



Deutscher  
Golf Verband

# DGV-Info 5/2009

Eine Information des  
Deutschen Golf Verbandes  
für seine Mitglieder



## **Golf im Zeichen der fünf Ringe**

Es ist entschieden – Golf wird olympisch!

## **play golf – have fun**

Gemeinsam Golf voranbringen

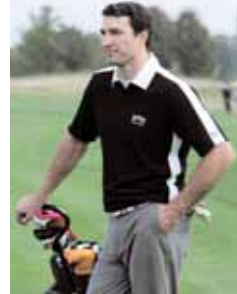
## **Ausweiskennzeichnung**

Erfahrungen und Empfehlungen

Hauptsponsoren des DGV



Audi  
Vorsprung durch Technik



**Auf ein Wort**

Peter Dawson, Chief Executive The R&A, über olympisches Golf	3
---	---

**Sport**

Golf im Zeichen der fünf Ringe	4
Erwartungen, Ergebnisse, Erfolge	5

**Schwerpunktthema**

„play golf – have fun“ Die Einsteiger-Initiative des Deutschen Golf Verbandes	7–8
---	-----

**Regeln & Regularien**

Jährliche Überprüfung der Vorgaben ... ... wie im Vorgabensystem festgelegt	9
Erstmals Dopingkontrollen bei DGV-Wettspielen 2009	9
DGV-Platzreife-Karte	9

**Recht & Betriebswirtschaft**

Abmahnung für teeontime.com	10
Vergütung der Vorstandstätigkeit	10
DGV schließt Rahmenvertrag zur betrieblichen Altersversorgung	10
Abbildung des DGV-Ausweises durch kommerzielle Vermittlungsagenturen	10

**Informationstechnologie & Internet**

Umstellung auf den DGV-Ausweis 2010	11
Effektiv mit dem DGV-Ausweis <sup>plus</sup>	11
Ausweiskennzeichnung: Erfahrungen und Empfehlungen	11
DGV-Intranet: informieren & steuern – CVS-Hersteller mit dabei	12

**Umwelt & Platzpflege**

EU-Pflanzenschutzrichtlinie – von der Theorie zur Praxis	13
---	----

**Seminare**

Dezember 2009 bis März 2010	14
-----------------------------	----

**Marketing & Kommunikation**

„Wir bewegen Golf“	
DGV gibt Verbandskooperation ein Gesicht	15
Strukturänderungs-Beratungen im DGV in der zweiten Phase – Lenkungsgremium gebildet	15
Grundwissen für Golfentdecker auch 2010 bestellbar	16
DGV-Abteilung Kommunikation mit neuer Manpower	16
Städte tour bewegt mit Golf	16
Sponsoren-News you can use	17

**RC Deutschland**

RC 2018 Tour: Ran an die Driver!	18
----------------------------------	----

**Nachschlag**

Geschäftsjahr 2008 erneut ein Rekordjahr	19
Wo Damen gern abschlagen: HVB Ladies German Open 2010	19

**Impressum**

Die DGV-Info erscheint unregelmäßig mehrmals pro Jahr und ist eine kostenlose Serviceleistung des DGV für seine Mitglieder.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe: 11. November 2009

**Herausgeber:** Deutscher Golf Verband e.V.  
Postfach 21 06, 65011 Wiesbaden  
Tel.: (06 11) 9 90 20-0, Fax: (06 11) 9 90 20-170  
E-Mail: info@dgv.golf.de  
Internet: www.golf.de/dgv

**Redaktion:** Angela Oelschlägel, Monika Selhorst,  
Abt. Kommunikation Deutscher Golf Verband e.V.

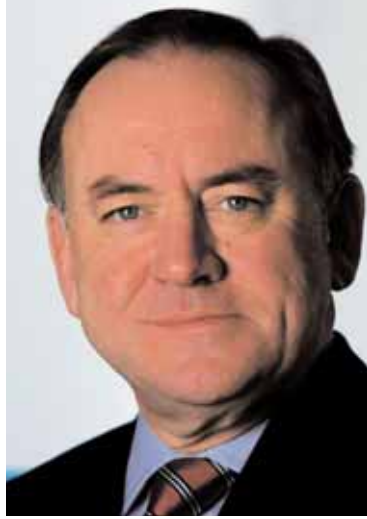
**Konzeption, Text und Realisation:**

Jürgen Jakob, Elke Morgenstern, Dreieich  
**Druck:** odd print + medien, Bad Kreuznach  
Auflage: 8.000 Exemplare

**DGV-Info im Internet abrufbar unter:**  
[www.golf.de/infoservice](http://www.golf.de/infoservice)

**Bildnachweis:**

Deutscher Golf Verband e.V.; Titelseite: Stefan von Stengel;  
Seite 18: GES-Sportfoto



**Peter Dawson,**  
**Chief Executive The R&A,**  
**über olympisches Golf**

Der 9. Oktober 2009 war ein wahrlich historischer Tag für den Golfsport. Die Mitglieder des IOC stimmten in Kopenhagen mit einer klaren Mehrheit von 70 Prozent dafür, Golf wieder in das Programm der Olympischen Spiele aufzunehmen. Ich sage „wieder“, weil Golf schon einmal olympisch war, 1900 und 1904. Der Glen Echo Golf Club in St. Louis, wo das olympische Golfturnier 1904 stattfand, wird sogar als die älteste olympische Stätte bezeichnet, die heute noch täglich benutzt wird.

Ich durfte in Kopenhagen die International Golf Federation vertreten, zusammen mit Ty Votaw, dem Executive Director der IGF. An unserer Seite waren Topgolfer: Pádraig Harrington, Michelle Wie, Suzann Pettersen und der Italiener Matteo Manassero, der 2009 mit 16 Jahren als jüngster Spieler der Geschichte die British Amateur Championship gewann.

Die Unterstützung der Spitzengolfer für die Olympiabewerbung war fantastisch. Jack Nicklaus und Annika Sorenstam setzten sich als globale Botschafter für unseren Vorstoß ein, Colin Montgomerie begleitete uns bei der Präsentation unserer Bewerbung vor dem IOC-Präsidium im August, und die Weltranglisten-Ersten Tiger Woods und Lorena Ochoa lieferten uns Bekenner-Botschaften per Film.

Mit Hilfe vieler, vieler Spieler, deren Namen ich hier gar nicht alle aufzählen kann, gelang es uns, dem IOC in bewegten Bildern zu verdeutlichen, wie weit verbreitet die Unterstützung durch unsere Athleten tatsächlich ist.

Wir konnten dem IOC zeigen, dass die Golfgemeinde mit einer Stimme spricht, dass Golf ein universeller Sport ist, den über 60 Millionen Menschen auf der Welt ausüben, Männer und Frauen, Jung und Alt, dass unser Respekt für die Regeln des Fair Play und die Achtung vor unseren

Mitspielern den olympischen Idealen sehr ähneln, und dass unser Sport der olympischen Bewegung auch große wirtschaftliche Vorteile bringen kann.

Also wird Golf bei den Olympischen Spielen in Rio 2016 gespielt werden und auch 2020. Für 2024 und die danach folgenden Spiele wird das IOC 2017 das Sportprogramm erneut überprüfen. Ein erfolgreiches olympisches Golfturnier in Rio ist daher für unsere dauerhafte Zugehörigkeit zur olympischen Familie außerordentlich wichtig.

Die IGF hat vorgeschlagen, das olympische Turnier nach Herren und Damen getrennt auszutragen, mit 60 Athleten pro Teilnehmerfeld, im Einzelzählspiel über 72 Löcher. Die stärksten Spieler werden antreten, Basis der Auswahl ist die Weltrangliste. Die besten 15 sind automatisch qualifiziert, egal, aus welchem Land sie kommen. Der Rest des Feldes wird ebenfalls durch die Weltrangliste bestimmt, aber mit maximal zwei Spielern pro Land.

Die Zugehörigkeit des Golfsports zum Kanon der olympischen Sportarten erhöht nicht nur die Möglichkeiten für große Wettkämpfe, sondern auch die allgemeine Attraktivität dieses Sports. Die Unterstützung durch die Regierungen könnte wachsen, vor allem in Ländern, wo Golf noch in den Kinderschuhen steckt. Ich habe viele, viele Zuschriften aus aller Welt erhalten, von nationalen Golfverbänden, die von dieser Aussicht begeistert sind.

So weit, so gut. Jetzt beginnt die harte Arbeit. Wir müssen sicherstellen, dass der Golfsport so organisiert ist, dass er sich reibungslos in die olympische Bewegung einfügt. Und wir müssen eng mit dem Organisationskomitee von Rio de Janeiro zusammenarbeiten, damit Golf eine erfolgreiche Wiederkehr bei den Olympischen Spielen feiern kann.

Mit sportlichen Grüßen  
Peter Dawson

## Golf im Zeichen der fünf Ringe

### Golf wird olympisch: Große Freude über IOC-Entscheidung

9. Oktober 2010: Was für ein Tag für den Golfsport! Mit diesem Datum hat die Vollversammlung des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) in ihrer Sitzung in Kopenhagen beschlossen, Golf wieder in den Kanon der olympischen Sportarten aufzunehmen. Golf ist also wieder reif für Gold und wird bei den Olympischen Spielen 2016 in Rio de Janeiro nach 112 Jahren erstmals wieder im Zeichen der fünf Ringe ausgetragen.



Eine Entscheidung, die vom DGV und seinem Präsidenten Dr. Wolfgang Scheuer mit Freude aufgenommen wurde. „Für viele der 60 Millionen Golfer auf der ganzen Welt ist heute ein lang ersehnter Wunsch in Erfüllung gegangen. Aus Sicht unseres Verbandes bedeutet die Entscheidung einen Meilenstein in unser aller Bestreben, den Golfsport in Deutschland mit seinen fast 600.000 Aktiven noch weiter nach vorne zu bringen. Das gilt sowohl für den Leistungssportbereich mit unseren Nationalteams als auch für den Abbau von Vorurteilen und Hemmschwellen für alle Golfinteressierten. Vom heutigen Tag an fiebern wir gemeinsam den Olympischen Spielen 2016 entgegen.“

### Über 1 Million Mal angeklickt! Livescoring bei den DGV-Wettspielen 2009

Turniername	Klicks Livescoring
IAM Damen	100.392
HVB Ladies German Open	294.022
German Boys & Girls Open	193.600
DM Jungsenioren	11.408
IAM Herren	133.212
DM Mädchen AK 14/16/18	133.918
DM Jungen AK 18	81.159
DM AK Damen/Herren	187.566
<b>Gesamt</b>	<b>1.135.277</b>

### Internationale Spitzenplatzierungen deutscher Spieler/-innen 2009

#### Damen/Herren

German International Amateur Championship 05. – 07.08.2009	1. Maximilian Kieffer (GC Hubbelrath) 2. Michael Thannhäuser (Hamburger GC) 3. Sean Einhaus (GC St. Leon-Rot)
Hellenic Ladies Amateur Championship 09. – 12.09.2009	1. Nina Birken (GC Mülheim a.d. Ruhr)
Hellenic Amateur Championship 09. – 12.09.2009	1. Aaron Leitmannstetter (GC München-Nord)
Italian International Ladies Championship 16. – 20.09.2009	9. Franziska Neef (GC Heddeshheim)

#### Juniorinnen/Mädchen/Junioren/Jungen

Girls' British Open Amateur Championship 10. – 14.08.2009	5. Vicki Troeltsch (GC Schloss Elkhofen) 9. Antonia Scherer (GC Augsburg)
British Boys Championship 10. – 14.08.2009	3. Maximilian Röhrig (Frankfurter GC)
Belgian International Lady Junior Championship 26. – 29.08.2009	4. Isabel Gadea (GC Hummelbachau)

# Erwartungen, Ergebnisse, Erfolge

## Die Meister des Jahres 2009

### Deutsche Meister 2009

Damen	Caroline Masson (GLC Hubbelrath)
Herren	Tomek Dogil (Stuttgarter GC Solitude)
Jugendmeisterin	Yasemin Sari (GC Jakobsberg)
Jugendmeister	Jonas Robert Kugel (Stuttgarter GC Solitude)
Mädchen, AK 18	Maike Fleck (GC St. Leon-Rot)
Jungen, AK 18	Jonas Robert Kugel (Stuttgarter GC Solitude)
Mädchen, AK 16	Isabel Gadea (GC Hummelbachau)
Jungen, AK 16	Carl Anton Kolloß (GC Hamburg Hittfeld)
Mädchen, AK 14	Yasemin Sari (GC Jakobsberg)
Jungen, AK 14	Vincent Abel (GC St. Leon-Rot)
Jungseniorinnen	Sylvia Wilms (G&LC Schmitzhof)
Jungsenioren	Martin Birkholz (G&LC Schmitzhof)
Seniorinnen	Dr. Cornelia Schmidt-Stütze (Stuttgarter GC Solitude)
Senioren	Hans-Günter Reiter (GK Braunschweig)
Golfer/innen mit Behinderung	Mathias Becherer (GC Oberstdorf)

### Deutsche Mannschaftsmeister 2009

Damen	GC St. Leon-Rot
Herren	GC St. Leon-Rot
Mädchen AK 18	GC St. Leon-Rot
Jungen AK 18	GC Hubbelrath
Mädchen AK 14	GLC Berlin-Wannsee
Jungen AK 14	GC St. Leon-Rot
Senioren/-innen	GLC Berlin-Wannsee
Jugend trainiert für Olympia	Gymnasium Walldorf

### Internationale Deutsche Amateur Meister 2009

Damen	Laura Gonzalez Escallon (BEL)
Herren	Maximilian Kieffer (GC Hubbelrath)
Mädchen	Klara Spilkova (CZE)
Jungen	Martin Keskari (Frankfurter GC)

### DGV-Matchplay-Trophy 2009

Damen	Sophia Popov (GC St. Leon-Rot)
Herren	Moritz Lampert (GC St. Leon-Rot)

## Deutsche Ranglistensieger 2009

### Damen

1. Caroline Masson (GC Hubbelrath)	2.346,53 Punkte
2. Lara Katzy (GLC Berlin-Wannsee)	2.220,75 Punkte
3. Sophia Popov (GC St. Leon-Rot)	1.790,00 Punkte

### Juniorinnen (Jg. 1988 und jünger)

1. Caroline Masson (GC Hubbelrath)	2.346,53 Punkte
2. Lara Katzy (GLC Berlin-Wannsee)	2.220,75 Punkte
3. Sophia Popov (GC St. Leon-Rot)	1.790,00 Punkte

### Mädchen (Jg. 1991 und jünger)

1. Sophia Popov (GC St. Leon-Rot)	1.790,00 Punkte
2. Vicki Troeltsch (GC Schloss-Elkofen)	982,50 Punkte
3. Victoria Scherer (GC Augsburg)	922,50 Punkte

### Herren

1. Maximilian Kieffer (GC Hubbelrath)	1.736,90 Punkte
2. Allen John (GC St. Leon-Rot)	1.604,50 Punkte
3. Martin Keskari (Frankfurter GC)	1.355,63 Punkte

### Junioren (Jg. 1988 und jünger)

1. Maximilian Kieffer (GC Hubbelrath)	1.736,90 Punkte
2. Martin Keskari (Frankfurter GC)	1.355,63 Punkte
3. Maximilian Röhrig (Frankfurter GC)	1.306,45 Punkte

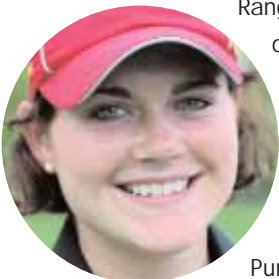
### Jungen (Jg. 1991 und jünger)

1. Martin Keskari (Frankfurter GC)	1.355,63 Punkte
2. Maximilian Röhrig (Frankfurter GC)	1.306,45 Punkte
3. Jonas Robert Kugel (Stuttgarter GC)	1.122,75 Punkte

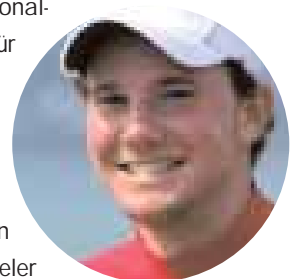
Ausführliche Übersicht unter  
[www.golf.de/dgv/ranglisten](http://www.golf.de/dgv/ranglisten)

## Caroline Masson erneut ganz oben, Kieffer bester Herr

Caroline Masson vom GC Hubbelrath ist Siegerin der DGV-Rangliste 2009 in der Damenkategorie. Sie wiederholte damit ihren Erfolg aus dem vergangenen Jahr. Ihr Clubkollege Maximilian Kieffer sammelte bei den Herren die meisten Punkte in den vergangenen zwölf Monaten. In insgesamt 13 gewerteten Turnieren kam Caroline Masson auf 2.346,53 Punkte. Nach einer äußerst erfolgreichen Amateurkarriere, sechs Jahren im Nationalkader, dem



aktuellen Deutschen Meistertitel und dem Ranglistensieg im Gepäck, spielt die langjährige Nationalspielerin nun die Qualifying School für die Ladies European Tour. Ist sie erfolgreich, wird sie zur kommenden Saison ins Profilager wechseln. Bei den männlichen Amateuren setzte sich mit insgesamt 1.736,90 Punkten mit Maximilian Kieffer ebenfalls ein Nationalkaderspieler vom GC Hubbelrath durch. Glückwunsch!



Sehr geehrte Damen und Herren,



Sie, die DGV-Mitglieder, haben auf dem Verbandstag 2009 mit großer Mehrheit für die vom DGV-Präsidium vorgeschlagene Einsteiger-Initiative „play golf – have fun“ gestimmt. Die Verbandtagsdelegierten haben sicher die richtige Entscheidung zum richtigen Zeitpunkt getroffen. Denn in Zeiten

der Wirtschaftskrise ist es nicht leichter geworden, Interessenten und neue Golfspieler für unsere Sportart zu gewinnen. Die Initiative ist ein Angebot an Sie, mit dem wir gerade jetzt Ihre Akquisition tatkräftig unterstützen möchten. Die Teilnahme an „play golf – have fun“ ist absolut freiwillig, die Entscheidung liegt allein bei Ihnen.

Mit „play golf – have fun“ bieten Sie ein Schnupperprodukt an: Golf zum Ausprobieren in einem zweistündigen Gruppenkurs für 19 Euro. Bundesweit wird dazu mit Beginn der Saison 2010 über Kampagnenpartner, über das Internet und die teilnehmenden Golfanlagen eine „play-golf-card“ vertrieben. Der DGV wirbt parallel bundesweit dafür, Golf ganz ohne Hemmschwellen einfach einmal auszuprobieren, die Karte zu kaufen und auf einer der teilnehmenden Golfanlagen einzulösen. Für Ihre lokalen beziehungsweise regionalen Marketingaktivitäten stellt Ihnen der DGV darüber hinaus umfassendes Werbe- und Informationsmaterial zur Verfügung. Mit dem DGV-Rundschreiben 25/09 vom 23. Oktober 2009 haben Sie alle Details inklusive eines Anmeldefax erhalten.

Lassen Sie uns gemeinsam Golf voranbringen und seien Sie dabei, wenn es in den nächsten zwei Jahren für Golf-Interessenten heißt: „play golf – have fun“.

Ihr

Dr. Wolfgang Scheuer  
DGV-Präsident

play golf –  
have fun



## Warum brauchen wir eine neue bundesweite Einsteiger-Initiative?

Seit Jahren sinken bundesweit die Zuwachsraten an Golfspielern, ein Drittel aller Golfanlagen verzeichnete im Jahr 2008 sogar einen Mitgliederschwund. Und dies, obwohl sich 98 Prozent aller DGV-Mitglieder höhere Mitgliederzahlen wünschen und bereits über vier Millionen Deutsche ohne Golferfahrung grundsätzliches Interesse am Golfspielen haben. Zudem halten 75 Prozent der DGV-Mitglieder deutschlandweite Förderprogramme und Imagekampagnen durch den DGV für wichtig beziehungsweise sehr wichtig.

## Was genau steckt hinter „play golf – have fun“?

Die bundesweite, vertriebsorientierte Imagekampagne spricht alle potenziellen Golf-Interessenten an und erfüllt den Wunsch dieser Zielgruppe, den Golfsport unverbindlich auszuprobieren. Dadurch hilft sie, Hemmschwellen und Vorurteile abzubauen und das Image des Golfsports positiv zu verändern. Den teilnehmenden Golfanlagen wird zudem der Boden bereitet, die gewonnenen Golf-Begeisterten langfristig an sich zu binden.

Im Kern der Initiative steht die „play-golf-card“, ein Gutschein für ein zweistündiges Probetraining in einer kleinen Gruppe für 19 Euro, einzulösen auf allen teilnehmenden Golfanlagen. Die „play-golf-card“ wird einerseits bundesweit durch den DGV und die Kampagnen-Partner, aber auch lokal durch die teilnehmenden Golfanlagen beworben und vertrieben. Übrigens: Alle kommunikativen oder finanziellen Gegenleistungen der Partner fließen direkt in die Kampagne und unterstützen so die teilnehmenden Golfanlagen.

„play golf – have fun“ schließt an die erfolgreiche Initiative „play golf – start living“ aus den Jahren 2001 bis 2003 an. Über 300 Golfanlagen nahmen damals an der Kampagne teil und verkauften rund 45.000 „play-golf-cards“ im Wert von jeweils 25 Euro für ein dreistündiges Probetraining. Während der Laufzeit der Kampagne verzeichneten die Golfanlagen insgesamt die größten Mitgliederzuwächse in ihrer Geschichte.

## Was ist das Ziel von „play golf – have fun“?

Die Imagekampagne wird in den Jahren 2010 und 2011 laufen und bundesweit über die gesamte Saison alle freiwillig teilnehmenden Golfanlagen bei der Interessenten- und Mitgliedergewinnung unterstützen. So sollen bis Ende 2011 gemeinsam mit den Golfanlagen durch aufmerksamkeitsstarke Werbung und Vertrieb der „play-golf-card“ mindestens 70.000 Golf-Interessenten gewonnen werden. Dadurch schaffen wir gesundes Wachstum, ohne in Mitgliedschaftsmodelle und -preise der einzelnen Golfanlagen einzugreifen.



## Wie funktioniert die „play-golf-card“?

Die Karte wird es in drei Varianten geben: als Plastikkarte, als E-Card und als Mobile-Card. Erhältlich ist die „play-golf-card“ bei den teilnehmenden Golfanlagen, im Internet, in den großen Filialnetzen der Partner und auf allen entsprechenden DGV-Veranstaltungen. So wird gewährleistet, dass die Zielgruppe im direkten Umfeld und über modernste Kommunikationswege erreicht wird.

Golfanlagen, die die „play-golf-cards“ für den Eigenverkauf bestellen wollen, können dies über das Intranet-Informationssystem (IIS) auf Kommissionsbasis organisieren. Die Einlösung beziehungsweise die Entwertung der Karten auf der Golfanlage sowie die Abrechnung mit dem DGV geschieht auf die gleiche einfache Weise. Die Erfassung der persönlichen Daten der gewonnenen Golf-Interessenten erfolgt ebenfalls via IIS und folgt selbstverständlich den datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Jede

teilnehmende Golfanlage erhält pro eingelöster „play-golf-card“ 9,50 Euro (inklusive Mehrwertsteuer) vom Verkaufspreis. Die andere Hälfte dient der Teilfinanzierung der Kampagne, inklusive der bundesweiten Werbe- und Vertriebsmaßnahmen sowie der zahlreichen Services für die teilnehmenden Anlagen.

### Welche Unterstützung erhalten teilnehmende Golfanlagen für ihr lokales Marketing?

„play golf – have fun“ wird vor allem dann sehr erfolgreich sein, wenn bundesweit möglichst viele DGV-Mitglieder an der Kampagne teilnehmen. Der DGV bietet allen, die mitmachen, umfangreiche Unterstützung in Form einer Marketing-Toolbox an. Darin sind unter anderem folgende Leistungen enthalten:

- „play-golf-card“, beispielsweise für „Mitglieder-werben-Mitglieder“-Programme
- individualisierte Plakate und Flyer
- auf die Initiative abgestimmte Marketing-Seminare und Leitfäden
- PR- und Werbevorlagen inklusive Text- und Bilddatenbank
- Agenturservice
- Einbindung der Interessenten-Datenbank des DGV
- Portrait der teilnehmenden Golfanlage sowohl online als auch offline
- aktuellste Informationen über die Kampagne



### Wie ist die Kampagne finanziert?

	(Beträge brutto in Euro)
(keine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge):	1.135.000
Mittel aus Rücklagen der VCG 2009:	500.000
Mittel aus Jahresüberschuss der VCG 2010:	250.000
Anteilige Verkaufserlöse bei 70.000 play-golf-cards:**	615.000
<b>Summe:</b>	<b>2.500.000</b>

\*gemäß Verbandstags-Beschluss 2009  
\*\*bei weniger verkauften „play-golf-cards“ wird das Budget entsprechend reduziert

### Kampagnenbudget 2010 - 2011

	netto:	brutto:
I. Kampagnensteuerung & Partnerbetreuung	230.000 €	273.700 €
II. Werbung	228.900 €	272.391 €
III. Internet & Mobile	187.000 €	222.530 €
IV. PR & Bewegtbild-Produktion	514.500 €	612.255 €
V. Info-Material für DGV-Events	28.560 €	33.986 €
VI. Dienstleistungen für Clubkommunikation	101.100 €	120.309 €
VII. Vertrieb	226.900 €	270.011 €
VIII. Anzeigenschaltung	583.880 €	694.818 €
<b>Summe</b>	<b>2.100.840 €*</b>	<b>2.500.000 €</b>

\*Davon entfallen auf das Jahr 2009: 861.050 Euro im Vergleich: play golf – sport living (2001 bis 2003): 3,1 Mio. Euro excl. MwSt.

### Sie möchten mehr wissen?

Dann wenden Sie sich an den Deutschen Golf Verband,  
Markus Lawatsch, Telefon: 0611-99020-109  
lawatsch@dgv.golf.de

Weitere Informationen enthält die Broschüre „play golf – have fun“, die der DGV mit Rundschreiben 25/09 vom 23. Oktober 2009 an alle DGV-Mitglieder verschickt hat.



## Erstmals Dopingkontrollen bei DGV-Wettspielen 2009



In der zu Ende gegangenen Spielsaison hat der DGV erstmals in Abstimmung mit der Nationalen Anti-Doping-Agentur (NADA) Dopingkontrollen auf Verbandswettspielen durchgeführt: Ausgewählt wurden Teilnehmer der Deutschen Meisterschaften der Jungen AK 18 auf der Anlage des GC Schloß Wilkendorf sowie der Deutschen Meisterschaften der Damen und Herren im Stuttgarter Golf-Club Solitude. Zusätzlich wurden die Spielerinnen und Spieler der DGV-Kader stichprobenartig auch während der Trainingsphase unangekündigt auf die Einnahme unerlaubter Substanzen sowie die Anwendung unerlaubter Methoden kontrolliert. Erfreulich ist, dass nach heutigem Kenntnisstand die Analyse sämtlicher Proben zu einem negativen Ergebnis führte.

### Hinweis:

Die Teilnahme an DGV-Wettspielen setzt zukünftig zur Sicherung eines dem NADA-Code entsprechenden Verfahrens den Abschluss einer Schiedsvereinbarung zwischen dem einzelnen Teilnehmer und dem DGV voraus. Mit Abschluss der Schiedsvereinbarung überträgt der DGV das Verfahren zur Sanktionierung eines vermeintlichen Dopingverstoßes auf das Deutsche Sportschiedsgericht als neutrale Instanz. Auf diese Weise wird eine einheitliche, sportartübergreifende Sanktionierung von Dopingverstößen sichergestellt.

[www.golf.de/dgv/antidoping](http://www.golf.de/dgv/antidoping)

## Jährliche Überprüfung der Vorgaben ...

... wie im Vorgabensystem festgelegt

Zum Jahresende steht die Überprüfung der Vorgaben der Golfspieler durch den Vorgabenausschuss jeder Golfanlage an. Nicht selten wird dieser grundsätzlich verbindlichen Regelung des DGV-Vorgabensystems (Ziffer 25) zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Jedoch gilt: Von begründeten Ausnahmen abgesehen ist jede dem DGV angehörende Golfanlage verpflichtet, dafür zu sorgen, dass die Vorgaben der Golfspieler ein möglichst aktuelles Bild des Spielpotenzials bieten. Gerade bei Golfspielern, die nicht regelmäßig vorgabenwirksam spielen, entspricht die Vorgabe oft nicht dem aktuellen Stand.

Falsche Vorgaben führen das Vorgabensystem ad absurdum, zum Beispiel wenn Vorgaben erkennbar zu hoch sind oder als „einmal erreichte Bestleistung“ auf einem unrealistischen niedrigen Niveau „eingefroren“ bleiben. Regelungen wie beispiels-

weise das Competition Stableford Adjustment führen vor allem bei falschen Vorgaben zu ungewollten Ergebnissen.

Vor diesem Hintergrund sei an Ziffer 25 des DGV-Vorgabensystems erinnert, die auszugsweise wie folgt lautet: „Der Vorgabenausschuss jedes DGV-Mitglieds muss grundsätzlich nach Abschluss der Spielsaison zum Jahresende die DGV-Stammvorgaben beziehungsweise Clubvorgaben der Mitglieder/Spielberechtigten des Heimatclubs daraufhin überprüfen, ob sie die tatsächliche Spielstärke des betreffenden Spielers wiedergeben.“ Die entsprechende Regelung ist auf den Seiten 48 und 49 der Publikation „Vorgaben- und Spielbestimmungen“ wiedergegeben. Die Regularien-Abteilung in der DGV-Geschäftsstelle berät gern bei einer erfolgreichen Umsetzung.

[info@dgv.golf.de](mailto:info@dgv.golf.de)

## DGV-Platzreife-Karte: Klein – kompakt – erfolgreich!

Nach viel harter Arbeit auf der Driving Range und mit dem Pro freut sich der stolze DGV-Platzreife-Absolvent über einen attraktiven Nachweis, der ihm die Golfwelt öffnet. Dabei nutzen die meisten lizenzierten Clubs als Nachweis die klassische Urkunde im DIN-A4-Format. Aber auch die mit einem integrierten, kontaktlosen Chip ausgestattete DGV-Platzreife-Karte über-

zeugt immer mehr Golfanlagen. Diese Urkunde im Hosentaschenformat, versehen mit Ihrem Clublogo, kann der begeisterte Neu-Golfer stets mit sich führen. Sie ist für ihn der mobile Beweis „dazuzugehören“. Wie bei der klassischen Urkunde ist auch mit der Mini-Variante kein Spielrecht verbunden.

Britta Baxmann, [baxmann@dgv.golf.de](mailto:baxmann@dgv.golf.de)



## Abmahnung für teeontime.com

Auf den Anlagen verschiedener DGV-Mitglieder erschienen in jüngerer Vergangenheit Golfspieler, die behaupteten, im Internetportal teeontime.com eine Startzeit gebucht und das Greenfee bereits entrichtet zu haben. Recherchen vor Ort ergaben, dass eine Buchung zwar tatsächlich erfolgte, der Golfclub den Betreiber des Portals jedoch weder zur Vergabe von Startzeiten noch zum Inkasso des Greenfee ermächtigt hatte.

Der Betreiber der Website www.teeontime.com wurde zwischenzeitlich von der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V. abgemahnt und hat sich verpflichtet, keine Buchungen von Startzeiten auf Golfplätzen entgegenzunehmen, wenn eine Ermächtigung des Golfplatzbetreibers hierzu nicht gegeben ist.

## Abbildung des DGV-Ausweises durch kommerzielle Vermittlungsagenturen

Wie in der DGV-Info 4/2008 angekündigt, geht der DGV gegen die unbefugte Abbildung des DGV-Ausweises bei der Vermittlung von Spielrechten durch professionelle Agenturen vor. Nach den geltenden Verbandsregularien ist das Recht zur Verwendung des DGV-Logos im Rahmen der Bewerbung von Mitgliedschaften und Spielrechten bewusst nur den DGV-Mitgliedern gestattet.

Der DGV hat zwischenzeitlich eine Reihe von Vermittlungsagenturen zur Unterlassung aufgefordert. Die Agenturen haben die Ansprüche des DGV bisher ausnahmslos anerkannt und sich unter Abgabe einer strafbewährten Unterlassungserklärung verpflichtet, zukünftig weder mit dem DGV-Ausweis noch mit dem DGV-Logo im geschäftlichen Verkehr zu werben. Der DGV wird den eingeschlagenen Weg fortsetzen und auch weiterhin gegen die unbefugte Abbildung des DGV-Ausweises vorgehen.

## Vergütung der Vorstandstätigkeit: Frist für notwendige Satzungsregelung verlängert

In der DGV-Info 3/2009 hat der DGV in dem Artikel „Klarstellungen zum Steuerfreibetrag für Vereinsvorstände (Ehrenamts-pauschale)“ ausführlich über die Voraussetzungen einer Vergütung der Vorstandstätigkeit, insbesondere über die Notwendigkeit einer entsprechenden Satzungsregelung, informiert. Mit Schreiben vom 14. Oktober 2009 (IV C 4 – S 2121/07/0010) hat das Bundesministerium der Finanzen (BMF) die Frist, bis zu deren Ablauf die notwendigen Satzungsanpassungen unbe-

dingt vorzunehmen sind, nochmals um ein Jahr bis zum 31. Dezember 2010 verlängert.

Die genauen Ausführungen sind der DGV-Info 3/2009 zu entnehmen. Beide BMF-Schreiben vom 22. April 2009 (IV C 4 S 2121/07/0010) und vom 14. Oktober 2009 (IV C 4 – S 2121/07/0010) können kostenlos beim DGV angefordert werden.

*BMF-Schreiben: Sabine Rubner, rubner@dgv.golf.de*

## DGV schließt Rahmenvertrag zur betrieblichen Altersversorgung

Der DGV hat für seine Mitglieder einen Rahmenvertrag zur betrieblichen Altersversorgung über die Funk Gruppe geschlossen. Damit besteht die Möglichkeit, für die Mitarbeiter eine Altersversorgung zu Vorzugskonditionen aufzubauen. Die Funk Gruppe ist Deutschlands größter eigenständiger Versicherungsmakler, mit dem der DGV auch schon in anderen Versicherungsfragen zusammenarbeitet.

- Senkung der Lohnnebenkosten
- geringer Verwaltungsaufwand
- keine Auswirkung auf die Unternehmensbilanz
- Erfüllung der gesetzlichen Verpflichtung einer Entgeltumwandlung
- Rechtssicherheit durch Erfüllung der Kriterien des neuen VVG

sowie aus der Sicht der Arbeitnehmer:

- Beitragsvorteil durch rabattierten Rahmenvertrag des DGV
- geringer finanzieller Aufwand wegen Steuer- und Sozialversicherungsersparnis
- Maximalgarantie von Anfang an (mindestens eingezahlte Beiträge + 20 Prozent im Todesfall)
- ungezillmerter Tarif\*, dadurch höheres Vertragsguthaben von Anfang an
- Höchststandsgarantie, Kapitalaufbau ohne „Absturzgefahr“.

Die Mitglieder des DGV werden demnächst von der Funk Gruppe ausführliches Informationsmaterial zum Thema erhalten.

*Funk Gruppe, Herr Michel, Tel. 040/35 914 314*

Seit dem 1. Januar 2002 haben Arbeitnehmer einen einklagbaren Rechtsanspruch auf Umwandlung von Entgeltbestandteilen in eine betriebliche Altersversorgung. Dies bedeutet für den Arbeitgeber, dass er eine arbeitnehmerfinanzierte betriebliche Altersversorgung anbieten muss, wobei der Arbeitgeber aber die freie Wahl des Partners hat, über den er die Versorgung durchführen möchte. Der Anspruch auf eine betriebliche Altersversorgung durch Entgeltumwandlung ist im § 1 a des Gesetzes zur Verbesserung der betrieblichen Altersversorgung (BetrAVG) verankert. Die Vorteile des abgeschlossenen Rahmenvertrages zwischen DGV und Funk Gruppe sind aus der Sicht der Arbeitgeber:

\* Zillmerung:

*Deckungskapital-Berechnungsformel der traditionellen Versicherungsmathematik.*

*(Quelle: Wikipedia.de)*



## Produktion gestartet: DGV-Ausweis 2010



Seit der letzten Novemberwoche läuft die Produktion der DGV-Ausweise und der DGV-Ausweise<sup>plus</sup> für die Saison 2010 auf Hochtour – und zwar im Wochenrhythmus. Annahmeschluss für die jeweilige Wochenproduktion ist dienstags 12 Uhr. Die Auslieferung erfolgt noch in der gleichen Woche.

Wenn Sie für die Saison 2010 mit Ihrem Golfclub an der freiwilligen Kennzeichnung der DGV-Ausweise teilnehmen möchten, bisher aber keine Vereinbarung mit dem DGV besteht, reicht es, wenn Sie das entsprechende Formular vor der ersten Bestellung der DGV-Ausweise 2010 an den DGV senden. Die Teilnahme Ihres Clubs wird dann im Intranet-Informationssystem (IIS) angezeigt und ist im golfguide von [golf.de](http://golf.de) einsehbar.

Statt des bisher üblichen DGV-Ausweises mit Magnetstreifen können Mitglieder auch wieder den DGV-Ausweis<sup>plus</sup> bestellen. Dieses ist ebenfalls gleich vor der ersten Bestellung beim DGV anzumelden. Die Reservierung für die Saison 2010 ist aus juristischen Gründen auch für die DGV-Mitglieder notwendig, die den DGV-Ausweis<sup>plus</sup> bereits im Jahr 2009 eingesetzt haben.

Der Versand der DGV-Ausweise an die Clubs erfolgt in einer leicht veränderten Scheckhülle. Die Karte ist auf einem personalisierten Kartenträger (persönliche Anrede mit Titel, Vorname und Nachname, ausgebender Club) aufgespendet und damit nicht mehr im Fenster der Scheckhülle sichtbar. Mit dieser Änderung folgt der DGV einer Vorgabe seines Datenschutzbeauftragten, die Service-Nummer der Golfspieler nicht von außen sichtbar zu zeigen. Weitergehende Informationen stehen im DGV-Rundschreiben 22/2009 und im Internet zur Verfügung.

## Effektiv mit dem DGV-Ausweis<sup>plus</sup>



Der DGV-Ausweis<sup>plus</sup> mit integriertem kontaktlosem Chip, wird bereits in über 120 Golfanlagen eingesetzt, und über 30 weitere Reservierungen liegen vor. Die innovative Chip-Technologie ermöglicht beispielsweise die bargeldlose Bedienung von Ballautomaten, differenzierte Zutrittslösungen für Caddyhalle und Clubhaus sowie eine organisatorische Einbindung der Gastronomie und Hotellerie. Darüber hinaus ist der DGV-Ausweis<sup>plus</sup> auch als Management-Werkzeug einsetzbar, zum Beispiel bei der Mitarbeiter-Zeiterfassung. Clubvorstand, Management und Sekretariat werden durch ihn darin unterstützt, die Abläufe auf einer Golfanlage effektiver und kostengünstiger zu organisieren.

Um den Golfanlagen ein möglichst breit gefächertes Angebot an Einsatzmöglichkeiten zu bieten, hat der DGV bereits mit vielen Anbietern Verträge zur Nutzung der DGV-Ausweis<sup>plus</sup> geschlossen. Eine Liste dieser Anbieter ist auf der DGV-Website abrufbar. Hier findet man neben den bekannten Herstellern der Club-Verwaltungssysteme (Albatros, PC Caddie), auch Unternehmen aus den Bereichen Lesegeräte, Schließsysteme, Zutrittskontrollen, Zeiterfassung, SB-Terminals, Ballautomaten, Kassenslösungen und sonstigem Karten-Zubehör. Die Anbieterliste wächst stetig und ist mit der Duchell GmbH um einen „Global Player“ reicher geworden: Zeichnet sich das Unternehmen doch als exklusiver Deutschland-Lieferant für Produkte der schwedischen Firma Range-Servant aus. Duchell hat das zukunftsweisende Range-Servant-Select-Lite, ein Zahlungssystem für Ballautomaten, erstmals auf der Messe Golf Europe 2009 vorgestellt. Die Ballautomaten können hierfür bereits ab Werk mit einer DGV-Ausweis<sup>plus</sup>-tauglichen Lesereinheit ausgerüstet werden.

## Ausweiskennzeichnung: Erfahrungen und Empfehlungen



Auf dem DGV-Verbandstag 2008 wurde von den Mitgliedern mehrheitlich die neue freiwillige Kennzeichnung der DGV-Ausweise mittels Hologrammen ab der Saison 2009 beschlossen. Dadurch verfügen DGV-Mitglieder über ein Instrument, um Gastspieler besser einzuordnen, und über eine objektive Basis zur Gestaltung einer aktiven Greenfee-Politik.

Inzwischen nehmen über 500 Golfanlagen an dem System teil und für die Saison 2010 liegen bereits zahlreiche zusätzliche unterzeichnete Vereinbarungen vor. Alle teilnehmenden Clubs werden in einer Datenbank erfasst – die Kartenproduzenten erhalten nur die Informationen, die zur Aufspendung der Hologramme wirklich nötig sind. Die Sekretariate bestellen wie gewohnt die DGV-Ausweise und erhalten diese automatisch entsprechend gekennzeichnet. Den Clubs entstehen durch die Teilnahme keine zusätzlichen Kosten.

Mit der Vereinbarung zur Teilnahme an der freiwilligen Kennzeichnung der DGV-Ausweise versichert das DGV-Mitglied, dass nur korrekte und den Tatsachen entsprechende Informationen an das DGV-Intranet übermittelt werden. Wenn ein Club gegen eine Regelung dieser Vereinbarung verstößt, kann eine fristlose Kündigung durch den DGV erfolgen. Dies war in der Saison 2009 einmal der Fall.

Auf den Golfanlagen hat die neue Ausweiskennzeichnung unterschiedliche Reaktionen hervorgerufen. Viele Golfer sind glücklich und stolz, wenn sie einen DGV-Ausweis mit goldenem R/V-S-Hologramm vorzeigen können und dadurch bessere Greenfee-Konditionen oder den Vorzug bei Startzeiten erhalten. Manche Spieler wundern sich allerdings auch über Fragen





in anderen Clubsekretariaten, weil sie vom eigenen Club nicht über die Kennzeichnung und ihre Bedeutung informiert wurden. Für diese Spieler wird es vor allem dann ärgerlich, wenn das gastgebende Sekretariat schlecht geschult ist und bei einem silbernen R-Hologramm fragt, ob der Inhaber vielleicht seinen Clubbeitrag noch nicht bezahlt habe.

Hier zeigt sich, dass es mit der Kennzeichnung der Ausweise alleine nicht getan ist. Die Entscheider in den Golfclubs müssen die von der Golfanlage gewünschten Regelungen mit den eigenen Sekretariatsmitarbeitern besprechen, damit diese als kompetente Ansprechpartner den Gastspielern die Preisgestaltung kommunizieren und begründen können. Es muss im Club nachvollziehbar festgelegt werden, wie in bestimmten Situationen reagiert werden soll. Dabei findet eine Preispolitik bei Gastspielern eher Akzeptanz, die mit einer Bonus-Regelung (R/vS-Ausweisinhaber bekommt Greenfee-Rabatt), statt einer Malus-Regelung (ohne Kennzeichnung Preisaufschlag) einhergeht. Außerdem sollte differenziert geregelt werden, wie mit ausländischen Mitgliedschaften (zum Beispiel britischer Staatsbürger oder nur billige Fern-Mitgliedschaft in England) im Vergleich mit einem DGV-Ausweis ohne Hologramm umgegangen werden soll.

Mit der Preispolitik einer Golfanlage sollte der Gastspieler auch nicht erst im Clubhaus konfrontiert werden. Das ist vor allem bei den Golfanlagen wichtig, auf denen ein Golfer aufgrund einer fehlenden Kennzeichnung gar nicht oder nur zu bestimmten Zeiten spielen darf und diese Regelung auch anreisende Gruppen betrifft. Diese wichtige Information kann bereits Bestandteil der clubeigenen Website und des Golfguide auf [www.golf.de](http://www.golf.de) sein. Dort pflegt der Club selbst die Preise und Konditionen über das Intranet-Informationssystem ein.

DGV-Mitglieder nutzen die Ausweiskennzeichnung, um die eigenen Voll-Mitgliedschaften besser zu vermarkten. Wer sich im Club für eine höherwertige, volle Mitgliedschaft entscheidet, bekommt den DGV-Ausweis mit goldenem R/vS-Hologramm ausgehändigt und genießt damit auf vielen gastgebenden Anlagen den rabattierten Greenfee-Preis. Das kann sich für den Club (Mitgliedsbeiträge) und für den Spieler (Mitgliedsbeitrag und Greenfee-Ausgaben) rechnen.

Wenn die freiwillige Kennzeichnung der DGV-Ausweise von den Golfanlagen weiterhin richtig begleitet wird, dann schafft sie auch die von den Verbandstagsdelegierten gewünschte Transparenz bei den

Spielrechten der Gastspieler. Ein weiterer Effekt kann dann auch die angestrebte Verbesserung der Einnahmesituation der Golfclubs sein.

Weitere Stimmen und Erfahrungen zur Ausweiskennzeichnung sind im Internet einsehbar.

[www.golf.de/dgv/ausweis](http://www.golf.de/dgv/ausweis)  
Oliver Falch, [falch@dgv.golf.de](mailto:falch@dgv.golf.de)

### DGV-Intranet: informieren & steuern – CVS-Hersteller mit dabei

Die Seminare „DGV-Intranet – informieren & steuern“ werden 2009/2010 erstmals in Zusammenarbeit mit den Herstellern der Club-Verwaltungs-Systeme (CVS) Albatros und PC Caddie angeboten. Mitarbeiter des DGVIT-Teams sind als Co-Referenten eingebunden. Eine zeit- und kostensparende Gelegenheit für alle Angesprochenen, sich über die Entwicklung und die Handhabung von CVS und DGV-Intranet zu informieren.

Eine zusätzliche Seminarreihe zu strategischen Fragen sowie aktuellen Themen der Informationstechnologie und deren Bedeutung für die Clubs startet Anfang 2010. Hier wird es neben den Schwerpunktthemen: Verwendung des DGV-Ausweises auf Golfanlagen, Management-Tools als Entscheidungshilfe, Datenschutz – best practice, zielgerichtete Außendarstellung sowie Services über das Internet, wieder jede Menge „news you can use“ geben. Wir freuen uns auf Ihre rege Teilnahme!

Albatros:  
[www.albatros.net](http://www.albatros.net)  
[support@albatros.net](mailto:support@albatros.net)

PC Caddie:  
[www.pccaddie.de](http://www.pccaddie.de)  
[support@pccaddie.com](mailto:support@pccaddie.com)

DGV:  
Oliver Falch, [falch@dgv.golf.de](mailto:falch@dgv.golf.de)  
Steffen Kautz, [kautz@dgv.golf.de](mailto:kautz@dgv.golf.de)

## EU-Pflanzenschutzrichtlinie – von der Theorie zur Praxis

### Initiativen für eine praxisorientierte Umsetzung der EU-Pflanzenschutzrichtlinie

Jetzt ist es amtlich: Künftig werden in der EU strengere Vorschriften für den Pflanzenschutzmittel-Einsatz gelten. Bis 2011 müssen die EU-Mitgliedsstaaten die neuen Vorschriften für die Ausbringung von Pflanzenschutzmitteln in nationales Recht umsetzen. Die Regelungen sollen noch vor Jahresende in Kraft treten. Dann werden für die Hersteller von Pflanzenschutzmitteln über mehrere Jahre hinweg stufenweise strengere Anforderungen an ihre Produktpalette gestellt. Dies bedeutet, dass sich auch in Deutschland die Rechtsgrundlagen für den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln ändern werden. Davon betroffen ist auch die Golfplatzpflege.

Damit die neuen Regelungen sowohl für die Umwelt als auch für die Funktionalität von Sportrasenflächen verträglich umgesetzt werden, hat der DGV vor einem Jahr den Arbeitskreis Pflanzenschutz gegründet. Sein Ziel ist eine umfassende Bearbeitung der Thematik Pflanzenschutz auf Golfanlagen. Dazu zählen

- Grundlagenermittlung, wie oft und auf welche Art Pflanzenschutzmaßnahmen auf Golfplatzflächen stattfinden
- Bewertung und Begleitung der rechtlichen Umsetzung in Zusammenarbeit mit dem zuständigen Bundesministerium
- Lobbyarbeit für die Wahrnehmung des öffentlichen Nutzens von Sportrasenflächen
- Aufklärung und Information der Anwender (Greenkeeper), der Verant-

wortlichen (Golfclub-Vorstände) und der Sporttreibenden (Golfer) über die veränderten Rahmenbedingungen

- Entwicklung und Erprobung von Alternativen zum chemischen Pflanzenschutz
- Initiierung einer Interessengemeinschaft Sportrasen (IG-Sportrasen).

Beim ersten Treffen der IG-Sportrasen Anfang Oktober 2009 in Frankfurt/Main vereinbarte man, gemeinsam spezifische Leitlinien für einen integrierten Pflanzenschutz auf Sportrasenflächen zu entwickeln und die Öffentlichkeit über den gesellschaftlichen Wert der Kultur Rasen zu informieren. Dieser Interessengemeinschaft gehören neben Spezialisten für fachliche und rechtliche Pflanzenschutzfragen folgende Verbände und Institutionen an:

- Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau (BGL)
- DEULA-Bildungszentren Rheinland und Bayern
- Deutscher Fußball-Bund (DFB)
- Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB)
- Deutscher Golf Verband (DGV)
- Deutsche Rasengesellschaft (DRG)
- Deutscher Rollrasen Verband (DRV)
- Greenkeeper Verband Deutschland (GVD)
- Industrieverband Agrar (IVA)
- Rasen-Fachstelle der Universität Hohenheim (RFH).

### Pflanzenschutzmitteleinsatz ... und wie handhabt es Ihr Club?

Der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln auf Golfanlagen unterlag bislang strengen Vorschriften.

Dazu zählt

- die Führung eines Sachkundenachweises durch den Anwender
- der Spritzen-TÜV (Kontrolle der Feldspritzgeräte)
- das Tagebuch für Pflanzenschutzmitteleinsätze
- die vorschriftsmäßige Lagerung von Pflanzenschutzmitteln
- der ausschließliche Einsatz von zugelassenen und genehmigten Pflanzenschutzmitteln.

Weitere Auskünfte gibt das Merkblatt Pflanzenschutzmitteleinsatz auf Golfanlagen, das im Infoservice auf der DGV-Website abzurufen ist. Jede Frage zu Vorbeugung, Diagnose und Behandlung von Pflanzenkrankheiten beziehungsweise einer Unkraut- oder Insektenproblematik wird gerne vom DGV-Arbeitskreis Pflanzenschutz beantwortet.

[www.golf.de/infoservice](http://www.golf.de/infoservice)

Marc Biber

[biber@dgv.golf.de](mailto:biber@dgv.golf.de)



Entwickeln gemeinsam Leitlinien für einen integrierten Pflanzenschutz auf Sportrasenflächen: die Vertreter der Sport- und Fachverbände (v.l.n.r.): Dr. K. Müller-Beck (DRG), Dr. W. Prämassing (DEULA), H. Kleiner (GVD), Prof. B. Böhmer, Freiherr A. Knigge (DRV), Dr. G. Lung, W. Hink (DFB)

## Dezember 2009 bis März 2010

Anmeldung auch unter  
[www.golf.de/dgv/seminarplaner](http://www.golf.de/dgv/seminarplaner).  
Hier gibt's Details und weitere Termine.  
Online angemeldete Teilnehmer  
von DGV-Seminaren  
sparen 20 Euro Seminargebühr.

Datum	Thema	Veranstaltungsort
30.11.2009 – 17.03.2010	Ausbildung zum Golfsekretär (DGV) GS 1 bis GS 5	Sporthotel Grünberg
11.12. – 12.12.2009	A-/B-Trainerfortbildung: „Kommunikation und Konfliktmanagement bei der Betreuung von Einzelspielern und Mannschaften im Golfsport“	Sportschule Oberhaching
14.12. – 16.12.2009	Führungsgrundlagen im Golfclubsekretariat zielorientiert einsetzen (GS 3)	Sporthotel Grünberg
14.12. – 16.12.2009	Erfolgreiches Management von Golfplatz und Spielbetrieb (GB 1)	Sporthotel Grünberg
14.12.2009 – 18.03.2010	Ausbildung zum Golfbetriebswirt (DGV) GB 1 bis GB 6	Sporthotel Grünberg
17.12. – 19.12.2009	Schriftverkehr und Datenverarbeitung im Golfclub professionell durchführen (GS 4)	Sporthotel Grünberg
17.12. – 19.12.2009	Zielorientierte Personalführung und positive Außenwirkung (GS 2)	Sporthotel Grünberg
11.01. – 13.01.2010	Säulen der erfolgreichen Organisation des Golfplatzes und Spielbetriebs (GS 1)	Sporthotel Grünberg
11.01. – 17.03.2010	Ausbildung zum Golfsekretär (DGV) GS 1 bis GS 5	Sporthotel Grünberg
14.01. – 16.01.2010	Wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit und positive Außenwirkung (GS 2)	Sporthotel Grünberg
18. – 19.01.10	PC CADDIE – Basis-Seminar Mitglieder & Turniere	Golf in Achim, Achim
18. – 20.01.10	PC CADDIE – Aufbau-Seminar Frontoffice & Backoffice	Golf in Achim, Achim
20.01.2010	ALBATROS – Kunden/Mitgliederverwaltung – Kommunikation und DGV-Intranet	Steigenberger Airport Hotel Frankfurt
21.01.2010	ALBATROS – Turniere/Wettspiele	Steigenberger Airport Hotel Frankfurt
25.01. – 30.01.2010	Kaufmännische Steuerungsinstrumente richtig anwenden und nutzen (GB 3)	Sporthotel Grünberg
01.02. – 03.02.2010	Führungsgrundlagen im Golfclubsekretariat zielorientiert einsetzen (GS 3)	Sporthotel Grünberg
03.02.2010	ALBATROS – Kunden/Mitgliederverwaltung –	Hotel Crowne Plaza, Hannover
04.02.2010	ALBATROS – Turniere/Wettspiele	Hotel Crowne Plaza, Hannover
04.02. – 06.02.2010	Schriftverkehr und Datenverarbeitung im Golfclub professionell durchführen (GS 4)	Sporthotel Grünberg
05.02.2010	Satzung – Haftung – Verantwortung	Frankfurt
06.02.2010	Die Besteuerung von Golfanlagen	Frankfurt
22. – 24.02.10	Professioneller Umgang mit Rechtsfragen (GB 4)	Sporthotel Grünberg
22.02. – 24.02.2010	Strategien mit Instrumenten aus Öffentlichkeitsarbeit und Marketing überzeugend umsetzen (GB 5)	Sporthotel Grünberg
24.02.2010	ALBATROS – Kunden/Mitgliederverwaltung – Kommunikation und DGV-Intranet	Hotel Angelo, München
25.02.2010	ALBATROS – Turniere/Wettspiele (Albatros-Schulung)	Hotel Angelo, München
25.02.2010	Informationstechnik für Führungskräfte auf Golfanlagen	Golf-Lounge Hamburg
26.02. – 27.02.2010	Regelgerechter Spielbetrieb	Hannover
02.03.2010	Informationstechnik für Führungskräfte auf Golfanlagen	GC Bergisch Land
09.03.2010	Informationstechnik für Führungskräfte auf Golfanlagen	GC Ingolstadt
12.03. – 13.03.2010	Regelgerechter Spielbetrieb	Mannheim

## DGV gibt Verbandskooperation ein Gesicht

Immer häufiger profitiert der Golfsport in Deutschland davon, dass die maßgebenden Verbände eng kooperieren. So fördern Deutscher Golf Verband (DGV), Professional Golfers Association of Germany (PGA), Golf Management Verband Deutschland (GMVD) und Greenkeeper Verband Deutschland (GVD) bereits seit längerer Zeit den Golfsport gezielt durch enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit bei Projekten, Initiativen sowie Ausbildungs- und Seminarangeboten. Zu den erfolgreichen Kooperationen zählen

„Wir bewegen Golf!“ fassen sie die vielfältigen Aktivitäten in jeweils wechselnden Kooperationen zusammen. Ein aufmerksamkeitsstarkes Logo, verbunden mit dem Slogan „Wir bewegen Golf!“, wird die gemeinsamen Projekte zukünftig begleiten.

Damit wird für alle relevanten Gruppen im deutschen Golf erkennbar, dass positive Anstöße zur zukunftsgerichteten Entwicklung des Golfsports vor allem dann erreicht werden,



zum Beispiel: Golf-Erlebnistag, Marketing-Seminare, Golf und Natur, Trainerausbildung sowie die mit großem Interesse verfolgte Bewerbung um den Ryder Cup 2018. DGV, PGA, GMVD und GVD geben dieser konstruktiven Zusammenarbeit nun ein Gesicht: Unter der Dachmarke

wenn starke Partner sich gemeinsame Ziele setzen und diese in fruchtbarer Zusammenarbeit nachhaltig verfolgen. Über Einzelheiten, insbesondere die bereits bestehenden Kooperationen, informieren die beteiligten Verbände auf ihren Internetseiten. Schauen Sie einfach mal hinein.

## Strukturänderungs-Beratungen im DGV in der zweiten Phase – Lenkungsgremium gebildet

Um auch in Zukunft zielgerichtet und effizient zum Wohle des Golfsports zu agieren, startete der DGV 2008 mit einer umfassenden Modernisierung seiner Strukturen. Bereits Anfang 2009 legte der vom Präsidium eingesetzte Ausschuss „Strategie und Struktur“ die Ergebnisse seiner Beratungen vor und präsentierte sie im Frühjahr auf dem Hearing zum Verbandstag den DGV-Mitgliedern. Nach umfassender Diskussion der Empfehlungen zwischen DGV-Präsidium und der Präsidenten der Landesgolfverbände werden derzeit wichtige Aspekte, nämlich: die Neustrukturierung der Führungsstruktur im DGV und die Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Golf Verband und den Landesgolfverbänden, in zwei Teams

eingehend beraten. Das Präsidium wird diese Ergebnisse und weitere Aspekte dann in Empfehlungen für die DGV-Mitglieder formulieren.

Um die Arbeit der Beratungsteams konsequent und systematisch zu begleiten und alle inhaltlichen Fragen so zu bündeln und transparent darzustellen, dass sie von den DGV-Mitgliedern ausführlich diskutiert werden können, hat das Präsidium zur Steuerung der nun beginnenden zweiten Phase der Strukturänderungs-Beratungen ein Lenkungsgremium gebildet. Diesem gehören Dr. Wolfgang Scheuer, Hans Joachim Nothelfer, Dieter Dunkerbeck und Norbert Löhlein an.

## Aufgeteet

### Grundwissen für Golfentdecker auch 2010 bestellbar



Druckpartner, der Firma odd print + medien, wird es

Golfspielen beginnt im Kopf. Und weil immer mehr Golfbegeisterte in Deutschland wissen wollen, wie der Ball rollt, ist das Interesse an der informativen Broschüre ungebremst. Über 250 Golfclubs und Anlagenbetreiber hatten in den vergangenen zwei Jahren das DGV-Angebot genutzt und über 120.000 Exemplare bestellt. Wobei zwei Drittel der Clubs die Variante mit individueller Umschlaggestaltung präferierten. Gemeinsam mit dem DGV-

aufgrund der großen Nachfrage für die kommende Saison eine neue Bestellrunde geben, über die wir Sie rechtzeitig vor Saisonbeginn informieren.

### DGV-Abteilung Kommunikation mit neuer Manpower

Seit Mitte August 2009 unterstützt Christian Göttker das Team in der Öffentlichkeitsarbeit für den DGV. Als Online-Redakteur ist er schwerpunktmäßig für die Pflege und Weiterentwicklung der Verbandswebsite [www.golf.de/dgv](http://www.golf.de/dgv) zuständig.

Gleichzeitig bringt er seine journalistische Erfahrung und sein textliches Know-how in die Arbeit der internen und externen Kommunikation ein.



*[gottker@dgv.golf.de](mailto:gottker@dgv.golf.de)  
Telefon 06 11 – 9 90 20 153*

### Städtetour bewegt mit Golf

In 14 deutschen Innenstädten sind in diesem Sommer die Golfbälle geflogen. Um Neugierigen die Gelegenheit zu geben, einmal ganz unverbindlich das Golfspielen auszuprobieren, hat sich der DGV in diesem Jahr zum zweiten Mal an der Städtetour „Deutschland bewegt sich!“, initiiert von der Barmer, Bild am Sonntag und dem ZDF, beteiligt. Am DGV-Stand trafen sich mehr als 10.000 begeisterte Golf-Newcomer aller Generationen, teeten auf, holten Schwung oder putteten auf der voll ausgelasteten Aktionsfläche.

Schon vor dem großen Finale der Städtetour in Saarbrücken stand fest, dass die Initiative auch in diesem Jahr wieder ein großer Erfolg war. Nach 13 von 14 deutschlandweiten Aktionen hatten die Organisatoren bereits über 500.000 Besucher gezählt. Die Abschlussveranstaltung – eingebettet in die Feierlichkeiten anlässlich des Tags der Deutschen Einheit – konnte dieses Ergebnis sogar toppen: Noch einmal waren es rund 500.000 Besucher,

die an den beiden Veranstaltungstagen in der saarländischen Hauptstadt auf Kunstrasen zum Schläger griffen.

Wie in den anderen Städten zuvor putteten auch in Saarbrücken begeisterte Kids, Familien und die „Generation 50+“ und schnupperten auf der perfekt mit Profi-Equipment von DGV-Sponsor Nike ausgestatteten Aktionsfläche des DGV echte Golferluft: beim Abschlagen in zwei Abschlagskäfigen und beim Putten auf dem Green. Für viele war es der erste Kontakt mit dem Golfsport überhaupt. Der Funke sprang über – die Faszination war spürbar und die Einsteiger-Broschüre war stark gefragt. Viele Besucher wird man in der kommenden Saison sicher zum Schnupperkurs auf einer Golfanlage wiedertreffen. Dann werden auch die zehn 100-Euro-Gutscheine eingelöst, die im Rahmen eines Gewinnspiels vom DGV verlost wurden: in einem DGV-Mitgliedsclub gegen einen Schnupper- oder Platzreife-Kurs sowie als Teilfinanzierung für die Mitgliedschaft in einem Golfclub nach Wahl.

## Sponsoren-News you can use

### Stehen gut da: Pop-up-Banners

Mit einem durchweg positiven Fazit kommt der DGV-Partner Pop-up-Banners von der Messe Golf Europe zurück. Die leichten und robusten Werbebanner der britischen Firma, die mittlerweile auch in Deutschland ansässig ist, werden bei Golfclubs und Betreibergesellschaften immer beliebter. Wen wundert es: Sind sie doch ganz einfach in 30 Sekunden aufgestellt. Für DGV-Mitglieder bestehen weiterhin Sonderkonditionen in Höhe von 25 Prozent auf alle Banner.

[www.pop-upbanners.com](http://www.pop-upbanners.com)

Larissa Dickinson, Tel. 01 71-6 88 12 08

[larissa@pop-upbanners.com](mailto:larissa@pop-upbanners.com)



### Bitte vormerken: die Deutschen Golfplatztage 2010

Die GaLaBau, 19. Internationale Fachmesse Urbanes Grün und Freiräume in Nürnberg, findet vom 15. bis 18. September 2010 wieder gemeinsam mit den Deutschen Golfplatztagen statt. Auf diesem wichtigen Messeforum präsentieren sich führende Firmen und Verbände aus den Bereichen Bau, Pflege und Management von Golfanlagen. Gleich Termin eintragen!

[www.golfkongress.de](http://www.golfkongress.de)



## GaLaBau 2010

### Klingt gut: XOUNTS®

der neue, soundstarke Partner der DGS

Die Deutsche Golf Sport GmbH (DGS) arbeitet in Zukunft mit dem innovativen Soundsystemhersteller XOUNTS® zusammen. Seine Produkte vereinen Sound, Licht und Design in höchster Qualität. Sie sind Klang- und Lichtquellen zugleich. Durch individuelle und auswechselbare „Styles“ sind die kabellosen, mobilen 360°-Stereo-Lautsprecher flexibel einsetzbar. Es wird eine „Golf Edition“ speziell für Golfspieler und -clubs produziert, wobei Golfer und Clubs individuelle „Styles“ zum Thema Golf gestalten können. Auch die kommenden DGV-Turniere werden mit XOUNTS®-Soundsystemen ins rechte Licht gerückt.



[www.xounts.de](http://www.xounts.de)

### Vertragsverlängerung: Gemeinsam am Abschlag – Vodafone und DGV

Der DGV freut sich über eine vorzeitige Vertragsverlängerung mit dem langjährigen Partner Vodafone. Damit ist auch im kommenden Jahr das Engagement des Mobilfunkanbieters im Golfsport gesichert – eine Zusammenarbeit, die bereits seit 2003 existiert. „Gerade in diesen Zeiten ist ein solches Engagement nicht selbstverständlich und somit ein gutes Signal für den Golfmarkt“, meint Nikolaus Peltzer, Geschäftsführer der Deutschen Golf Sport GmbH (DGS), sichtlich erfreut über die Verlängerung.

Vodafone verlängerte nicht nur den Vertrag als Hauptsponsor des DGV und damit seine Präsenz bei den mittlerweile fast 600.000 im DGV organisierten Golfspielern, sondern auch den Agenturauftrag für die bundesweite Turnierserie Vodafone Golf Trophy, bei der die Vodafone-Niederlassungen ihre Geschäftskunden einladen.



## RC 2018 Tour: Ran an die Driver!

Wie bereits in der letzten Ausgabe der DGV-Info berichtet, wird die RC Deutschland GmbH für 2010 mit der RC 2018 Tour ein neues, noch nie dagewesenes Turnierformat starten – unter dem Motto: „Holen Sie sich die Ryder-Cup-Atmosphäre auf Ihre Anlage.“ Das Motto ist Programm und welcher Club möchte für seine Mitglieder nicht ein bisschen Ryder-Cup-Atmosphäre verbreiten?

Das Turnierformat der Serie ähnelt sowohl im Aufbau als auch im Wettspielmodus dem begehrten Cup. Die Idee kommt gut an, denn es liegen bereits zahlreiche Anmeldungen für die Qualifikationsturniere vor, die im Zeitraum vom 15. März bis 15. Juni 2010 ausgetragen werden sollen. Details wurden Ende Oktober an alle DGV-Mitglieder verschickt. Einzige Voraussetzung, ein Turnier der RC 2018 Tour auszurichten: Der veranstaltende Club muss ein so genannter Bekennerclub sein, sich also bereits zum Ryder Cup bekannt haben und die deutsche Bewerbung unterstützen. Wie das geht? Ganz einfach: Reg-

istrieren Sie Ihren Club auf [www.rcdeutschland.de](http://www.rcdeutschland.de) im Bereich Bekennerclubs oder wenden Sie sich einfach direkt an die Geschäftsstelle der RC Deutschland GmbH. Die organisatorische Abwicklung der Turnierserie erfolgt über die Deutsche Golf Sport GmbH. Die RC-Deutschland freut sich, wenn Sie sie durch die Ausrichtung eines Wettspiels der RC 2018 Tour unterstützen, denn nur „Gemeinsam holen wir den Ryder Cup“.

*Bekennerclub: Christian Schunck, [cschunck@rcdeutschland.de](mailto:cschunck@rcdeutschland.de)  
Tel. 0611-990 20 182*

*Turnierserie: Markus Röb, [mr@dgs.golf.de](mailto:mr@dgs.golf.de)  
Tel. 0611-990 20 208*

### Deutscher Kandidat für RC 2018

Eine der wichtigsten Entscheidungen für die Bewerbung um die Austragung des Ryder Cup 2018 in Deutschland steht unmittelbar bevor. Welcher der drei zur Wahl stehenden Kandidaten wird ausgewählt: A-ROSA Resort Scharmützelsee, Golf Valley oder der Wittelsbacher Ausgleichsfonds? Die Bekanntgabe des ausgewählten deutschen Kandidaten erfolgt am 8. Dezember 2009 in Frankfurt am Main und wird anschließend auf der Internetseite [www.golf.de](http://www.golf.de) veröffentlicht.



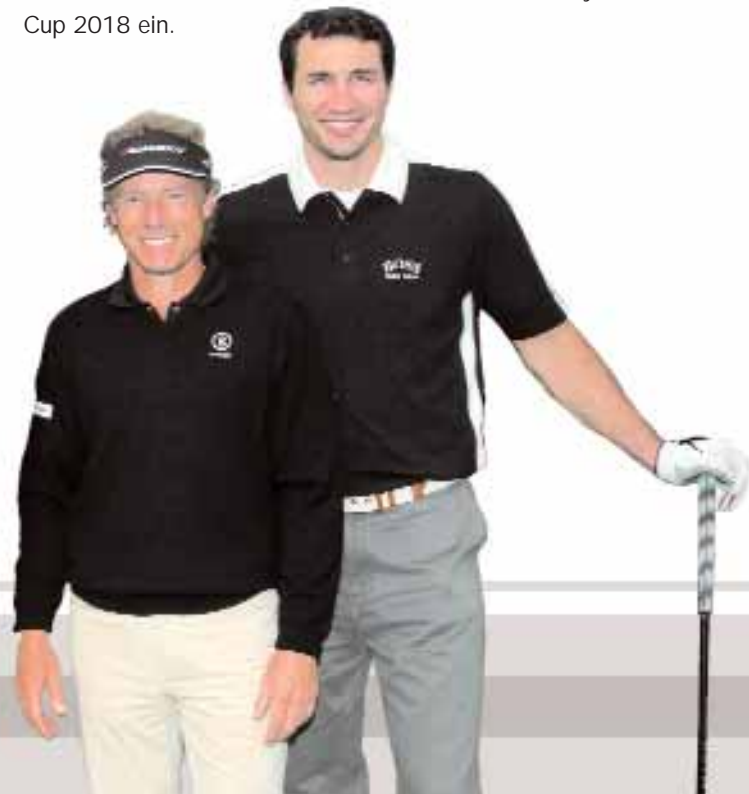
#### Online Shoppen für einen guten Zweck

Bekennen Sie Farbe und tragen Sie den Ryder Cup nach Deutschland! Zum Beispiel mit dem Kauf eines Poloshirts, einer Base-Cap oder des RC-2018-Bagtags.

[www.rcdeutschland.de](http://www.rcdeutschland.de)

### Vom Boxer zum Botschafter

Die deutsche Bewerbung um den Ryder Cup 2018 hat einen neuen, prominenten Fürsprecher: Dr. Wladimir Klitschko macht sich ab sofort als Botschafter stark für die RC Deutschland GmbH. Der 33-jährige Boxweltmeister im Schwergewicht war sofort bereit, dieses Engagement einzugehen: „Ich bin zwar Ukrainer, aber meine großen Erfolge im Sport habe ich in Deutschland errungen. Hier lebe ich seit vielen Jahren und fühle mich zu Hause. Deshalb helfe ich gerne bei den Bemühungen mit, eine so einmalige Veranstaltung wie den Ryder Cup nach Deutschland zu holen!“ Der promovierte Sportwissenschaftler spielt selbst seit rund vier Jahren mit Begeisterung Golf. Dabei nutzt er auch Aufenthalte in den USA, um mit internationalen Spitzentrainern wie Robert Baker zu arbeiten und sich Tipps zu holen. „In meinem Sport bin ich auf Topniveau, im Golf werde ich das aber leider wohl nie schaffen.“ Neben Klitschko setzen sich auch Oliver Kahn und Heiner Brand als Botschafter für den Ryder Cup 2018 ein.

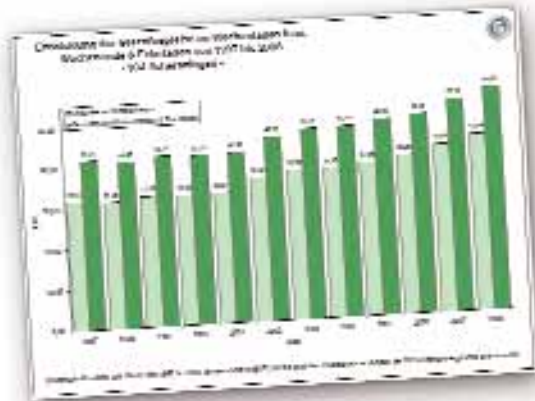


# Geschäftsjahr 2008 erneut ein Rekordjahr

## DGV-Betriebsvergleich: wirtschaftlicher Trend weiter positiv

Das Geschäftsjahr 2008 war für die deutschen Golfanbieter erneut ein Rekordjahr und das beste seit 1997. Der aktuelle Betriebsvergleich des DGV zeigt, dass sich nach der Trendwende im letzten Jahr mit einer erstmaligen Überdeckung der Kosten dieser Trend auch im Jahr 2008 fortgesetzt hat. An dem Vergleich, den der DGV seit mehr als zehn Jahren als Service für seine Mitglieder durchführt, nahmen mit 152 Golfanlagen mehr als zwanzig Prozent aller DGV-Mitglieder teil.

Einem durchschnittlichen Betriebshaushalt von 908.762 Euro standen durchschnittliche Gesamtaufwendungen (ohne Abschreibungen) von 900.471 Euro gegenüber. Die Überdeckung pro Loch bei einer 18-Löcher-Anlage betrug damit 461 Euro. Bei den Gesamteinnahmen konnte die Wachstumsquote aus dem Jahr 2007 mit 1,7 Prozent fast wieder erreicht werden. Im Gegensatz zu den Einnahmesteigerungen steht der fortlaufende negative Trend im Investitionshaushalt – den Einnahmen, die für Investitionen bestimmt sind. Mit 109.371 Euro gesamt liegt der Rückgang im Vergleich zu 2007 bei 6,2 Prozent, einer der höchsten seit Durchführung des DGV-Betriebsvergleichs.



Ein Trend, der sich bereits im Golfbarometer 11/08 angedeutet hatte, wurde nun durch die Ergebnisse des Betriebsvergleichs bestätigt: Die Greenfee-Preise sind sowohl an Werktagen (+5,2 Prozent) als auch an Wochenenden (+4,7 Prozent) deutlich überdurchschnittlich angestiegen. Wochentags erhöhten sich demnach die Spielgebühren um 2,14 Euro auf durchschnittlich 43,64 Euro, an Wochenenden und Feiertagen wurde eine Steigerung um 2,48 Euro auf jetzt 54,83 Euro verzeichnet. Auch die Jahresbeiträge für Erwachsene erhöhten sich, jedoch nur

um 2,4 Prozent. Dies unterstreicht eine mögliche Strategie, neue Golfer in Club-Mitgliedschaften zu binden. Bei 21 Prozent der Mitgliedschaften handelt es sich um eingeschränkte Spielrechte. Trotz eines leichten Rückgangs in den letzten beiden Jahren liegt dieser Anteil nach wie vor auf einem relativ hohen Niveau. Die hohe Bedeutung der flexiblen Mitgliedschaften, wie zum Beispiel Wochentags-, Fern- oder sonstige Greenfee-Mitgliedschaften bei der Gestaltung alternativer Mitgliedschaftsmodelle wird hierdurch noch einmal bestätigt.

Die komplette Auswertung steht ausschließlich den teilnehmenden Golfanlagen zur Verfügung.

## Wo Damen gern abschlagen: HVB Ladies German Open 2010

Die HypoVereinsbank Ladies German Open presented by Audi ist ein absolutes Muss im Turnierkalender der Ladies European Tour-Professionals.

Die dritte Ausgabe dieses hochkarätigen Damenturniers German Open 2010 findet vom 13. bis 16. Mai 2010 wieder im Golfpark Gut Häusern statt. Mit von der Partie werden auch wieder zwei Amateur-Damen sein, die sich im Rahmen einer Qualifikation der Clubmeisterinnen die Teilnahme erspielen konnten: Stephanie Kiefer (G & LC Kronberg) und Nina Birken (GC Mülheim a.d.R.). Über einen Startplatz im ProAm-Turnier 2010 freut sich Katharina von Taeuffenbach (GC Lechfeld). Die Spannung steigt ...

Bitte vormerken:  
HypoVereinsbank  
Ladies German Open  
vom 13. bis 16. Mai 2010

[www.hvbladiesgermanopen.com](http://www.hvbladiesgermanopen.com)



Nikolaus Peltzer (Turnierdirektor) und Julia Stingl (HypoVereinsbank) mit den stolzen Gewinnerinnen Stephanie Kiefer und Nina Birken

Info-Verband

## Deutscher Golf Verband e.V.

Kreuzberger Ring 64 · D-65205 Wiesbaden

Telefon: +49(0)611/990 200 · Telefax: +49(0)611/990 20 170

[www.golf.de/dgv](http://www.golf.de/dgv) · E-Mail: [info@dgv.golf.de](mailto:info@dgv.golf.de)