



## MEIN ANGEBOT

Ich habe mich darauf spezialisiert, Golfanlagen als erfolgreiche Marke zu etablieren. Dabei biete ich Unterstützung und Begleitung bei der Entwicklung der Markenstrategie, bei der Umsetzung konkreter Maßnahmen nach innen und außen sowie beim Controlling der durchgeführten Maßnahmen.



## MARKENBERATUNG FÜR IHRE GOLFFANLAGE

- Markenanalyse
- Entwicklung einer Markenidentität und Markenpositionierung
- Erarbeitung oder Überprüfung der Mission und der Vision
- Überprüfung des Corporate Designs
- Identifizierung von Wachstumsstrategien
- Verankerung der Marke nach innen
- Organisation des Markenmanagements
- Markenerfolgskontrolle
- etc.



## KOMMUNIKATIONSBERATUNG FÜR IHRE GOLFFANLAGE

- Optimierung der Kundenkontaktpunkte im Hinblick auf die Markenpositionierung
- Festlegung von Kommunikationszielen
- Entwicklung von Kommunikationskonzepten, die auf der Markenidentität und der Markenpositionierung aufsetzen
- Begleitung der Umsetzung und Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen
- etc.



## ETABLIEREN SIE IHRE GOLFFANLAGE ALS ERFOLGREICHE MARKE

Immer mehr Unternehmen widmen sich intensiv diesem Thema, denn Investments in die Marke und Markenführung zahlen sich aus. Eine starke Marke schützt die Angebote und Dienstleistungen eines Unternehmens oder einer Golfanlage vor Krisen und Einflüssen der Wettbewerber.

Die tatsächliche Vorgehensweise meiner Markenberatung ist stets individuell und richtet sich immer nach den Gegebenheiten Ihrer Golfanlage.

Weitere Einzelheiten erkläre ich Ihnen gern in einem persönlichen Gespräch.



**Susanne von Zydowitz**  
Strategische Markenberatung  
für Golfanlagen

Brodter Hauptstraße 7  
D-23570 Lübeck

Tel.: +49 (0)4502 77 70 32  
Fax: +49 (0)4502 88 00 26  
Mobil: +49 (0)172 411 65 08

Email: [susanne@vonzydowitz.de](mailto:susanne@vonzydowitz.de)  
Web: [vonzydowitz.de](http://vonzydowitz.de)



**DER WEG ZUR  
„MARKEN-GOLFFANLAGE“**



**SUSANNE VON ZYDOWITZ**  
Strategische Markenberatung für Golfanlagen



## ZUKUNFT DER MARKE IM GOLFSPORT

Golf gehört ab 2016 wieder zu den olympischen Sportdisziplinen. Die Präsenz vor einem Millionenpublikum wird einen positiven Effekt auf die weitere Popularisierung des Golfsports in Deutschland, Österreich und in der Schweiz haben. Auch die Bereitschaft der allgemeinen Bevölkerung, sich intensiver mit dem Thema Golf auseinanderzusetzen, wird sich erhöhen.

Davon profitieren werden hauptsächlich die Golfanlagen, die sich bis dahin mit der Entwicklung der Markenidentität ihrer Anlage befasst haben und durch den Aufbau eines Markenimage ihre Attraktivität gesteigert haben. Eine starke Marke stärkt die Wettbewerbsposition, schafft Differenzierung, Vertrauen und Identifikation.



## ZUNEHMENDE DIGITALISIERUNG DER MEDIEN

Laut einer Studie des Marktforschungsunternehmens GfK gibt es über 50 Millionen Internet-Nutzer, von denen die Hälfte Online-Communities wie z.B. Facebook, diverse Foren oder YouTube nutzen. Über 50 % der Internet-Nutzer bezeichnen Meinungen von anderen Personen im Internet als vertrauenswürdige Informationskanäle.

Meinungen über die eine oder andere Golfanlage werden sicherlich schon im Netz verbreitet und haben ohne Zweifel einen Einfluss auf das Markenimage der Anlage. Golfanlagen, die jetzt mit der Entwicklung Ihrer Markenidentität beginnen, können solchen Trends gelassen entgegensehen, weil Sie Ihre Markenpflege selbst in die Hand nehmen.



## WAS IST EIGENTLICH EINE MARKE?

„Marken sind Vorstellungsbilder in den Köpfen der Anspruchsgruppen, die eine Identifikations- und Differenzierungsfunktion übernehmen und das Wahlverhalten prägen.“

(Keller, 2008; Meffert/Burmann, 1998, S. 81)

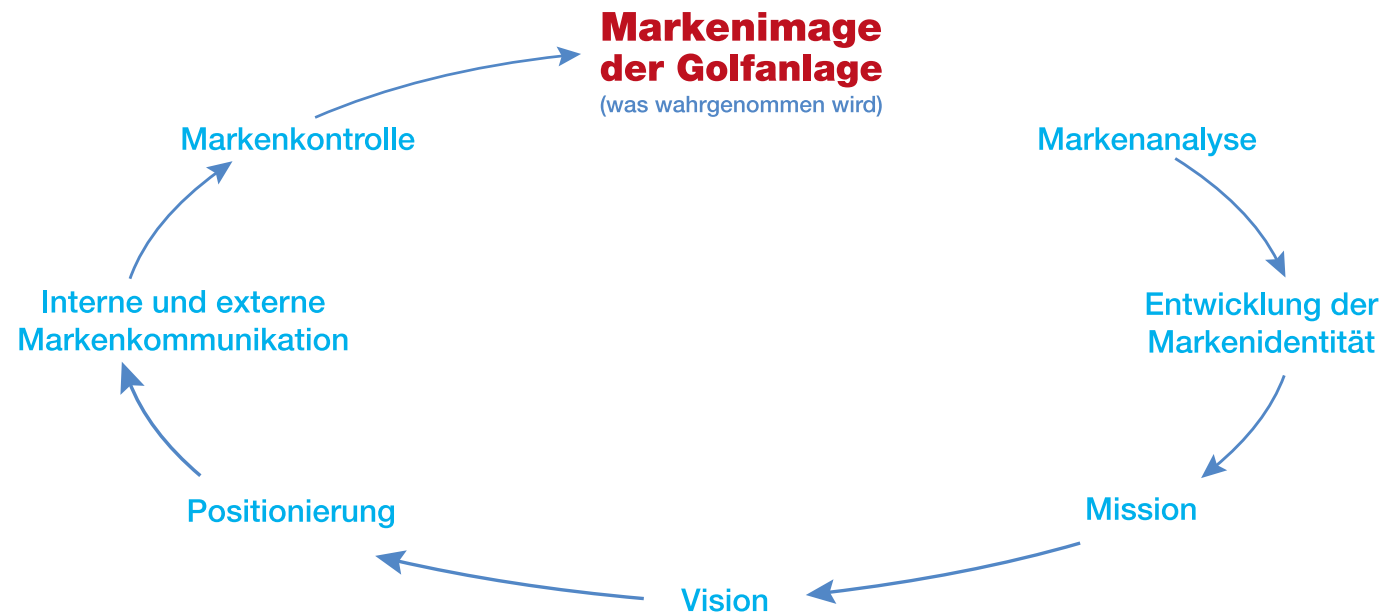
Oder noch plakativer:

„Marke als „the consumer's idea of a product“

(David Ogilvy, 1951)



## EINZELNE SCHRITTE AUF DEM WEG ZUR „MARKEN-GOLFANLAGE“



Hinter den einzelnen Schritten zur Marken-Golfanlage verbergen sich weitere zahlreiche Arbeitsschritte, welche ich bei Bedarf gern erläutere.

