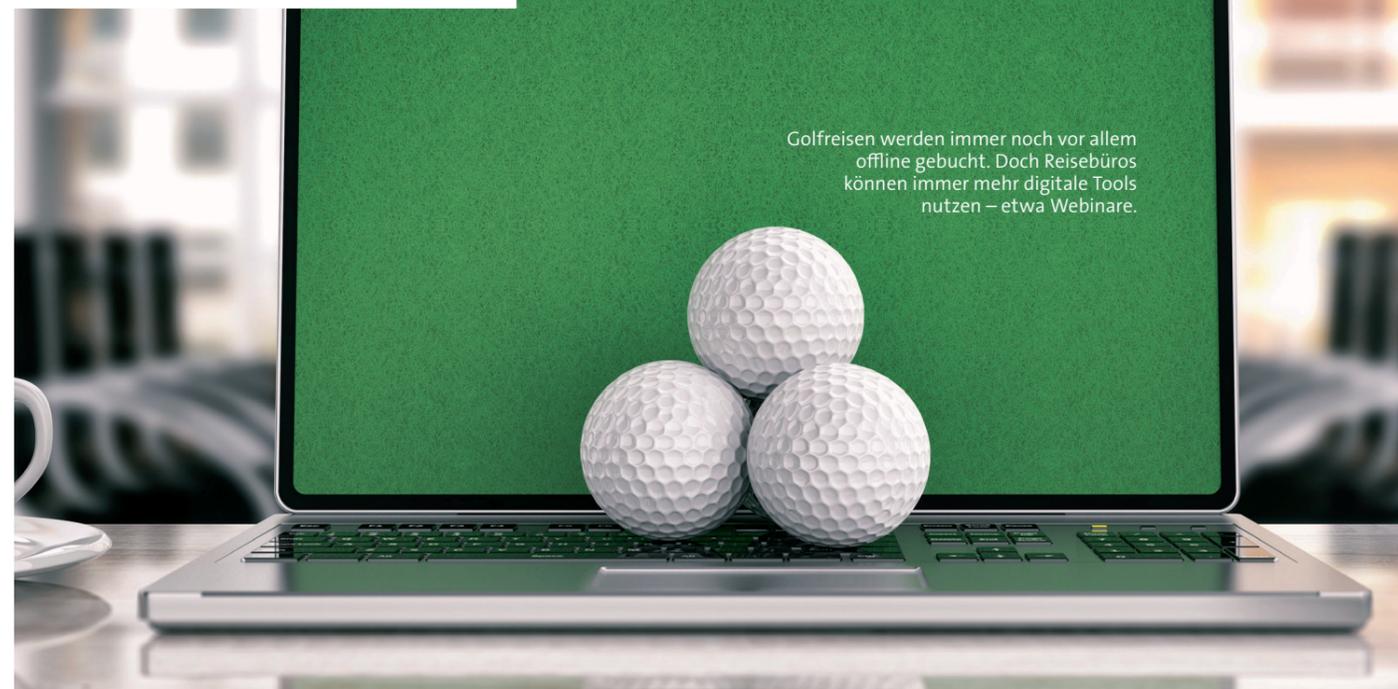


# GOLFREISEN BESSER VERKAUFEN



Golfurlaub ist ein Nischenprodukt, das sehr komplex ist und eine besondere Beratung erfordert. Dabei ist es besonders wichtig, die Zielgruppe zu verstehen und idealerweise selbst Golf zu spielen.

Golfern ist es bei der Beratung besonders wichtig, dass man sie als solche wahrnimmt, sie versteht und entsprechend auf sie eingeht“, weiß Mario Schomann. Der Golfexperte und Geschäftsführer von Golf Globe (siehe Kasten rechts) ist sich sicher, dass Golfreisen ein lukratives Geschäft sind: „Die Zielgruppe der Golfer ist sehr reiseaffin und unternimmt nachweislich mehrere Urlaubsreisen pro Jahr. Von daher sind Golfreisen für die Touristikbranche besonders attraktiv und stellen eine Chance für Reisebüros dar.“

Aber: Jede Golfreise – ob Gruppen- oder Individualreise – bringe ein hohes Maß an Komplexität durch die besondere Buchungsabwicklung mit sich. Schomann verweist auf die Saisonalität des Geschäfts: In den Wintermonaten, während die heimischen Golfplätze häufig nicht bespielt werden können, reisen Golfer weltweit, etwa für ein Training zum Saisonauftakt oder zum Saisonende. Die Hauptreisezeit ist deswegen von Oktober bis April



beziehungsweise bis zum Zeitpunkt, zu dem die heimischen Golfplätze wieder vollständig bespielbar sind.

### Hohe Erwartungen an Golfurlaub

An ihren Urlaub haben Golfer nach Angaben des Golf-Globe-Chefs hohe Erwartungen: „Sie wollen am liebsten vier bis fünf Runden pro Woche spielen und dabei auch gern unterschiedliche Plätze kennenlernen.“ Ausschlaggebend für die Wahl ihres Reiseziels seien für Golfer zudem kurze Wege zum Golfplatz, angenehme Startzeiten für die Golfkunden sowie ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Hotel sollte nach Golf-Globe-Erfahrungen in der Regel mindestens vier Sterne haben, auf die Bedürfnisse dieser Kunden geschult sein und entsprechende Services vor Ort anbieten. „Grundsätzlich gilt die Zielgruppe der Golfer auch als überdurchschnittlich kaufkräftig und sehr ausgabenfreudig am Urlaubsort“, ergänzt Schomann. So würden unter anderem Wellness-Anwendungen oder Ausflüge an golfreifen Tagen gern dazugebucht.

FOTOS: GOLF GLOBE (2); GETTY IMAGES

### So sieht die richtige Bedarfsanalyse bei Golfern aus

Das A und O im Kundengespräch ist die Bedarfsanalyse des Kunden. Folgende Informationen sollten laut Golf Globe im Verkaufsgespräch erfragt werden, um die passende Golfreise anzubieten:

- Wann ist die gewünschte Reisezeit?
- Welche Destination kommt infrage?
- Gibt es Budgetvorgaben?
- Welche Spielstärke haben die Reisenden (= Handicap)? Dies erleichtert die Golfplatzauswahl, da Anfänger vorrangig gute Trainingsanlagen und zum Beispiel einen Kurzplatz benötigen, während erfahrene Golfer Wert auf unterschiedliche und anspruchsvolle Golfplätze legen.
- Wie viele Golfkunden möchten die Kunden während ihres Aufenthaltes spielen?
- Welche Entfernung von der Unterkunft zu den Golfplätzen wird akzeptiert?
- Welche Zusatzleistungen werden gewünscht? Werden zum Beispiel Leihschläger, Golf-Cart oder Trolley benötigt? Welche Startzeiten für den jeweiligen Golfplatz sollen reserviert werden?
- Möchten die Kunden mit einem Mietwagen zu den Golfplätzen fahren, oder benötigen sie einen Transfer?
- Tipp: Für Gruppenreisen ist eine sehr frühzeitige Reservierung der Startzeiten und Mietschläger empfehlenswert.



### „JEDE GOLFREISE BRINGT EIN HOHES MASS AN KOMPLEXITÄT MIT SICH.“

### Das leistet Golf Globe für Reisebüros

Golf Globe kooperiert mit etwa 10.000 Reisebüros in Deutschland, Österreich und der Schweiz und berät und unterstützt diese bei ihren Buchungen. Zu den weltweiten Partnern in den Zielgebieten zählen heute mehr als 250 Golfhotels und 500 Golfplätze in 50 Destinationen. Golf Globe besitzt damit nach eigenen Angaben das stärkste internationale touristische Golfreisernetzwerk.

Reisebüros dient der Spezialist auch als Einstiegs- und Schulungsplattform, etwa durch Webinare, Newsletter, Fam Trips oder einen dauerhaften Austausch. Auf Golf-globe.com sind für Reisebüros zusätzlich viele wichtige Informationen hinterlegt. Gestartet 2014 als exklusiver Partner von TUI und damit der Marken TUI Golf und Airtours Golf, bietet der Golfreisenspezialist seit 2017 unter seiner Eigenmarke Golf Globe Travel Gruppen- und Individualreisen – für Golfspieler ebenso wie für Golfgenießer und auch Anfänger. Einen Schwerpunkt bilden individuelle Pro- und Mannschaftsreisen. Als exklusiver Reisepartner und Supplier der Deutschen Golf Liga bietet Golf Globe spezielle Reisepakete für deren Mannschaften an. Durch verstärkte Zusammenarbeit mit dem Dachverband der Golflehrer in Deutschland wird das Angebot künftig noch erweitert.

Mario Schomann ist Geschäftsführer von Golf Globe.



### VERKAUFSTIPPS DER EXPERTEN

**Natalie Zahn, Vertrieb Golfreisen bei Olimar:** „Reisebüros sollten die klimatischen Bedingungen in den Zielgebieten kennen und geeignete Unterkünfte empfehlen: Was wünscht sich der Kunde? Lage direkt am Golfplatz, am Meer, gibt es einen Wellness-Bereich, einen Golf-Shuttle? Ist das Hotel für Gruppen geeignet, etwa mit Freizimmerregelung für den Tourleader/Pro und All Inclusive? Reiseberater sollten die Spielstärke der Gäste erfragen, um geeignete Plätze empfehlen zu können. Und sie sollten an unseren Golf-Webinaren teilnehmen!“

**Martin Katz, Golf-by-FTI-Chef:** „Man kann zum Beispiel proaktiv im Beratungsgespräch auch nicht erfahrenen Spielern einen Schnupper- oder Einsteigerkurs empfehlen, damit sie locker im Urlaub testen können, ob ihnen der Sport Spaß macht. Eine andere Möglichkeit: Kontakt zu Golfclubs in der direkten Umgebung des Reisebüros aufnehmen und über Aushänge oder Aktionen Spielern und Mitgliedern dort aktiv Golfreisen anbieten.“

**Ergül Altinova, Inhaber von Golf Extra:** „Unser Erfolgsrezept sind Golf-Know-How und Service. Ich denke, das gilt auch für Reisebüros. Kompetenz und Zielgebietenkenntnisse werden von unseren Premium-Kunden extrem geschätzt und werden meiner Meinung nach in Zukunft immer wichtiger.“

**Tom Rostek, Director Dertour Sports:** „Es ist wichtig, die Bedürfnisse der Golfer zu verstehen und sich auch das Vokabular anzueignen. Hierfür bieten wir verschiedene Webinare an. Bei Dertour findet jeder Golfer das passende Produkt – vom Anfänger, der einen Platzreifekurs besuchen möchte, bis hin zum Vielspieler, der Unlimited Golf buchen möchte. Auch Gruppen sind bei uns bestens aufgehoben. Da in Deutschland eine Mitgliedschaft im Verein nachzuweisen ist, bieten wir den Dertour Golfclub: Die Mitgliedschaft kostet 179 Euro, für Expedienten sogar nur 139 Euro im Jahr. Damit eignet sich der Dertour Golfclub auch sehr gut für Einsteiger, Wenigspieler oder eine Zweitmitgliedschaft.“