GOLFANCY

PRESSEMITTEILUNG
ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG

Wechselsaison im Golfclub: Nur knapp jeder fünfte Club ermöglicht den Beitritt online

Golfancy hat die Websites aller 723 erreichbaren Golfanlagen aus dem DGV-Verzeichnis ausgewertet. Mitgliedschaften werden fast überall beworben. Der Abschluss endet meist beim PDF-Antrag, am Telefon oder im Sekretariat.

Hamburg, [TT.MM.2026]. Der Herbst ist für Golfclubs die wichtigste Zeit im Jahr, um Mitglieder für die kommende Saison zu gewinnen. Viele locken mit Schnuppermitgliedschaften und „Rest 2026 gratis“. Eine Auswertung der Hamburger Golf-Marketingberatung Golfancy zeigt, wo der Weg zum neuen Mitglied hakt: 82,6 Prozent der Club-Websites haben eine eigene Seite zur Mitgliedschaft, aber nur 18,1 Prozent bieten einen Online-Weg zum Beitritt, etwa ein Antragsformular. 26,7 Prozent verweisen auf einen PDF-Antrag zum Ausdrucken.

Auch die neue Saison ist online noch kaum angekommen: Nur 13,0 Prozent der Mitgliedschaftsseiten erwähnen bereits das Jahr 2027.

> „Golfclubs stecken im Herbst viel Kraft in Schnuppertage, Platzreifekurse und Angebote für das neue Jahr. Auf der Website endet der Weg dann oft bei einem PDF-Antrag. Wer heute Mitglied werden will, ist anderes gewohnt.“
>
> Sebastian Scholz, Gründer von Golfancy

Vier von fünf Club-Websites ohne erkennbare Messung

Ob ein Interessent auf der Mitgliedschaftsseite abspringt, können die meisten Clubs nicht sehen. Nur 21,0 Prozent der Websites zeigen im Quelltext eine erkennbare Besuchermessung wie Google Analytics 4, Google Tag Manager oder Matomo. 48 Websites tragen noch die Kennung des eingestellten Universal Analytics. Einen Werbe-Tag, etwa das Meta-Pixel oder das Google-Ads-Tag, binden 7,5 Prozent ein.

„Ein Vorstand muss nicht jede Kennzahl kennen“, sagt Scholz. „Er sollte aber wissen, woher die neuen Mitglieder kommen und was eines kostet.“

Große Unterschiede zwischen den Regionen

Am häufigsten ist der Online-Beitritt in Niedersachsen/Bremen (22,4 Prozent), Hamburg (22,2 Prozent) und Rheinland-Pfalz/Saarland (21,6 Prozent). Am seltensten in Sachsen/Thüringen (9,5 Prozent) und Berlin/Brandenburg (5,0 Prozent, einer von 20 Clubs).

Region (Landesgolfverband)	Websites	Online-Beitritt	Messung erkennbar
Niedersachsen/Bremen	76	22,4 %	15,8 %
Hamburg	18	22,2 %	22,2 %
Rheinland-Pfalz/Saarland	37	21,6 %	13,5 %
Nordrhein-Westfalen	160	20,0 %	22,5 %
Schleswig-Holstein	57	19,3 %	22,8 %
Hessen	52	19,2 %	19,2 %
Bayern	167	16,8 %	20,4 %
Mecklenburg-Vorpommern	19	15,8 %	36,9 %
Baden-Württemberg	89	15,7 %	21,3 %
Sachsen-Anhalt	7	14,3 %	14,3 %
Sachsen/Thüringen	21	9,5 %	23,8 %
Berlin/Brandenburg	20	5,0 %	30,0 %
Deutschland	**723**	**18,1 %**	**21,0 %**

Was gut gemachte Mitgliedschaftsseiten zeigen

Einzelne Clubs zeigen, wie es geht: Sie nennen Preise einschließlich 2027 direkt auf der Seite, ermöglichen den Abschluss je Tarif online und bieten ein bepreistes Einstiegsprodukt, das automatisch in die Vollmitgliedschaft übergeht. [Beispiele, nach Freigabe: Golfclub Peckeloh, Gut Waldhof, Bad Saarow, Nippenburg]

Über die Auswertung

Grundlage sind 818 Einträge im Verzeichnis des Deutschen Golf Verbands (DGV), daraus 737 eindeutige Websites, von denen 723 erreichbar waren (Basis aller Prozentwerte). Ausgewertet wurden am 20.10.2026 automatisiert die Startseite, die Mitgliedschafts- und die Einsteigerseite sowie die eingebundenen Dienste. „Online-Weg zum Beitritt" heißt: ein Antrag oder Formular mit E-Mail-Feld auf der Website. Technik-Werte sind Untergrenzen, weil Dienste, die erst nach Zustimmung im Cookie-Banner laden, im Quelltext nicht sichtbar sind. Kleine Regionen schwanken stark. Der Datensatz und Werte für einzelne Regionen stehen Redaktionen auf Anfrage zur Verfügung.

Über Golfancy
Golfancy ist eine auf Golf spezialisierte Marketing-Beratung aus Hamburg. Gründer Sebastian Scholz arbeitet als externer Head of Marketing für Golfclubs, Golfanlagen, Golfmarken und Golf-Destinationen: von der Mitgliedergewinnung über Werbung und Websites bis zur Sichtbarkeit in KI-Suchen. Golfancy veröffentlicht regelmäßig eigene Auswertungen zum deutschen Golfmarkt. golfancy.de

Pressekontakt
Sebastian Scholz · Golfancy · Pilatuspool 11 · 20355 Hamburg · hello@golfancy.de · +49 341 22758354 · Pressemappe und Fotos: golfancy.de/presse