

18.11.2011

## **Golf House-Expansion 2011: Den eigenen Zielen einen Schritt voraus**

Deutschlands führender Facheinzelhändler und Direktversender im nationalen Golfmarkt befindet sich weiterhin auf Erfolgskurs. Das Jahr 2011 stand ganz im Zeichen der Umsetzung einer neuen Filialstrategie. Gleichzeitig erweiterte das Golf House mit den Standorten Münster und Freiburg sein Filialnetz von 14 auf 16 Stores. Für 2012 sind weitere Eröffnungen, sowie eine erneute Steigerung des Umsatzes geplant.

### **Neue Filialstrategie & Standorte**

Mit seiner veränderten Filialstrategie setzt das Golf House auf große Golf-Stores mit rund 800 Quadratmetern Verkaufsfläche an verkehrsgünstigen Standorten. Die neuen Räumlichkeiten bieten genug Platz, um den Kunden über 3.000 verschiedene Artikel rund um den Golfsport anbieten zu können. Im Zuge dieser Ausrichtung wurde beispielsweise in Nürnberg die bestehende Verkaufsfläche durch eine großzügigere ersetzt, die am 17.11 Eröffnung feierte.. Dieses Konzept zahlt sich aus: "Unsere neuen Standorte haben schneller an Fahrt aufgenommen als wir erwartet haben. Sollten die kommenden Monate so weiterlaufen, werden wir sogar schon in diesem Jahr unser Ziel von 30 Millionen Euro Netto-Umsatz pro Jahr übertreffen", so Frank Ewers, Geschäftsführer vom Golf House.

Unterstützend für den schnellen Erfolg ist dabei die sorgfältig geprüfte Standortwahl. Die neuen Wirkungsstätten wurden anhand intensiver Analyse und Auswertung des Wettbewerbs und Markt- und Kundendaten ermittelt. Dass nach dieser langfristigen Planung die Neueröffnungen schneller durchgeführt werden konnten, als geplant, ist auch ein wenig dem Schicksal zuzuschreiben: "Wir haben innerhalb kürzester Zeit die optimalen Objekte angeboten bekommen – da mussten wir einfach zuschlagen", so Frank Ewers.

### **Marschroute für 2012**

2012 will die Unternehmensleitung den Wachstumskurs fortsetzen. Die nächsten Wunschstandorte sind bereits ermittelt und die Suche nach geeigneten Objekten läuft. Neben der Expansion soll auch der Ausbau einer umfassenden Marketingstrategie voran getrieben werden. Zudem strebt das Golf House eine Verbesserung der individuellen Kundenkommunikation und Kundenbindung, sowie die Etablierung der Marke Golf House an. Die Erkenntnisse aus einer umfangreichen Marktstudie durch das unabhängige Marktforschungsunternehmen EARSandEYES, das die Einstellung von Golfern zum Golfsport und ihrer Erwartungshaltung an Fachgeschäfte untersucht hat, sollen hier genutzt werden. "Die Studie belegt: Nicht nur für uns steckt in Golf viel Leidenschaft, unsere Kunden empfinden das genauso“, so Frank Ewers. "Wir wollen diese Leidenschaft nutzen und Golf House als Marke für den Golfsport etablieren. Wir wollen unsere Kunden in Zukunft noch besser beraten, betreuen und begeistern – für den Sport und natürlich auch für uns."



## **Unternehmen mit Bestand**

In seinem bereits 35-jährigen Bestehen ist das Golf House zum führenden Facheinzelhändler und Direktversender im deutschen Golfmarkt herangewachsen. Der Firmenname ist heute ein Synonym für hohe Qualität bei Golfausrüstung und -mode. Als Qualitäts- und Innovationsführer im Golfsport steht Golf House in engem Austausch mit internationalen Produzenten, immer auf der Suche nach den aktuellen Trends und dem besten Equipment für alle Golf- und Modeinteressierten. Über Kooperationen schafft das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg zusätzlich Mehrwerte für Golfeinsteiger und Topspieler.

**Diese Presseinformation finden Sie online unter: [www.golfhouse.de/inhalt/unternehmen/presse](http://www.golfhouse.de/inhalt/unternehmen/presse)**

### **Ansprechpartner für Medienanfragen:**

Frank Ewers

Geschäftsführer  
Schnackenburgallee 149  
22525 Hamburg

Tel.: +49(0)40 - 43 13 61 37  
E-Mail: [Frank.Ewers@golfhouse.de](mailto:Frank.Ewers@golfhouse.de)

Claudia Döscher

publica projects gmbh  
Lübeckertordamm 5  
20099 Hamburg

Tel.: +49(0)40 -22 636 99 61  
E-Mail: [info@publica-projects.de](mailto:info@publica-projects.de)

### **Über Golf House**

Golf House ist der führende Facheinzelhändler und Direktversender im deutschen Golf Markt. Seit 35 Jahren ist Golf House im Markt etabliert und nimmt derzeit als Golf-Experte die Spitzenposition im Bereich Schläger, Textil und Serviceleistungen ein. 2010 erzielte das Unternehmen mit 16 Filialen und dem Golf House Onlineshop einen Umsatz von 27,5 Millionen Euro. Seit 2010 ist Golf House Mitglied der JAB-Anstoetz Unternehmensgruppe. Mehr über Golf House im Internet unter [www.golfhouse.de](http://www.golfhouse.de).