

OPTIMIERUNG VON KUNDENERLEBNIS UND ANLAGENERTRAG

Neue Softwareprodukte für das Golfmanagement

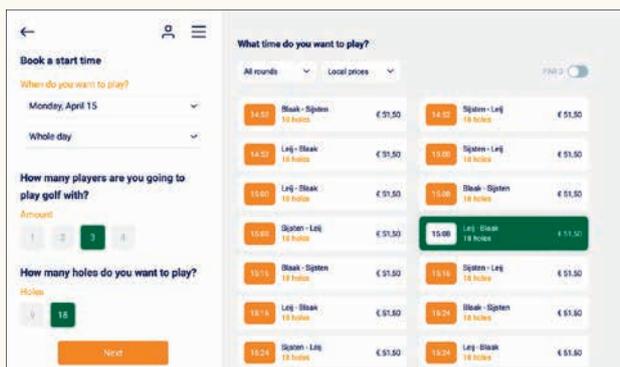
Oft hat man den Eindruck, dass der Markt für Software im Bereich Golfmanagement vergleichsweise statisch sei. Schließlich dominieren seit vielen Jahrzehnten die gleichen Anbieter den Markt. Andererseits sind in den vergangenen Jahren etliche neue Lösungen zur Optimierung von Kundenerlebnis und Anlagenertrag auf dem internationalen Markt veröffentlicht worden, die meisten haben ihren Ursprung außerhalb Europas. Stellvertretend hierfür seien das Pace of Play-Managementsystem Tagmarshal, die Wartelisten-Roboticlösung Noteefy oder das Yield Management-System Pri-Swing genannt, über die der *golftmanager* berichtete (online nachzulesen über die Suchfunktion unter gmkg-online.de). Nun drängen auch in Europa neue Lösungen auf den Markt, interessanterweise kommen viele aus dem Benelux-Raum. Der *golftmanager* stellt diese Produkte nachfolgend kurz vor und schildert zudem anhand von Best Practice-Beispielen, wie diese Lösungen in der Praxis genutzt werden. (alle Abbildungen: Screenshots der jeweiligen Unternehmens-Websites).

Michael Althoff

Startzeitenadministration per Teecontrol

Bart Jansen, CEO von Teecontrol, blickt auf gut 25 Jahre Erfahrung im Softwarebereich zurück. „Die meisten Startzeiten-Systeme wurden vor fast 20 Jahren entwickelt. Wir wollten bewusst auf heutige Tools und Architekturen setzen, um ein völlig neues System zu bauen“, so sein Ziel. Teecontrol möchte mit seiner Lösung den Business Case einer Golfanlage abbilden. Zudem ist es ein international ausgerichtetes System. Bisher sind Niederländisch und Englisch als Sprachen verfügbar, dank moderner Architektur können auch andere Sprachen wie Japanisch oder Deutsch in wenigen Tagen realisiert werden. Die Ausrichtung am Business-Modell erkennt man bei der Abbildung von buchbaren Runden. Hat eine Anlage beispielsweise 27 Spielbahnen, kann Teecontrol diese beliebig zu 18-Löcher-Runden zusammenfassen, eine oft übliche Aufteilung in einer 18- und eine 9-Löcher-Runde ist nicht erforderlich. Auch vom 9-Löcher-Schema abweichende Runden-Kombinationen mit 11 oder 14 Bahnen sind möglich. Ebenso kann Teecontrol unterschiedliche Mitgliedschaftsmodelle für große Golfanlagen differenzieren, beispielsweise für alle Plätze einer Anlage versus einer Kurzplatz-Mitgliedschaft. Beim Pricing bietet das System viel Flexibilität: So können innerhalb einer Sai-

son nochmals spezielle Zeiträume als eigene Preiszone definiert werden. Dadurch lassen sich beispielsweise im Mai-Juni mit vielen Feiertagen lange Wochenenden samt Brückentagen höher bepreisen, ohne dass diese Tage einer anderen Saisonzeit zugeordnet werden müssen. Wer möchte, kann zudem alle Preise als prozentuale Zu- und Abschläge aus einem Basispreis ableiten – oder alle Preise individuell definieren. Alternativ kann das System auch Credits anwenden – vor allem interessant, wenn Rundenkontingente angeboten werden und Runden je nach Wochentag oder Saison einen anderen Wert haben. Auch Wallet-Systeme sind dank moderner Architektur einbindbar. Über die Zuordnung der Buchungen zu Personen können Runden-Kontingente überwacht werden. Wer beispielsweise als Gast maximal fünf Runden pro Jahr spielen darf, kann so keine sechste Runde mehr buchen. Für Reservierungsanfragen (wenn keine Online-Buchung durch den Club freigegeben wurde) können Wunschzeiten definiert werden – wenn beispielsweise bei einem Turnier weniger Anmeldungen eingehen als erwartet, können nicht benötigte Turnier-Startzeiten rasch anderweitig nach Wartelistenprinzip vergeben werden. Natürlich können auch Zusatzleis-



Screenshot Eingabemaske Startzeitensystem Teecontrol.



Screenshot Teecontrol-Reports.

tungen wie Buggies (inklusive Bestandsverwaltung), Leistungsbündel sowie Gutscheine über das System administriert werden. Über eine PWA (progressive web app) haben die Golfer Zugriff auf das System. Diese können festlegen, ob und für wen ihre Startzeiten sichtbar sind oder ob sie Nachrichten empfangen wollen. Der Check-in auf der Golfanlage wird per QR-Code realisiert und kann so auch außerhalb der Sekretariats-Öffnungszeiten erfolgen. Im Bereich Kundendaten pflegt Teecontrol eine enge Partnerschaft mit Golfspot.io. „Das System wird auf der gleichen technischen Architektur umgesetzt wie Teecontrol“, erläutert Jansen die technischen Rahmenbedingungen. Denn neben der Fokussierung auf die

Customer Journey setzt Teecontrol auf Spezialisierung. „Wir wollen ein Spezialist auf unserem Gebiet sein und kein allumfassendes System – so sind wir viel flexibler und leistungsfähiger“, so der CEO. Seit Markteinführung konnte das Unternehmen bereits viele renommierte Golfanlagen als Kunden gewinnen, darunter Bernardus Golf in den Niederlanden und Old Quarry auf Curaçao. Interessant auch das Preismodell: Pro Bahn werden 15 Euro pro Monat fällig, bei Par 3-Plätzen reduziert sich der Preis auf 5 Euro.

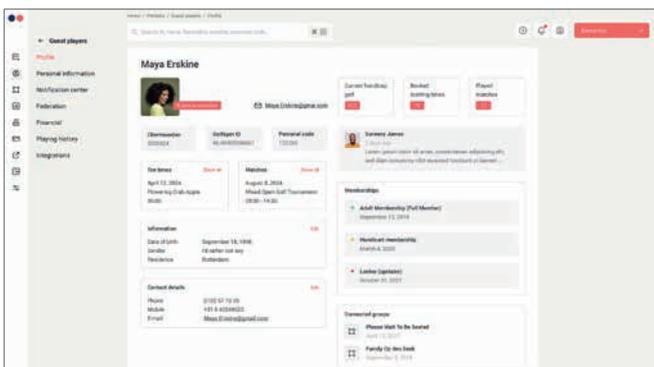
Weitere Informationen:
www.teecontrol.com

Kundendatenmanagement mit Golfspot

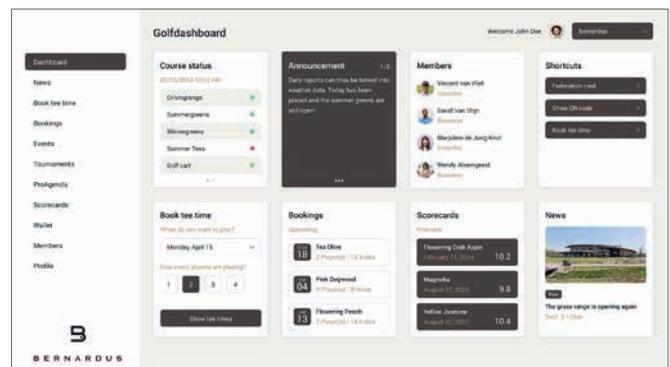
Menno Liebrechts, CEO und Co-Founder von Golfspot, setzt mit seinem System auf die zentrale Administration der für das Kundenerlebnis und die Kundenzufriedenheit wichtigen Daten. Der IT-Profi hat bereits mehrere Golf-Softwareprodukte erfolgreich realisiert. Mit Golfspot setzt er nun auf eine klare Spezialisierung innerhalb des Golfanlagen-Managements auf Basis modernster Softwaretools. „Wichtig war mir, dass man Änderungen immer nur einmal im System erfassen muss und nicht mehrfach“, so der Golf-IT-Profi. Zusätzlich kümmert sich Golfspot um die Administration der Mitgliedschaften. „Wir unterscheiden hier verschiedene Modelle, beispielsweise persönliche Mitgliedschaften oder Familienmitgliedschaften, aber auch Business-Mitgliedschaften“, so Liebrechts. Mit seiner Mitgliedschaftsverwaltung kümmert sich das Tool um die automatisierte Zahlungsausführung inklusive gebuchter Zusatzleistungen wie Trolley-Schrank – angepasst auf die mit dem Mitglied vereinbarten Zahlungstermine. Um die einheitliche Datenhaltung umzusetzen, bietet das System zahlreiche bi-direktionale Schnittstellen. So kann es nicht nur die Handicap-Daten aus dem Verbandssystem empfangen, sondern diese auch an andere Systeme wie das Startzeitenbuchungssystem weiterleiten. Zudem können die Golfer im System „Freunde“ definieren und werden dann, wie in den sozialen Medien, automatisch informiert, wenn diese eine Startzeit buchen oder ändern. „Letztlich geht es uns nicht nur um Standardisierung und Automation, sondern vor allem um die Opti-

mierung des Kundenerlebnisses“, so Liebrechts. Dafür seien möglichst viele Daten entlang der gesamten Customer Journey erforderlich, so seine Überzeugung. Besonders wichtig: Natürlich werden alle Kundendaten DSGVO-konform auf europäischen Servern abgelegt. Anhand der Daten und der integrierten Nachrichtenfunktion kann das Clubmanagement Mitgliedschaften effizienter betreuen. Die Software kann auslaufende Mitgliedschaften oder Kündigungsmöglichkeiten erkennen und das Management proaktiv informieren, auch Analysen zur Spielfrequenz im Vergleich zum Mitgliedsbeitrag sind möglich. Weitere, kundenbezogene Anwendungen können die gespeicherten Daten ebenfalls nutzen, sofern die weiteren Systeme über entsprechende Schnittstellen verfügen. Das Pricing richtet sich nach der Anzahl der Spielbahnen, zudem fließen die Anzahl der User im Clubmanagement und die Mitgliederanzahl des Clubs in den Preis ein. Für 9-Löcher-Anlagen beträgt das monatliche Entgelt 65 Euro inklusive 2 User im Management und maximal 1.000 Mitglieder, bei 18-Löcher-Anlagen liegt der monatliche Preis bei 95 Euro und schließt drei Management-User sowie maximal 2.500 Mitglieder ein. Zu den Nutzern zählen unter anderem Bernardus Golf sowie Prise d'Eau Golf in den Niederlanden, eine Expansion ins Ausland ist fest eingeplant.

Weitere Informationen:
www.golfspot.io



Gut gepflegte Kundendaten sind die Voraussetzung für Community-Funktionen.



Eine übersichtliche Darstellung auf dem Dashboard bietet einen raschen Überblick über die aktuelle Situation auf dem Platz.

Kundeninformation mit How Many Strokes

Das Produkt „How Many Strokes“ aus Dänemark kombiniert zwei zentrale Anwendungen: die Ermittlung der individuellen Spielvorgabe pro Golfer und Abschlag sowie die Bereitstellung wichtiger Informationen für Mitglieder und Gäste.



Praktisch und kundenfreundlich: die über How Many Strokes von den Golfern selbst zu ermittelnde Spielvorgabe sowie die über die Mitarbeiter einfach einzubindenden zusätzlichen Informationen für die Gäste.

„Unser Ziel war es, Zeit und Ressourcen bei den Mitarbeitern zu sparen“, so Frederik Elias Knudsen, Co-Founder sowie Director of Sales and Customer Relations des Unternehmens. Der „Digital Handicap Conversion Table“ ersetzt die in vielen Clubs aushängenden Listen. Golfer können ihren gewünschten Abschlag auswählen und ihr Handicap eingeben, als Ergebnis erhalten sie ihre individuelle Spielvorgabe. Besonders zeitsparend ist dies bei Scrambles: Dann können die Handicaps und Teeboxen aller Spieler erfasst werden, das System wirft die gemein-

same Spielvorgabe aus. Noch umfangreicher ist die zweite Komponente, das „Digital Information Board“. Dort können die Golfanlagen nicht nur das Layout – beispielsweise das Hintergrundbild – festlegen, sondern aus ihrer Sicht wichtige Informationen für die Kunden einbinden. Möglich sind Wettervorhersagen, Ankündigungen zu Turnieren oder Platzpflegearbeiten, aber auch andere Texte. Auch QR-Codes können dargestellt werden, um Zugriff auf weitere Informationen zu bieten. Das sei vor allem bei Turnieren sehr praktisch, da dann die Turnierregeln nicht mehr ausgedruckt werden müssten, sondern allen Teilnehmern über den QR-Code zur Verfügung gestellt würden – und so bis zur letzten Minute noch angepasst werden können, so das Unternehmen. How Many Strokes besteht einerseits aus einem Monitor im Hochkant-Format, zum anderen aus der zugehörigen Software. Die 21-Zoll-Variante kostet nach Unternehmensinformationen einmalig 1.647 Euro für das erste Jahr, für das Folgejahr kostet die Softwarenutzung 948 Euro. Die größere Variante mit 32 Zoll schlägt im ersten Jahr samt Ständer und Akku mit 3.126 Euro zu Buche, danach sind es ebenfalls 948 Euro pro Jahr. Zu den Kunden aus inzwischen mehr als 20 Ländern weltweit zählen unter anderem Golf de Alcanada auf Mallorca und der renommierte San Roque Club in Andalusien.

Weitere Informationen:
www.howmanystrokes.com

Spielzeitenüberwachung mit Whizzgolf

Whizzgolf aus Belgien hat sich zum Ziel gesetzt, mit weit verbreiteten Endgeräten – den Smartphones der Golfer – für Golfanlagen die Spielgeschwindigkeit zu überwachen, andererseits für Golfer Informationen zu Schlagweiten und mehr auf der Runde zu sammeln. Damit die Rundenüberwachung per Smartphone funktioniert, müssen die Golfer

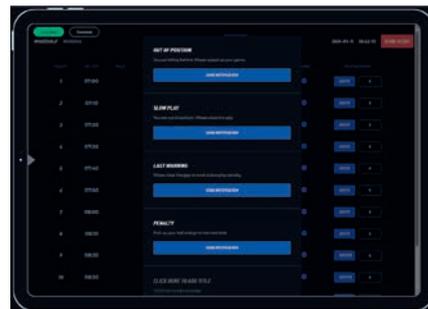
dafür innerhalb der Applikation ihre Zustimmung geben. Ist diese erteilt, wird jeder einzelne Golfer (also nicht die Spielgruppe insgesamt) überwacht. Für das Anlagen-Management steht eine zentrale Übersicht aller Golfer auf der Runde zur Verfügung – die Anlage kann frei wählen, wer für die Überwachung zuständig ist: das Sekretariat, Mar-



Eine Übersicht der auf dem Platz befindlichen Flights mit deren Spielzeiten-Über- bzw. -Unterschreitungen hilft im Club, den Überblick zu behalten.



Marshalls können mit einer tabellarischen Aufstellung den Spielfluss im Blick behalten und ggf. steuern.



Sehr geschickt: die Message-Funktion an die Spieler bis hin zu „Last Warnings“ bei zu gemächlicher Spielweise.

shalls, das Management und mehr können Zugriff erhalten. Eine weitere Übersicht zeigt pro Spielgruppe, nach Startzeiten sortiert, wie sich deren Spieltempo im Verhältnis zur Soll-Spielzeit darstellt. Dazu wird eine Zeitüber- oder -unterschreitung in Minuten angezeigt. Auch die Golfer können über ihre Smartphones die eigene Spielgeschwindigkeit jederzeit einsehen. Über ein integriertes Messaging können die für die Spielzeiten-Überwachung zuständigen Anlagenvertreter Nachrichten an die Spieler senden. Diese können je nach Verzögerung gestaffelt werden, beispielsweise von einem freundlichen Hinweis, dass man hinter der Normzeit hänge, bis hin zu letzten Warnungen oder gar Strafen. Hier kann jeder Club frei entscheiden, welche Meldungen wann ausgesendet werden sollen. Das System vermerkt, welche

Spieler welche Nachrichten bekommen haben. Das Nachrichtensystem kann auch für Wetterwarnungen genutzt werden, auch hier sind unterschiedliche Warnstufen möglich. Im Zusammenspiel mit einer Startzeiten-Software kann die Erfassung der Spieler ebenso optimiert werden wie die Rücksendung der Rundendauern an andere Systeme, welche es den Clubs erlaubt, Rundendauer-Profile für Spieler zu erstellen. Zudem können auf Basis der gesammelten Daten Heatmaps erstellt werden, welche besonders stark frequentierte Bereiche des Platzes zeigen und damit auch Hinweise für notwendige Pflegemaßnahmen geben.

Weitere Informationen:
www.whizzgolf.com

Best Practice Prise d’Eau Golf

Nach mehreren, teils leidvollen Erfahrungen mit verschiedenen Softwarelösungen für das Golfanlagen-Management hat die drei 9-Bahnen-Plätze sowie einen weiteren Par 3-Platz (9 Bahnen) umfassende Anlage Prise d’Eau Golf in den Niederlanden sich entschlossen, ihre eigene Software-Suite zu erstellen. Geschäftsführer Hedwig Wassing, der früher dem Management der Fluggesellschaft KLM angehörte, hat gemeinsam mit seinen Kollegen Inge van den Akker und Johan Laurijssen genau dies umgesetzt. „Wir wollten unseren Mitgliedern und Gästen ermöglichen, dass sie eine 18-Löcher-Runde an jedem unserer 9-Löcher-Plätze beginnen können“, so der Manager. Zudem wollte man ein System, das für die Kunden möglichst leicht anwendbar sei. Dies unterstreicht die Bedeutung des Kundenerlebnisses bei Prise d’Eau. Die Driving-Range mit Toptracer hat man längst zum Event-Center ausgebaut – inklusive Tresen für Speisen und Getränke sowie einer Lounge, die für Gruppen gemietet werden kann. Die Wahl fiel nach umfangreicher Analyse auf Teecontrol als Startzeiten-Plattform in Kombination mit Golfspot. Für Turniere nutzt man Genius. Auch Pri-Swing kommt zum Einsatz, wird aktuell aber vorwiegend für Reportings verwendet. „Mit unseren zahlreichen Greenfee-Angeboten, zwei Business Clubs, unserer Akademie sowie unserer Par 3-Mitgliedschaft bot uns dies die

größtmögliche Flexibilität“, so der Manager. Den Mitgliederzugang per Progressiv Web App anstelle einer nativen App sieht er ebenfalls positiv, da Änderungen so schnell umgesetzt werden könnten. „Uns war wichtig, mit Partnern zu kooperieren, die unser Business-Modell optimal unterstützen“, begründet das Management-Team seine Auswahl. Mit der nun erstellten, eigenen Suite könne man beispielsweise die verschiedenen Spielertypen und Mitgliedschaftsmodelle optimal betreuen. Auch die zentrale Kundendatenhaltung – nicht nur in Bezug auf Adressdaten, sondern auch zum Handicap-System des Verbands – vereinfache die Arbeit. Derzeit testet man Whizzgolf, um die Spielzeiten-Überwachung zu optimieren. „Dabei setzen wir darauf, dass wir den Spielern die Informationen über ihre Smartphones zur Verfügung stellen und diese ihr Verhalten, also ihr Spieltempo, selbst anpassen“, so Wassing weiter. Im Test habe man bereits gelernt, dass Damen ihr Mobiltelefon meist im Golfbag lassen, während Herren es in die Hosentasche steckten. „Daher sieht man Damen in Whizzgolf nie auf dem Grün“, so der Manager mit einem Schmunzeln. „Wir versuchen, Partner zu finden, die auf Lösungen eines Teilproblems im Anlagenmanagement spezialisiert sind – und nicht einen Anbieter, der versucht, alle Anforderungsbereiche mit einer Gesamtlösung abzudecken“, so der erfahrene



Der Event-Charakter steht im Übungsbereich im Vordergrund, Lounge-Bereich inclusive.



Die Möglichkeit, per QR-Code selbst einzuchecken, bietet (einfach bezahlten) Golfgenuss.



Auch außerhalb der eigentlichen Saison eine toll zu spielende Anlage: Prise d’Eau Golf in den Niederlanden.

Manager weiter. Letztlich, so das Führungstrio unisono, brauche man dafür zwar entsprechende Ressourcen im Anlagenmanagement, könne aber sein eigenes Ökosystem umsetzen und die Kundenerfahrung optimieren. Auch die Umsetzung der Vorgaben zum Datenschutz sei mit solchen Konzepten oft leichter möglich, so die Erfahrungen bei Prise d'Eau. Da gerade im Sommer die Spielzeiten dank langem Tageslicht die Öffnungszeiten

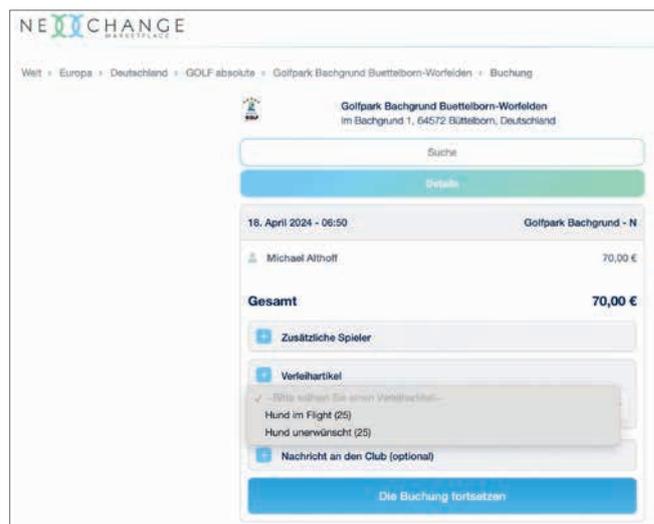
des Empfangs deutlich übertreffen, freut man sich über die Möglichkeit des Self Check-ins per QR-Code. Dazu hat man auf allen Plätzen an der ersten Bahn eine Tafel mit QR-Code aufgestellt, über die ein Check-in ausgelöst werden kann. Man darf gespannt sein, welche weiteren Lösungen die moderne und kundenorientierte Anlage in den kommenden Jahren ihrem Software-Portfolio hinzufügen wird.

Hunde auf dem Golfplatz – Best Practice Golf absolute mit Nexxchange

Die aus Österreich kommende Anwendung Nexxchange wurde in Deutschland vor allem durch ihre Nutzung bei Golf absolute (Weiland Golfanlagen) bekannt (siehe dazu den Beitrag „Eine Mammutaufgabe – Erfahrungen beim Wechsel der Clubverwaltungssoftware“ aus dem *golffmanager* 3/22, online unter dem Link bit.ly/4aUT6E2 nachzulesen). Inzwischen hat sich auch die UGolf Bluegreen-Gruppe für Nexxchange als einheitliches Clubmanagement-System entschieden.

Schon immer konnten bei Golf absolute auf vielen Plätzen auch Hunde (natürlich angeleint) mit auf die Runde genommen werden. Allerdings erforderte dies klare Kommunikation vor allem an Gäste, denn mal waren Hunde auf allen Bahnen einer Anlage gestattet, mal nur auf ausgewiesenen Spielbahnen. „Seit diesem Jahr sind auf all unseren Plätzen grundsätzlich Hunde erlaubt“, erläutert Geschäftsführer Dirk Weiland die neue Strategie. Selbstverständlich stelle man auch überall Kotbeutelspender zur Verfügung. Da es dennoch auch Golfer gibt, die aus den unterschiedlichsten Gründen keine Hunde in ihrer Spielgruppe wünschen, hat man dies gemeinsam mit Nexxchange über die Startzeichenbuchung gelöst. Dort können Golfer nun über die Rubrik „Verleihartikel“ auswählen, ob sie einen Hund mitbringen oder keinen Hund in ihrer Spielgruppe wünschen. In der Startzeiten-Übersicht wird durch ein Hundesymbol für weitere Buchungen signalisiert, ob hierzu bereits von anderen Spie-

lern in der Gruppe eine Auswahl getroffen wurde. Mit dieser Vorab-Auswahl wird vermieden, dass vor allem Golfer, die keinen Hund als Rundenbegleitung wünschen, erst an Tee 1 erfahren, dass Mitspieler in Begleitung ihrer vierbeinigen Freunde auf die Runde gehen möchten. Das erleichtert auch dem Management vor Ort die Kommunikation gegenüber Mitgliedern und Gastspielern.



Bereits über die Eingabemaske lässt sich über Nexxchange eingeben, ob Hunde im Flight manchen Golfer „stören“ oder nicht.



Zu guter Letzt

Magazine zu produzieren bedeutet auch immer, die Seitenumfänge im Blick zu behalten. Es geht hierbei um wirtschaftliche Überlegungen, sehr oft aber einfach darum, entsprechend einer optimalen Druckbogen-Ausnutzung sowie einer Weiterverarbeitung mit möglichst 8er- oder 16-Seiten, geschickt und kostengünstig zu agieren. Zudem wird es bei über 100 Seiten – je nach Papier – meist schwierig, mit Klammerheftungen zu arbeiten.

Manchmal ist es also nötig, kurzfristig nachgereichte Artikel zurückzustellen – jetzt geschehen beim Bericht des GMVD zur Mitgliederversammlung am 26. April in Frankfurt. Da in der nächsten Ausgabe bereits weit zurückliegend, wollen wir an dieser Stelle auf die Online-Version auf der GMVD-Website unter www.gmvd.de verweisen – direkt finden Sie ihn über den nebenstehenden QR-Code.

