

CLUBHAUS®

BESSERE IDEEN FÜR DIE ZUKUNFT

2017

INHALT:

CLUBHAUS AG

PREMIUM-GOLFANLAGE SCHLOSS NIPPENBURG

GOLFCITY

DGM DEUTSCHE GOLF MARKETING GMBH

CLUBHAUS INVEST

DAS TEAM – DIE ANSPRECHPARTNER

PRESSEMITTEILUNGEN

CLUBHAUS AG – Innovationsführer im Golfmarkt

Die CLUBHAUS AG mit Sitz in Lüdersburg bei Hamburg ist eines der führenden Unternehmen in der Freizeitindustrie „Golf“. Ein ausgereifter Businessplan beschreibt darüber hinaus die Entwicklung der Gesellschaft für die Zukunft. „Intelligentes Wachstum in den rentablen und zukunftsfähigen Bereichen des Golfsports“ sei das Ziel, sagt der Vorstandsvorsitzende Alexander Freiherr von Spoercken. Das Unternehmen zählt mehr als 8.500 zufriedene Mitglieder – Tendenz steigend.

Die CLUBHAUS AG gilt als Innovationsführer im deutschen Golfmarkt mit rund 643.000 Golfspielern mit einer Club- oder Fernmitgliedschaft, 954.000 Gelegenheitsgolfern und 7,3 Millionen Deutschen, die stark daran interessiert sind, Golf zu lernen und zu spielen. Für jeden, der über einen Einstieg in den deutschen Golfsport nachdenkt, ist die CLUBHAUS AG der erste Ansprechpartner. Das gilt für Schnupperer, Einsteiger, Golfspieler, Unternehmer und Investoren.

Die Philosophie der CLUBHAUS AG ist es, möglichst vielen Menschen diesen Einstieg zu erleichtern. Dies gelingt mit den Premiumangeboten auf der CLUBHAUS-Anlage Schloss Nippenburg, mit den als bestes europäisches Zukunftskonzept ausgezeichneten GolfCity-Anlagen in Köln Pulheim und München Puchheim sowie den marktorientierten Produkten und Services der DGM Deutsche Golf Marketing GmbH, die Kunden Vorteile verschaffen, die sie woanders nicht bekommen. Erklärtes Ziel der CLUBHAUS AG ist eine aktive Beteiligung an der Demokratisierung des Golfsports in Deutschland und den damit verbundenen Wachstumschancen des Marktes.

Die CLUBHAUS AG begann 1992 als Joint Venture der von Mark McCormack gegründeten International Management Group (IMG) und einer englischen Grundstücksgesellschaft. Im Jahr 2002 wurde die Gesellschaft in einem Management Buyout durch Alexander Freiherr von Spoercken aus der Clubhaus Plc., London, übernommen. Heute verfügt die CLUBHAUS AG über einen hochwertigen 18-Loch-Golfplatz auf Schloss Nippenburg bei Stuttgart sowie die GolfCity-Anlagen Köln Pulheim und München Puchheim. Weitere Anlagen sind in Planung. Darüber hinaus entwickelte die CLUBHAUS AG am Stammsitz Lüdersburg ein Golf- und Hotel-Resort mit zwei 18-Loch-Golfplätzen, einem Hotel mit 72 exklusiven Zimmern und Suiten sowie drei Restaurants. Schloss Lüdersburg gilt seit Jahren als eine starke und etablierte Marke in der Golfbranche. 2017 gaben die Familie Freiherr von Spoercken und die CLUBHAUS AG die Anlage in die Hände der internationalen Hotelgruppe „Jacaranda Hotels“.

Schloss Nippenburg – das Meisterstück des Meisters

Deutschlands Golfidol Bernhard Langer hat in Citynähe von Stuttgart einen der besten und anspruchsvollsten Golfplätze Deutschlands geschaffen. Die Golfanlage Schloss Nippenburg erobert in jedem Experten-Ranking Spitzenplätze. Über Jahre wurden auf diesem Platz die German Open gespielt. Die Kunst des Golfplatz-Architekten Langer bestand darin, den Kurs so in die Landschaft zu setzen, dass es den Eindruck erweckt, als hätte die Natur selbst ihn dort genau so hineinwachsen lassen. Das ist Bernhard Langer und seinem Team auf der Golfanlage Schloss Nippenburg eindrucksvoll gelungen.

Lage: Rund 14 Kilometer und nur 20 Autominuten entfernt vom Zentrum Stuttgarts.

Historie: Die Nippenburg ist ein Ort mit Geschichte. Schon 1160 wurde sie erstmals urkundlich erwähnt. Sie ist Heimat eines Adelsgeschlechts und die älteste Burg in der Region von Stuttgart. Zahlreiche Sagen und Legenden ranken sich um das Gemäuer. So lebte einst ein Mönch in den Mauern, der Gräser, Kräuter und Wurzeln sammelte und den Menschen damit Gesundheit und langes Leben brachte. Die Ruinen der Burg befinden sich in unmittelbarer Nähe der Golfanlage Schloss Nippenburg.

Golfplatz: Wunderschön angelegte Seen und Bachläufe machen eine Golfrunde auf Schloss Nippenburg zu einem Naturerlebnis. Enge Fairways und stark abfallende, ondulierte Grüns stellen aber auch Spitzenspieler vor sportliche Herausforderungen. Angenehm ist die entspannte Atmosphäre auf dem Platz und die Weitläufigkeit der Anlage, auf der es keine gegenläufigen Spielbahnen gibt. Auch bei Hochbetrieb kommt keine Hektik auf, was für Golfspieler gleichbedeutend ist mit Lebensqualität.

Fakten:

18-Loch, Par 71

Länge: Herren: 5.866 Meter, Damen: 5.152 Meter

Restaurant: Das Clubhaus-Restaurant „carpe diem“ überzeugt sowohl mit italienischen Pizza- und Pasta-Kreationen als auch mit Gerichten für den kleinen Hunger nach der Golfrunde. Das Restaurant steht Mitgliedern und Gästen auch zur Verfügung, wenn sie privat feiern oder geschäftlich speisen möchten. À la carte oder nach speziellen Wünschen werden Menü oder Buffet geplant.

Golfschule: Im Sommer bieten die Pros Einzel- und Gruppenunterricht, Anfängerkurse zur Erlangung der Platzreife, Programme zur Verbesserung des Handicaps oder Training für Turnierspieler an. Es gibt Spezialangebote für Damen, Kinder und Mannschaften oder gezielte Programme, um das Spiel zu verbessern. Selbstverständlich ist, dass die Golflehrer der Golfanlage Schloss Nippenburg nach den neuesten Lehrmethoden unterrichten, den Schwung mit Hilfe von Videoaufnahmen analysieren und die modernsten Hilfsmittel zur Verfügung haben, um das Lernen leichter zu machen. Über die Wintermonate werden Einzelstunden angeboten.

GolfCity – die halbe Zeit, das doppelte Vergnügen

GolfCity ist das schnelle, komfortable Angebot für alle, die Golf spielen möchten und dieses Vergnügen in ihren Arbeitstag oder ihre Freizeit integrieren wollen. Mit den herkömmlichen Clubmodellen ist das nicht möglich. GolfCity ist damit die Antwort auf die Bedürfnisse zahlreicher Golfspieler und der meisten Menschen, die gern Golf spielen würden, es aber bislang nicht tun. Das Anlagenkonzept ist nicht nur eine herkömmliche 9-Loch-Golfanlage, sondern ein komplexes und kundenorientiertes Freizeit- und Business-Angebot.

GolfCity ist inzwischen national wie international anerkannt und ausgezeichnet worden. Beim Kongress der europäischen Golfunternehmer in London gewann GolfCity den „Grow the Game Award“ für innovative und überzeugende Konzeptionen auf dem Golfmarkt. Nominiert waren unter anderem Projekte aus den USA und Großbritannien. Die Delegierten der mehr als 900 Mitglieder aus 13 Ländern votierten für das Anlagenkonzept aus Deutschland.

Die erste Anlage dieses zukunftsweisenden Konzepts wurde bereits 2008 mit der GolfCity Köln Pulheim in Betrieb genommen und seither kontinuierlich weiterentwickelt. Nur 20 Minuten vom Kölner Dom entfernt, bietet die Golfanlage mehr als 1,8 Millionen Menschen im unmittelbaren Einzugsgebiet von Köln die Chance, den Golfsport auf unkomplizierte Art kennen zu lernen. Der Kölner Platz ist auf die Bedürfnisse von Großstadtgolfern abgestimmt: Jeder, vom Anfänger bis zum Golfer mit niedrigem Handicap, findet auf der Anlage seinen Spaß. Neben dem 9-Loch-Platz und einem 3-Loch-Fun-Platz gibt es in Pulheim 80 Rasen-Abschlagplätze, zwei mit Flutlicht ausgestattete Abschlaghäuser sowie ein Kurzspiel-Zentrum. Ein Golf- und Business-Center setzt zudem neue Maßstäbe in Sachen Kundenfreundlichkeit. Neben der Gastronomie befinden sich im Golf-Center Tagungsräume und eine Lounge für Incentives und geschäftliche wie private Veranstaltungen. Für ihr überzeugendes Angebot erhielt GolfCity Köln Pulheim als erste 9-Loch-Golfanlage in Deutschland das 4-Sterne-Siegel des Bundesverband Golfanlagen e.V.. Wegen der starken Auslastung ist inzwischen der Bau von GolfCity Köln Pulheim II, einem weiteren 9-Loch-Platz, in Vorbereitung. Alle Genehmigungen wurden bereits erteilt.

Die zweite GolfCity-Anlage wurde im Herbst 2014 in München Puchheim in Betrieb genommen. Auf einer ehemaligen, umweltgerecht geschlossenen Deponie bietet die GolfCity München Puchheim ein ökologisch vorbildliches, attraktives Freizeit- und Erholungszentrum mit innovativem Golfangebot. Unter dem Motto „Umdenken erlaubt“, bietet die Anlage Training vor der Haustür, schnelles Golfspiel, Turniere und flexible Spielrechtsmodelle. Zunächst wurden die Driving Range sowie sechs Spielbahnen und drei Bahnen des 6-Loch-Fun-Platzes eröffnet. In nächsten Bauabschnitten entstehen dann nach dem Vorbild Köln Pulheim weitere sechs Spielbahnen und nochmals drei Bahnen des 6-Loch-Fun-Platzes. Strategisches Ziel ist es, in den kommenden Jahren weitere GolfCity Anlagen in Deutschland zu etablieren.

Fakten GolfCity Köln Pulheim:

Lage: Nur 20 Minuten entfernt vom Kölner Dom in der Nähe der S-Bahn-Station Weiden.

Anlage: 9-Loch-Golfplatz mit einem Par-5-, drei Par-4- und fünf Par-3-Löchern. 3-Loch-Fun-Platz für den schnellen Golfgenuss. Golfschule CAMPUS mit allen relevanten Angeboten wie Schnupperkurs und Platzreifekurs, GolfCity EVENT mit attraktiven Veranstaltungs- und Business-Angeboten.

Fakten GolfCity München Puchheim:

Lage: Nur 20 Minuten entfernt vom Münchner Stadtzentrum in unmittelbarer Nähe der S-Bahn-Station Puchheim.

Anlage: Fertiggestellt und in Betrieb: 6-Loch Golfplatz, 3-Loch Kurzplatz, Driving Range mit integrierten Fun-Bahnen für den schnellen Golfgenuss, Golfschule CAMPUS mit allen relevanten Angeboten wie Schnupperkurs, Platzreifekurs sowie attraktive Business-Angebote.

Aktuell im Bau: Weitere sechs Standard Spielbahnen sowie drei Kurzbahnen zur Ergänzung des 6-Loch Fun-Platzes. Ergänzende Trainingsangebote zum vorhandenen Kursprogramm in der Golfschule CAMPUS, GolfCity EVENT mit attraktiven Veranstaltungs- und Business-Angeboten.

DGM Deutsche Golf Marketing GmbH – innovative Konzepte für den wachsenden Golfmarkt

Die im Jahr 2012 aus der OGS – Online Golf Services hervorgegangene DGM Deutsche Golf Marketing GmbH entwickelt und vermarktet als Teil der CLUBHAUS AG Produkte und Dienstleistungen, die sowohl die Wünsche von Golfspielern als auch die Interessen von Golfanbietern direkt erfüllen. Sie tragen dazu dabei, Geschäft zu generieren, Umsatz zu steigern und den Golfmarkt, der großen Bedarf an einfachen, flexiblen und individuell zugeschnittenen Angeboten hat, grundsätzlich weiter zu entwickeln.

Geschäftsfelder der DGM

Produkte:

Durch die Entwicklung und Vermarktung von Produkten wie der Greenfee- und der Gastmitgliedschaft, der Heide-Golf-Card oder der Internetportale Online-Platzreife und Golf-Gutscheine schafft die DGM Deutsche Golf Marketing GmbH Vorteile, die anderweitig in dieser Form selten angeboten werden. Kundenorientierung, hohe Qualitätsstandards und flexible Preisgestaltung machen die DGM zu einem der innovativsten und erfolgreichsten Vermarktungsunternehmen in der deutschen Golfindustrie.

Services:

Der Servicebereich der DGM Deutsche Golf Marketing GmbH hilft Industrieunternehmen und Golfanlagen dabei, vorhandene Wachstumspotenziale mit zeitgemäßen Angeboten zu erkennen und zu erschließen. Am Golfsport interessierten Industrie- und Handelsunternehmen bietet die DGM den auf die Unternehmensziele zugeschnittenen Einstieg in den Sport. Hierbei können Verkaufsziele genauso unterstützt werden wie Kundenbindung oder Markenaufbau. Verschiedene Kooperationen mit fast 100 Anlagen in Deutschland und zahlreichen Golfanlagen in Europa sind genauso hilfreich wie ein starkes Netzwerk über die gesamte Bandbreite der Golfbranche. Golfanlagen unterstützt die DGM bei allen Fragen rund um die Vermarktung und Positionierung. Hierbei kann die Überprüfung bestehender Angebote genauso im Fokus stehen wie die zeitgemäße Weiterentwicklung von Marketing und Vertrieb.

Business Partnerschaften:

Die DGM Deutsche Golf Marketing GmbH entwickelt Dienstleistungen, die Interessen von Partnerunternehmen unterstützen. Sie tragen dazubei, Geschäft zu generieren, Umsatz zu steigern und den Markt grundsätzlich weiter zu entwickeln. Anschauliches Beispiel dafür ist der vielfältige Einsatz der Greenfeemitgliedschaft, die wegen ihrer strategischen Ausrichtung für Kooperationen besonders prädestiniert ist. Mit individualisiertem Logo wird das Produkt im Angebot von Tchibo erfolgreich eingesetzt und unterstützt dort das Image des Unternehmens als „golferischer Rule Breaker“.

Schlaue Angebote und intelligente Ideen der DGM Deutsche Golf Marketing GmbH

Golf liegt im Trend, ist modern und ein wunderbarer Sport. Jedes Jahr kommen rund 60.000 neue Spieler in Deutschland hinzu. Dieses Wachstum führt dazu, dass sich die Golfwelt stetig verändert. Vor allem der Bedarf an einfachen, flexiblen und individuell zugeschnittenen Angeboten ist rasant gestiegen. Die DGM Deutsche Golf Marketing GmbH ist führend in der Entwicklung neuer, kundenorientierter Modelle. Ihre Ideen machen für viele Golfinteressierte den Einstieg in diesen Sport erst möglich. Aber auch für erfahrene Golfspieler erschließen sich mit den komplementären Produkten neue Spielmöglichkeiten und bieten eine bisher nicht gekannte Flexibilität im Golf.

Die Produkte:

GASTMITGLIEDSCHAFT BY CLUBHAUS: Mit der etablierten „gastmitgliedschaft by CLUBHAUS“ (www.gastmitgliedschaft.de) kommen Golf-Neulinge oder Golf-Enthusiasten, die Wert auf Unabhängigkeit legen, ganz schnell ins Spiel – ohne großen finanziellen Einsatz oder langfristige Bindung an einen Club. Für 17,50 Euro im Monat (plus Verbandsgebühren) erhält man die Mitgliedschaft in einem renommierten deutschen Golfclub inklusive offiziellem DGV-Ausweis (die Zuordnung zu einem der CLUBHAUS-Partnerclubs erfolgt nach Verfügbarkeit). Gegen Greenfee kann das Mitglied dann auf allen Golfanlagen der CLUBHAUS AG und auf den meisten der mehr als 700 Mitgliedsanlagen des DGV sowie im Ausland spielen. Das Produktmanagement der „gastmitgliedschaft by CLUBHAUS“ wird von der DGM Deutsche Golf Marketing GmbH übernommen.

GREENFEE-MITGLIEDSCHAFT: Die schnelle, einfache Mitgliedschaft ermöglicht für nur 120,- Euro im Jahr (zzgl. Verbandsgebühren) den Einstieg in den Golfsport. Nach der Anmeldung im Internet (www.greenfeemitgliedschaft.de) wird man schnell und unkompliziert Mitglied in einem deutschen Golfclub, der dem Deutschen Golf Verband angeschlossen ist, und genießt eine Vielzahl von Vorteilen und Privilegien wie Spielmöglichkeiten im In- und Ausland gegen Greenfee, Verwaltung des Handicaps durch den Heimatclub und Teilnahme an nationalen und internationalen Turnieren.

HEIDE-GOLF-CARD: Der Klassiker für die Golfregion Lüneburger Heide und Umgebung gilt als das Ass im Bag eines Golfers. Für nur 119,- Euro eröffnet die Heide-Golf-Card die Möglichkeit, auf vier von acht der schönsten Golfplätze der Region zu spielen – das sind knapp 30,- Euro pro Runde.

ONLINE PLATZREIFE: Mit dem Internetangebot Online Platzreife (www.online-platzreife.de) können Golfeinsteiger für nur 33,- Euro ihre Platzreife schnell, unkompliziert und mit offizieller Urkunde zuhause am Bildschirm ihres Computers absolvieren. Wie beim Führerschein erhält der Kunde zunächst Testfragebögen, mit denen er trainieren kann. Am Ende absolviert er dann die Prüfung und erhält bei Bestehen sofort seine offizielle Urkunde als PDF. Die Online Platzreife baut damit Hürden ab und erleichtert den Zugang zum Golfsport. Der Kunde häuft nicht mehr überflüssiges Wissen an, sondern lernt einfach und unkompliziert genau das, was er für den ersten Schritt auf den Abschlag wissen muss.

GOLF-GUTSCHEINE: In dem Portal für Gutscheine (www.golf-gutscheine.de) rund um das Thema Golf können Golf-Interessierte mit nur wenigen Klicks ein attraktives Geschenk bestellen. Vielseitige Angebote, einfache Zahlung und schnelle Lieferung zeichnet Golf-Gutscheine aus.

Weitreichende Strategien und gewinnbringende Partnerschaften zur Förderung des Wachstums

Viele Unternehmen nutzen die Strahlkraft der Sportart Golf, um ihren Mitarbeitern, Business Partnern und Kunden Vorteile zu ermöglichen. Die DGM Deutsche Golf Marketing GmbH unterstützt ihre Kunden als Partner in den Bereichen Mitgliedschaften, Einstiegsmöglichkeiten und Events.

Business-Partnerschaften:

Business Club Hamburg: Partner der Matchplay Serie für Club-Mitglieder mit der Heide-Golf-Card.

Germanwings: Einziger Golfpartner im Boomerang Club, dem Vielflieger-Bonusprogramm für Reisende der Fluggesellschaft Germanwings, einer Tochtergesellschaft der Lufthansa AG.

Mercedes-Benz: Weltfinale der Mercedes Trophy – einer weltweit in 150 Ländern gespielten Turnierserie mit mehr als 58.000 Teilnehmern – auf der Golfanlage Schloss Nippenburg.

Redbull: Getränke- und Eventpartner von GolfCity Köln Pulheim für Turniere und Events.

Kölner Haie: GolfCity Köln Pulheim ist Mitglied im Supporters Club und verfügt über Kartenkontingente für Network- und Business Partner.

Adidas: Offizieller Ausstatter der GolfCity Crews in Köln und München.

TaylorMade: Offizieller Schlägerpartner und Ausstatter des Trainingsbereichs „Campus“ der GolfCity Köln und GolfCityMünchen.

Tchibo: „Die Nachfrage regelt das Angebot – und dieses Angebot, also die Produkte oder Dienstleistungen, sollten möglichst einfach und schnell erhältlich sein.“, so lautet das Motto von Tchibo. Und einfach, schnell und kostengünstig können Golfinteressierte über Tchibo und die Deutsche Golf Marketing den Einstieg in den Golfsport finden. Ob im Internet oder im Magazin, das in über 1.000 Filialen ausliegt und an über 20.000 Kunden verschickt wird – mit der Greenfeemitgliedschaft bietet Tchibo den Menschen wieder einmal genau das, was sie haben wollen.

CLUBHAUS Invest – Geld verdienen mit Golf

Die CLUBHAUS AG sucht zwecks Expansion vor allem des Anlagenkonzepts GolfCity ständig neue Grundstücke von 25 bis 30 Hektar Größe in Metropolennähe, hauptsächlich in den alten Bundesländern. CLUBHAUS plant den Bau von Golfanlagen u.a. auf stadtnahen Ausgleichs- oder Rekultivierungsflächen zur Aufwertung und Restaurierung, auch auf Brachen. Im Rahmen der Expansion des GolfCity Konzepts bietet die CLUBHAUS AG auch individuelle Beteiligungsmöglichkeiten mit interessanten Renditechancen.

CLUBHAUS AG

Aufsichtsratsvorsitzender:
Vorstandsvorsitzender:
Vorstand:
Sekretariat:

Dr. Jörg Schlüter
Alexander Freiherr von Spoercken
Ulrich Kastner
Gudrun Tech

CLUBHAUS®

CLUBHAUS AG
Schloss Lüdersburg
21379 Lüdersburg
Tel. 04139 69660-0, Fax 04139 6255
info@clubhaus.de
www.clubhaus.de

**GOLFANLAGE
SCHLOSS NIPPENBURG**



Geschäftsführer:

Elke Weishaupt
Alexander Freiherr von Spoercken

Golfanlage Schloss Nippenburg
Nippenburg 21
71701 Schwieberdingen
Tel. 07150 3953-0, Fax 07150 3535-18
info@schlossnippenburg.de
www.schlossnippenburg.de

**GOLFCITY
KÖLN PULHEIM**



Geschäftsführer:

Hermann Bögle
Olivia Fischer
Ulrich Kastner

GolfCity Köln Pulheim
Am Golfplatz 1
50259 Pulheim-Freimersdorf
Tel. 02234 999 66-0, Fax 02234 999 66-29
koeln@golfcity.de
www.golfcity.de

**GOLFCITY
MÜNCHEN PUCHHEIM**



Geschäftsführer:

Hermann Bögle
Ulrich Kastner

GolfCity Puchheim Gutshof Harbeck GmbH
Am Golfplatz 1
82178 Puchheim
Tel: 089 95842022
muenchen@golfcity.de
www.golfcity.de

**DGM
DEUTSCHE GOLF
MARKETING GMBH**



Geschäftsführer:

Ulrich Kastner
Marcus März
Christian Relling

Deutsche Golf Marketing GmbH
Lüdersburger Straße 21
21379 Lüdersburg
Tel. 04139 69660-40, Fax 04139 69660-44
post@deutsche-golf-marketing.de
www.clubhaus.de

PRESSE



AEMEDIA

Presse, Print Concept, Promotion
Andreas Eckhoff
Hammerbrookstraße 93
20097 Hamburg
Tel. 040 25335805, Fax 040 25335816
andreas.eckhoff@ae-media.de