



ERFOLGSGARANT Carlo Müller (27) hat für seine Kunden die optimale Formel für die digitale Mitglieder-Gewinnung entwickelt

DER MANN MIT DER (ERFOLGS-)FORMEL

GOLF MARKETING WIZARDS Mit seiner Agentur gelingt Carlo Müller das, wo andere oft vergeblich im Trüben fischen: Massiv Neumitglieder zu generieren. *Von Marcus Brunthaler.*

Herr Müller, was darf man sich unter digitaler Mitgliedergewinnung vorstellen?

► **Carlo Müller:** Im Grunde ist das nichts Neues. Im Idealfall handelt es sich um das gut ausgearbeitete Zusammenspiel aus Zielgruppen-orientierter Werbung im Internet bzw. auf Social Media. Wir haben uns dabei vollständig darauf spezialisiert, Golfclubs zu neuen Mitgliedern oder Schnupperkurs-Teilnehmern zu verhelfen und in Folge mehr Beitragsgelder und Liquidität zu generieren.

Können das die Golfclubs nicht selbst?

► **Carlo Müller:** Nun, das kann natürlich jeder Golfclub selbst. Aber durch unsere langjährige Arbeit mit den verschiedensten Anlagen konnten wir verschiedene Probleme beobachten, die wir mit unserer Arbeit erfolgreich abwenden und auch vorbeugen können. Wir haben dahingehend eine optimal ausgeklügelte Formel erarbeitet, die nachweislich ab dem ersten Tag unseres Aktivwerdens greift, sprich: Mitglieder o.ä. zu gewinnen.

Und die Formel lautet?

► **Carlo Müller:** (lacht) Sie sehen es mit bitte nach, wenn ich die Ihnen nicht verrate. Nur so viel: Unsere Erfahrung der letzten Jahre hat gezeigt, dass das größte Potenzial unserer Klienten vor allem darin liegt, die Fehler, die sie aktuell machen, auszumerzen. Im Marketing hat das Vermeiden von Fehlern oft einen größeren Hebel als die komplexesten Strategien. Wir kommen also ins Spiel, diese Fehler als Außenstehender zu analysieren und entsprechend auszumerzen. Mitgliedergewinnung mit System lautet demnach unser, seit Jahren praktiziertes, Credo.

Das klingt eigentlich zu schön, um wahr zu sein. Wo ist der Haken?

► **Carlo Müller:** Im Grunde gibt es keinen. Ganz im Gegenteil. Ich nenne Ihnen gerne ein paar nachweisliche Beispiele aus dem vergangenen Jahr: Für den GC Grevenmühle konnten wir 181 Neumitglieder durch unsere Kampagnen gewinnen. Beim Golfclub

Gut Berge waren es immerhin 105. Für den Golfverbund GolfHochZehn in NRW konnten wir nachweislich über 1.000 Schnupperkurs-Teilnehmer für die diversen Anlagen im Verbund generieren. Und das sind nur einige wenige Beispiele.

Braucht es dafür von Seiten der Golfclubs spezielle Vorkenntnisse zur Umsetzung mit Ihnen?

► **Carlo Müller:** Nein, nicht unbedingt. Natürlich ist es hilfreich, wenn sich eine Person im Golfclub mit digitalen Themen oder Social Media auskennt. Aber der Gedanke, einfach nur Posts abzusetzen und zu hoffen, dass dahingehend viel passiert, ist leider falsch. Wir können einerseits als Strategie-Partner agieren, aber natürlich auch soweit gehen, die komplette Kampagnen-Arbeit auf allen Kanälen zu übernehmen. Das hängt von der jeweiligen Struktur im Golfclub, der gewünschten Zielsetzung und natürlich dem möglichen Budget ab.

Letzte Frage hinsichtlich der Kosten ...

► **Carlo Müller:** Wir bieten Interessierten ein kostenloses Strategiegelgespräch an. In diesem werden die Zielrichtung, die Konzeption und die diversen Maßnahmen gemeinsam ermitelt. Alles natürlich mit der Zielsetzung, dass – salopp gesprochen – hinten mehr herauskommt, als vorne investiert wird. Das ist dann auch unsere Erfolgs-Formel, wenn Sie so möchten (lacht). **GT**

INFO www.golf-marketing.de