.de sowie an unseren Aushängen im / am Clubhaus.

Der nächste Newsletter erscheint Ende Februar /Anfang März 2015. Bis dahin wünschen wir allen einen stressfreien Start in das neue Jahr 2015. Kommen Sie gut über den Winter und bis auf ein baldiges Wiedersehen.

Ihre Vorstandschaft und Ihr Team vom 1. Golf Club Fürth e.V.