

# Mit Golf-Sport nachhaltig begeistern. Das Golf-Engagement der DekaBank.

Burkhard Müller, Leiter Veranstaltungen DekaBank | November 2019

**Deka**  
Investments



# Mit Golf-Sport nachhaltig begeistern. Ein paar Fakten zur DekaBank.

Burkhard Müller, Leiter Veranstaltungen DekaBank | November 2019

**..Deka**  
Investments



# Die DekaBank- Zentrale in Frankfurt am Main



# Deka-Gruppe im Überblick

## Das Wertpapierhaus der Sparkassen



- Die DekaBank ist das Wertpapierhaus der Sparkassen, gemeinsam mit ihren Tochtergesellschaften bildet sie die Deka-Gruppe
- Mit Total Assets in Höhe von rund 298 Mrd. Euro (per 30.06.2019) sowie rund 4,7 Millionen betreuten Depots ist sie **einer der größten Wertpapierdienstleister und Immobilien-Asset Manager in Deutschland**
- Per 30.06.2019 verfügt die Deka-Gruppe über **rund 4.740 Mitarbeiter**
- Sie eröffnet privaten und institutionellen Anlegern Zugang zu einer breiten Palette an **Anlageprodukten und Dienstleistungen**



*Trianon in Frankfurt*

**Mit Golf-Sport nachhaltig begeistern.**  
Gute Gründe für ein Deka-Engagement  
im Golfsport.

**Deka**  
Investments



# Zielsetzung der Deka zur nachhaltigen Gewinnung und Bindung der ertragsstarken Top-Zielgruppen.

- **Förderung des Wertpapiergeschäfts bei der Top-Zielgruppe der Sparkassen** (Private Banking, Firmenkunden, Top-Individualkunden)
- Gerade bei dieser Zielgruppe ist neben der überzeugenden Produkt- und Dienstleistungsqualität ein emotionales Bindungselement besonders wichtig. Daher **Ziel, Kundenbindung und Kundengewinnung durch ein Engagement in einem emotional besonders positiv besetzten Feld umzusetzen**, in dem die Kernzielgruppe besonders oft, nachhaltig und mit wenig Streuverlusten auch hinsichtlich der medialen Nutzung zu finden ist
- **Gezielte Förderung der Bekanntheit und des Markenbildes bei dieser Kernzielgruppe**, die über die üblichen Massenmedien eher weniger erreichbar ist , und bei der die Kompetenz der Sparkassen und der Deka für ihre Vermögensverwaltung nicht zwangsläufig als Top-Adresse im Fokus steht
- **Das Engagement sollte auf bereits vorhandene Maßnahmen der Sparkassen selber aufsetzen** und diese sinnvoll ergänzen, gegebenenfalls veredeln. Zudem muss das Engagement budgetär vertretbar und eine Alleinstellung der Branche gewährleisten sein
- **Das Engagement soll auf den Markenkern der Sparkassenfinanzgruppe einzahlen** und diesen somit verstärken – durch begleitende Förderung von Maßnahmen im sozialen Bereich (z. B. Krebshilfe) und durch Förderung im Jugend- bzw. Nachwuchsbereich

**Mit Golf-Sport nachhaltig begeistern.**  
Golfer, eine attraktive Zielgruppe – gerade auch für Banken.

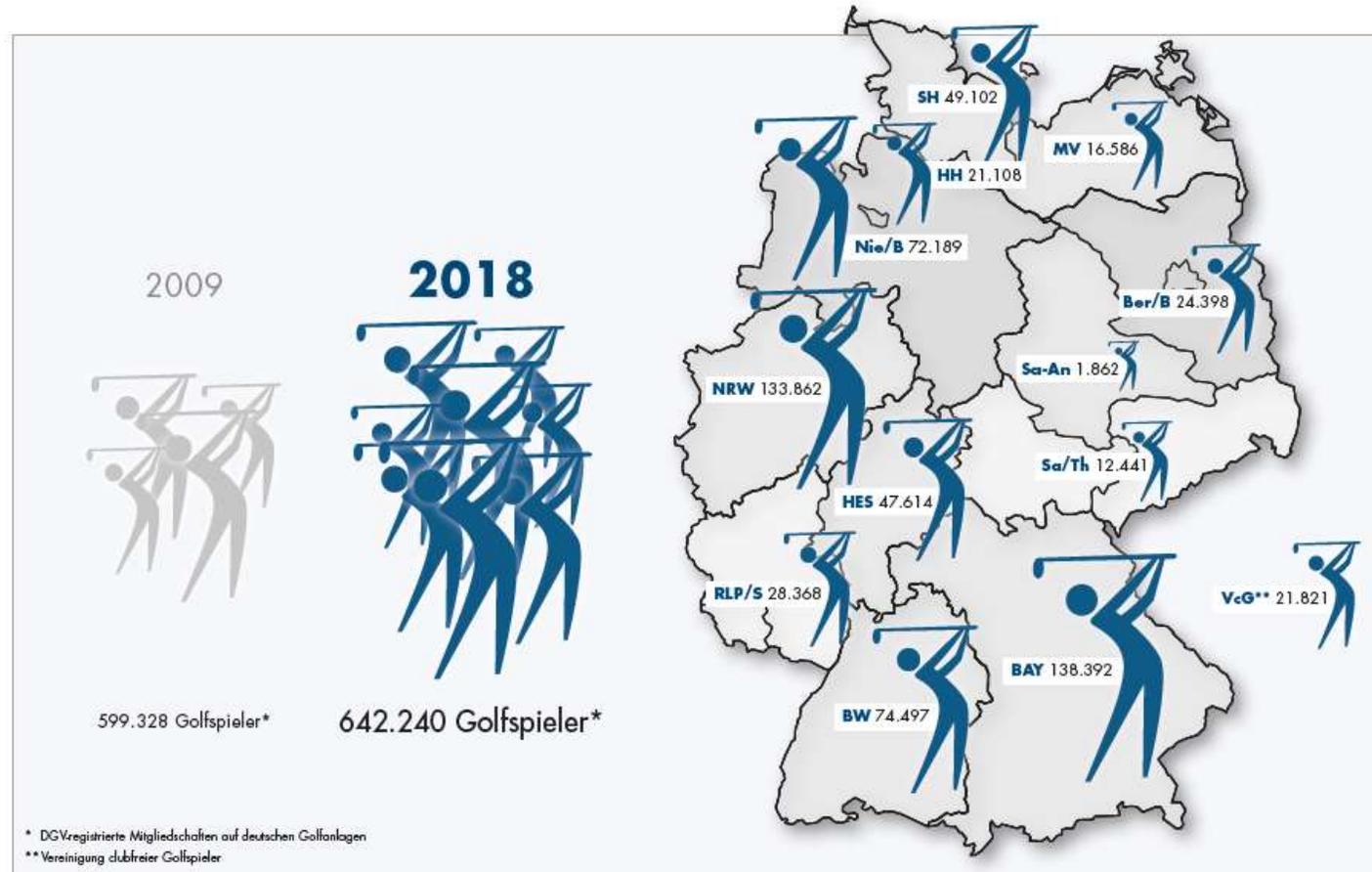
**..Deka**  
Investments



# Entwicklung der Zielgruppe Golfspieler.

In den letzten 10 Jahren hat sich die Anzahl der Golfspieler in Deutschland um 12 % erhöht.

## Anzahl der Golfspieler\*



# Golfer – eine interessante Zielgruppe nicht nur im Private Banking.

## Zielgruppenbeschreibung „Golfinteressierte“

---

- **In Deutschland interessieren sich 6,4 Mio. Menschen und damit 9% der Bevölkerung ab 14 Jahren für Golf, Frauen stellen immerhin 37% dieser Zielgruppe**
- **Golfinteressierte verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein deutlich erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur 17% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen können, sind es bei den Golf-Interessierten 26%
- **Der Anteil beruflicher Führungskräfte ist unter Golf-Interessierten fast doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung (10,9% vs. 5,5%).** Golfinteressierte sind oft Inhaber oder Geschäftsführer eines Unternehmens, leitende Angestellte oder Beamte im höheren oder gehobenen Dienst
- **Das Haushalts-Nettoeinkommen ist vergleichsweise hoch und die Zielgruppe in den oberen Einkommensklassen deutlich überrepräsentiert**
- **Es besteht ein vergleichsweise hohes Interesse an Finanz- und Versicherungsprodukten**
- **Die Überschneidung mit der Top-Zielgruppe der Sparkassen (Private Banking, Firmenkunden, Individualkunden) ist sehr groß, ein Engagement in diesem Segment deshalb lohnenswert**

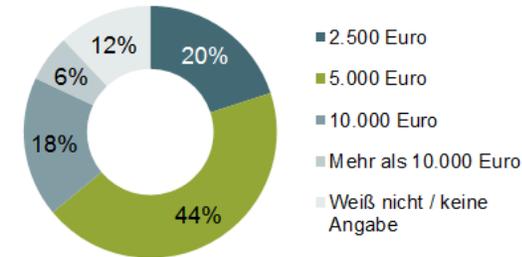
# Golfer – eine interessante Zielgruppe hinsichtlich Alters- und Einkommensstruktur.



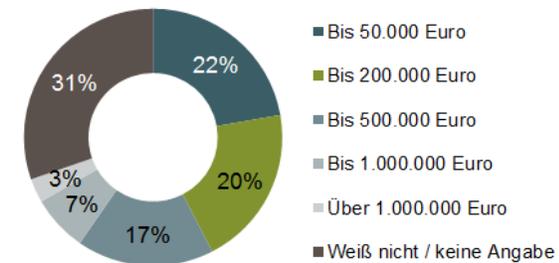
## Golfspieler (nach Alter und Geschlecht)

Alter	2018		
	männlich	weiblich	gesamt
bis 6 Jahre	1.122	701	1.823
7 bis 14 Jahre	15.133	7.887	23.020
15 bis 18 Jahre	11.643	4.919	16.562
19 bis 20 Jahre	5.118	1.982	7.100
21 bis 26 Jahre	15.074	5.298	20.372
27 bis 35 Jahre	24.879	8.877	33.756
36 bis 40 Jahre	18.255	7.540	25.795
<b>41 bis 50 Jahre</b>	<b>61.030</b>	<b>33.420</b>	<b>94.450</b>
51 bis 55 Jahre	51.408	31.559	82.967
56 bis 60 Jahre	43.992	29.294	73.286
<b>ab 61 Jahre</b>	<b>160.449</b>	<b>102.660</b>	<b>263.109</b>
<b>Summe</b>	<b>408.103</b>	<b>234.137</b>	<b>642.240</b>

## Monatliche Haushaltsnettoeinkommen der Golfspieler (in Deutschland)

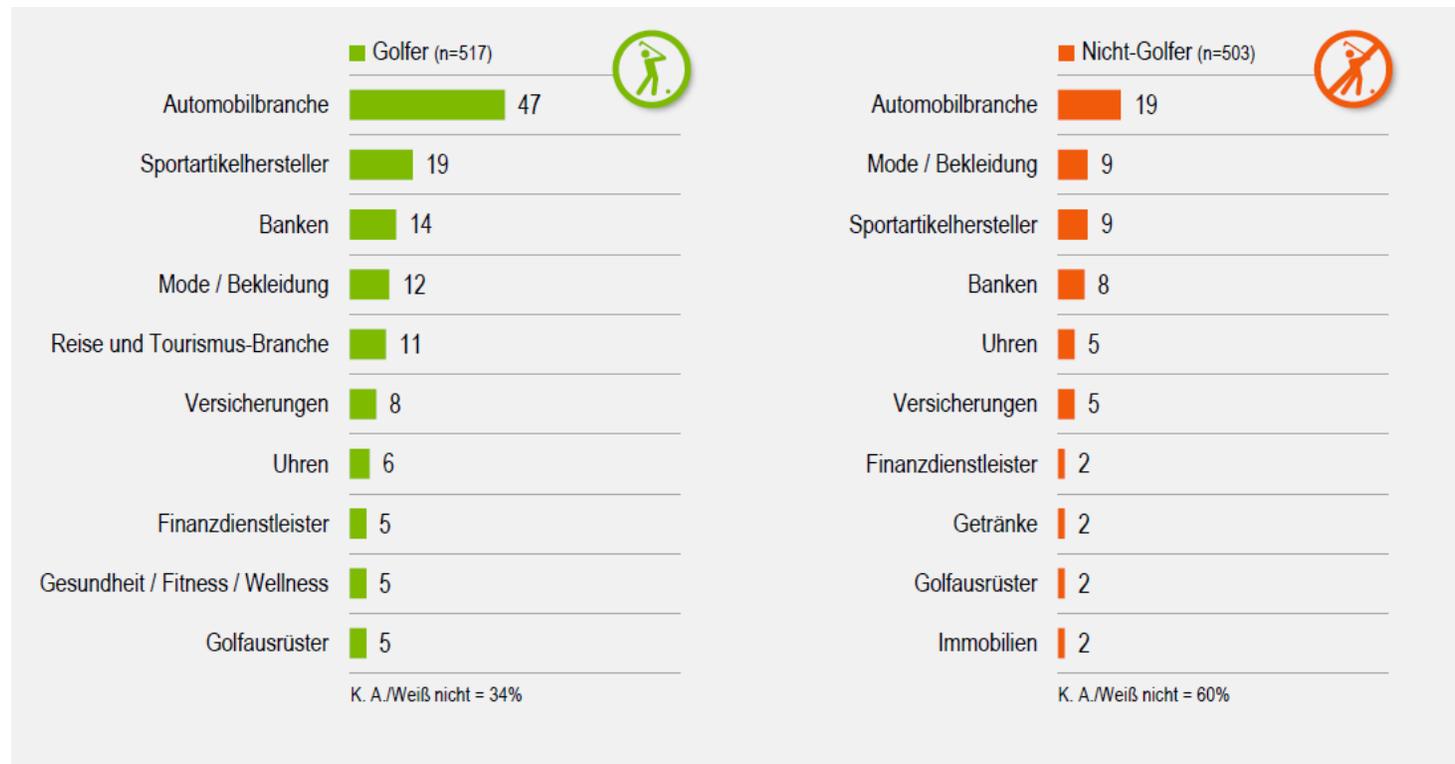


## Privatvermögen (inkl. festgebundene Spareinlagen)



# Passung von Unternehmen im Golfsport - Banken von Golfern an dritter Stelle genannt.

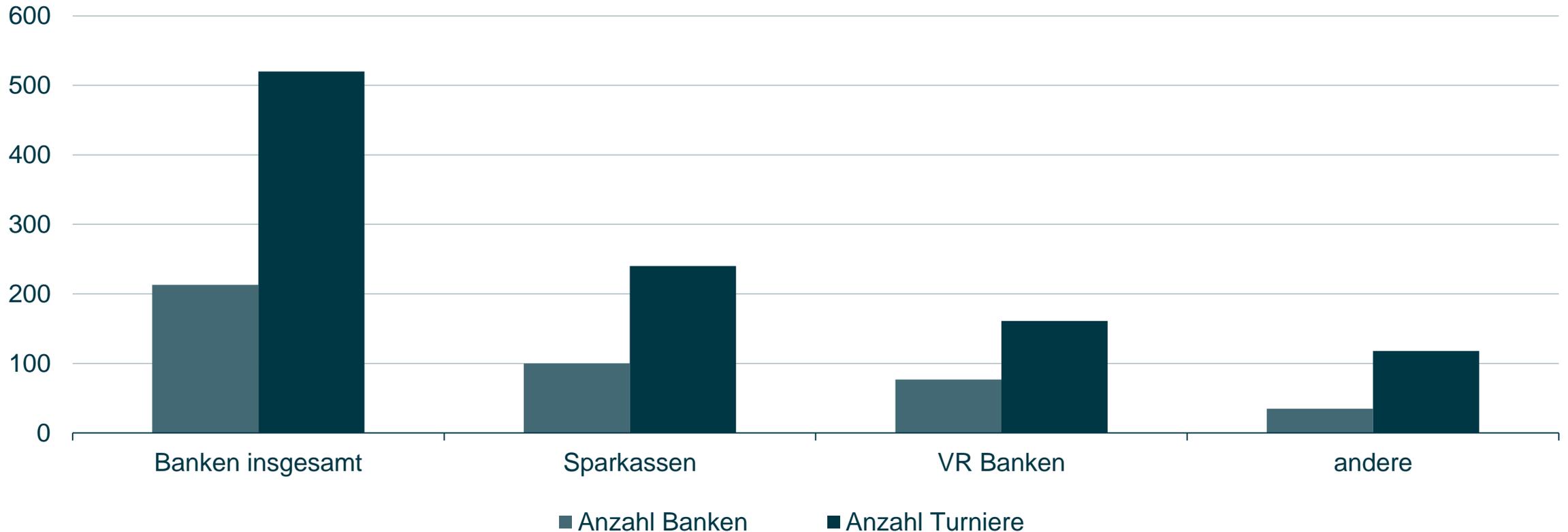
Im Golfsport engagieren sich Unternehmen aus verschiedenen Branchen als Sponsoren. Welche Unternehmensbranchen passen Ihrer Meinung nach am besten zum Golfsport? (Angaben in %)



# Im direkten Wettbewerbsvergleich sieht man, dass gerade im Bereich der Genossen und der Sparkassen Kunden-Turniere angeboten werden.



Turniere mit Banken und Sparkassen im Vergleich (2019)



# Eine Analyse der Golf-Engagements in der Finanzdienstleistungs-Branche zeigt zudem deren hohes Engagement im Profi-Bereich.

Vor allem Titel-Sponsoring oder Testimonials werden gefördert

---

- **Titelsponsoring:** z.B. RBC, Zurich oder Nedbank sponsern einzelne Turniere der europäischen oder US-Tour. Die Namensgebung wie beim „Zurich Classic“ ist häufig ein mehrjähriges Engagement
- **Testimonial-Sponsoring:** Berenberg als am besten vergleichbarer Wettbewerber wirbt in großem Umfang mit seinen Testimonials, die sowohl auf der Profi-Tour als auch auf der Champions-Tour unterwegs sind (u.a. auch Bernhard Langer). Hier handelt es sich um ein reines Vermarkten dieser Testimonials als Werbeträger in den Medien
- ▶ **Fazit: Viele Banken und Versicherungen sind sowohl im Amateurbereich als auch im höherpreisigen Profisport engagiert**
- ▶ **Eigene Turnierserien im Kunden- bzw. Mitarbeiterbereich werden genauso gefördert wie Testimonials oder Titel-Sponsoring im Profibereich**

**Mit Golf-Sport nachhaltig begeistern.**

Unser aktuelles Engagement – ein Angebot für nachhaltigen Vertriebs Erfolg.

**..Deka**  
Investments



# Aus diesen Bausteinen setzt sich das Golf-Engagement der Deka zusammen.

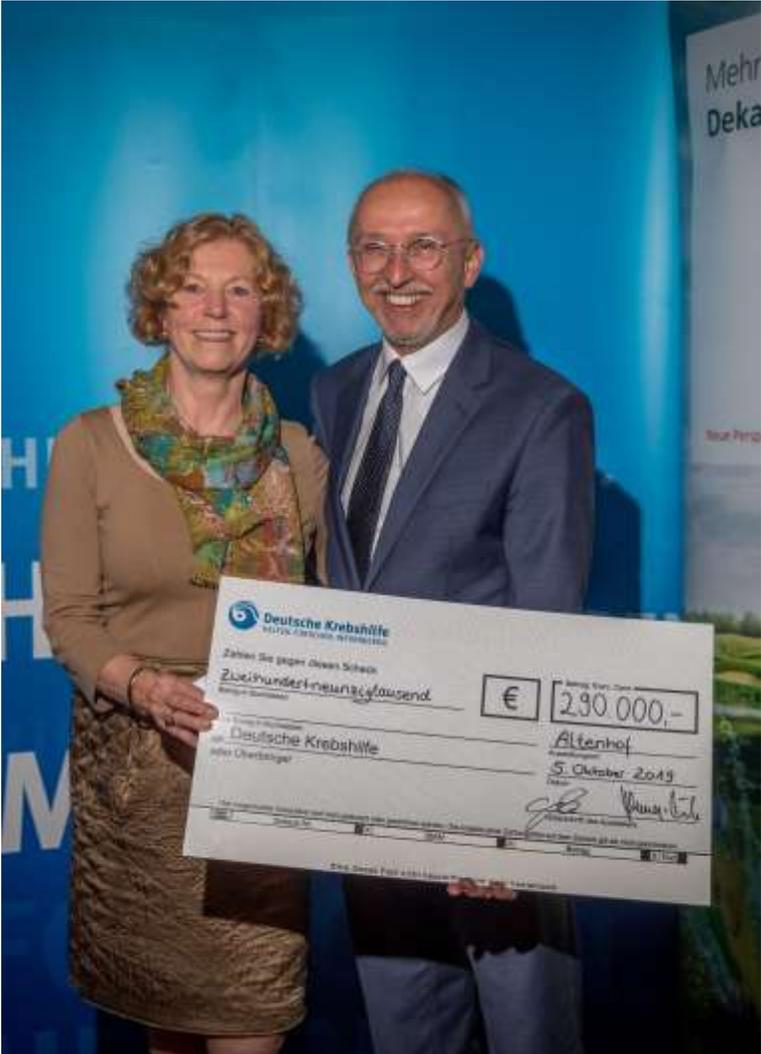


# Deutsche Krebshilfe profitiert seit 14 Jahren von der Deka-Unterstützung.

- Benefizturniere zugunsten der Deutschen Krebshilfe/Deutschen Kinder-Krebshilfe: Im Jahr 2019 ist die Deka zum 13. Mal Generalsponsor der Benefizturnierserie zugunsten der Deutschen Krebshilfe/Deutschen KinderKrebshilfe
- **Die Deka stiftet deutschlandweit die Siegerpreise und Tee-Präsente für rund 130 Turniere**
- Der gesamte Spendenerlös aller ausgetragenen Turniere kommt darüber hinaus unmittelbar der Deutschen Krebshilfe und ihrer Stiftung Deutsche Kinder-Krebshilfe zugute. In der abgelaufenen Spielzeit wurden rund 300.000 Euro an Spendengeld erspielt
- Sparkassen haben die Möglichkeit, diese Plattform zu nutzen und sich in die Turniere vor Ort einzubinden
- **Kommunikativer Nutzen: Hoher Imagegewinn durch Fokussierung des Charity-Aspektes, verbunden mit Medienpräsenz, insbesondere mit Berichten in regionalen Medien mit hoher Reichweite**



# Impressionen. Benefiz Turnierserie.



# Hauptsponsor Deutscher Golf Verband.

Seit Juli 2015 Hauptsponsor des Deutschen Golf Verbandes (DGV)

---

- **Prominentes Logo auf dem Golfausweis und auf den Briefumschlägen**
- **Fest vereinbarte Werbepresenz in den Medien: Logopräsenz auf golf.de, Bannerschaltung auf golf.de**
- ▶ **Kommunikativer Nutzen: Medienpräsenz, bspw. Auftritte in Golffachzeitschriften usw. Durch gezielte Platzierung von Werbung und Fachartikeln hohe Aufmerksamkeit bei den (potenziellen) Kunden in einer attraktiven Zielgruppe**



# Deka ist Hauptsponsor des Deutschen Golf Verbandes und Partner der Jugend & Vision Gold.



- Seit 2015 Hauptsponsor des Deutschen Golf Verbandes e.V. (DGUV)

## Jugendförderung:

- Partner der Jugend & Vision Gold
- Unterstützer des Projekts „Jugend trainiert für Olympia“
- Sponsoring des Junior Team Germany

# Nachwuchsförderung in Verbindung mit Olympia-Engagement.

- Im Rahmen ihrer Kooperation ist die Deka „Partner der Jugend und Vision Gold“ des DGV
- **Ziel der intensiven und bis 2020 geschlossenen Zusammenarbeit ist es, die Bekanntheit von Golf weiter zu steigern und Jugendlichen mehr Möglichkeiten zu geben, die Sportart systematisch zu betreiben**
- Branding der Bekleidung des Junior Golf Teams Germany
- Unterstützer des Projekts „Jugend trainiert für Olympia“
- Sponsoring des Junior Team Germany auf dem Weg zu Olympia 2020 in Ergänzung zum Engagement Olympia-Partner Deutschland der S-Finanzgruppe
- ▶ **Kommunikativer Nutzen: Medienpräsenz, bspw. Auftritte in Golffachzeitschriften usw. Durch gezielte Platzierung von Werbung und Fachartikeln hohe Aufmerksamkeit bei den (potenziellen) Kunden in einer attraktiven Zielgruppe**



# Impressionen. Junior Team Germany.



# Impressionen. Junior Team Germany.



# Impressionen. DGV Invitational 2019.



„Deka

# Win-win durch internen Golfexperten.

Dr. Holger Bahr, Leiter Volkswirtschaft DekaBank

- **Videos zum Thema Golf und Geldanlage**
- **Vorträge im Rahmen von Golfturnieren und -veranstaltungen, v.a. auch im Private Banking-Segment**
- Generell ist Dr. Holger Bahr mit seinen volkswirtschaftlichen Beiträgen ein großer Pluspunkt bei vielen internen und externen vertrieblichen Veranstaltungen (durch Veranstaltungscontrolling belegt)
- ▶ **Kommunikativer Nutzen: sehr hoch, Videos werden auch in Social Media zweitverwertet**
- ▶ **Vertrieblicher Nutzen: wird durch zielgerichtetes Einbauen der Vorträge in Vermarktung bewirkt. Vorträge von Dr. Bahr sind das Highlight von Vertriebsveranstaltungen**



# Werben mit Testimonials.

## Sponsoring im Profisport: Max Schmitt

---

- **Für die Saison 2018/2019 hat die Deka ihr Sponsoring-Programm durch den ehemals besten Amateurgolfer Deutschlands, Max Schmitt, erweitert**
- Mit drei Siegen und Platz zwei in der Order of Merit auf der Pro Golf Tour gelingt ihm 2017 der Durchbruch und Schmitt sichert sich als Amateur eine Spielberechtigung für die European Challenge Tour 2018 und seit 2019 auch für die European Tour
- **Auch Max Schmitt durchlief zuvor die Kadermannschaften des DGV und profitierte so von der gezielten Förderung des Spitzensports**
- Max Schmitt hatte sich für 2019 die volle Spielberechtigung für die European Tour gesichert, was ihn als Testimonial wertvoller machte
- **Kommunikationsziele: Blog und Webpräsenz wird stärker ausgebaut.**



# Impressionen. Max Schmitt.



# Nutzung aller relevanten Prints und Online-Kanäle zur Platzierung unseres Golf-Engagements



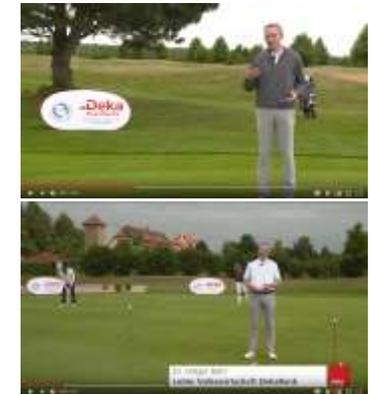
## Print:

- 2019 wurden 13 A4 Golfanzeigen von Deka Investments und Deka Private Banking in den folgenden Print Fachmedien platziert.

- Golf Magazin
- Golf TIME
- Golf Aktuell



- Im Gegenzug zu den Anzeigenschaltungen wurden von den Medienpartnern redaktionelle Beiträge zum Deka Golf-Cup in deren Publikationen integriert.
- Jährliches Sponsoring des Mitgliedsausweispaketes des DGV
- Pressemitteilungs-Texte werden Sparkassen für ihre Turniere auf Anfrage zur Verfügung gestellt



## Digital:

- Regelmäßige Nutzung von Facebook, YouTube, deka.golf.de und golf.de zur Platzierung von zielgerichteten Infos und Werbe-Botschaften

## Media-Reichweite:

- Zur Benefizturnierserie Deutsche Krebshilfe wurden im Zeitraum von März – Oktober 2019 73 Printartikel und 49 Online-Artikel mit einer Gesamtreichweite von über 2,5 Mio. publiziert.
- Zum Deka Golf-Cup wurden im Zeitraum von April – Oktober 2019 20 Printartikel und 14 Online-Artikel mit einer Gesamtreichweite von über 2,4 Mio. publiziert.

# Das Deka Golf-Engagement.

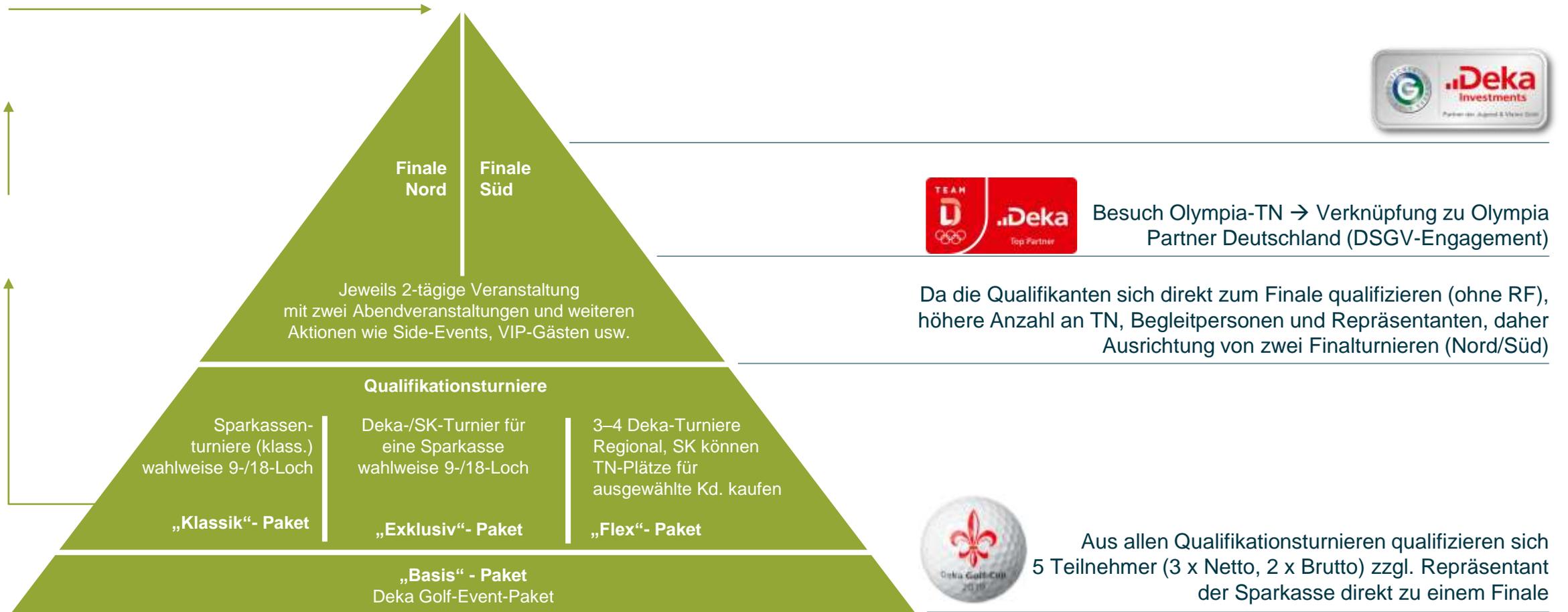
Der Deka Golf-Cup: Konzept, Teilnehmer  
und Kundennutzen.

**Deka**  
Investments



# Deka Golf-Cup – Neukonzeption 2017.

Einführung des Deka Golf-Cup bereits in 2002.

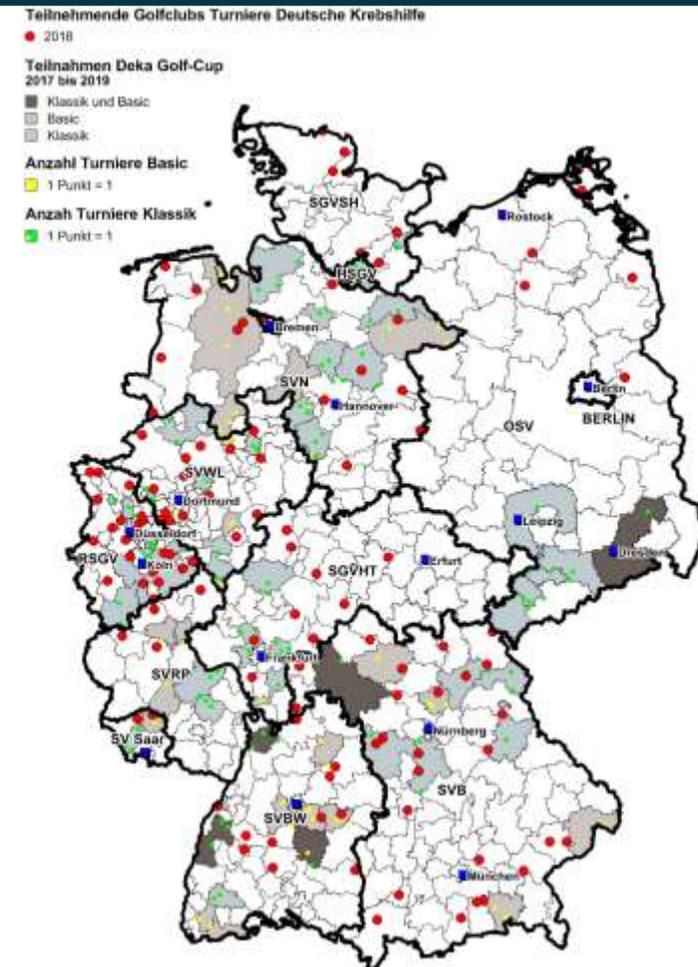


# Teilnehmende Sparkassen sind über alle Regionen verteilt, häufig auch „Wiederholungstäter“.

## Wesentlicher Bestandteil des Engagements: Deka Golf-Cup

- Der Deka Golf-Cup wird in 2019 zum 17. Mal ausgetragen.
- **An der Kundenturnierserie nehmen 2019 bundesweit über 5.000 Golferinnen und Golfer teil und spielten bei 36 Qualifikationsturnieren (mit 42 teilnehmenden Sparkassen) um den Einzug in das Deka Golf-Cup Bundesfinale.**
- Deka Golf-Basic-Paket: Für ca. 30 Kunden-Golfturniere nutzen Sparkassen das Deka-Angebot an professionellen Dienstleistungen und Materialien in jeder Projektphase.
- ▶ **Kommunikationsziele:** Einige Sparkassen nutzen die Turnierserie vor allem zur Imagesteigerung der Sparkasse sowie zur Bekanntheitssteigerung der Deka.
- ▶ **Vertriebliche Ziele:** Turniere werden sowohl für Kundenbindung als auch für -akquise genutzt.

## Übersicht über die Verteilung teilnehmender Sparkassen in Deutschland in den letzten 3 Jahren



**Wie viele Sparkassen haben seit Beginn der Turnierserie bereits Turniere mit der Deka veranstaltet?**

**Teilnehmende Sparkassen seit 2003**

**222 Sparkassen  
bundesweit**

# Teilnehmer pro Jahr seit 2017. (Qualifikationsturniere der Sparkassen – Endkunden)



2017	Deka Golf-Cup	3.070 TN
	Deka Golf-Basic-Paket	2.700 TN
2018	Deka Golf-Cup	3.270 TN
	Deka Golf-Basic-Paket	2.310 TN
2019	Deka Golf-Cup	3.380 TN
	Deka Golf-Basic-Paket	2.900 TN

# Teilnehmer am Finale pro Jahr seit 2017. (Spieler, Begleitpersonen und SK-Repräsentanten)



2017	Finale Nord Finale Süd	127 TN 145 TN	<b>Gesamt</b>	<b>272 TN</b>
2018	Finale Nord Finale Süd	166 TN 116 TN	<b>Gesamt</b>	<b>282 TN</b>
2019	Finale Nord Finale Süd	151 TN 134 TN	<b>Gesamt</b>	<b>285 TN</b>



# Welche Sparkassen machen in 2019 aktiv beim Deka Golf-Cup mit?

**20 Institute** bzw. **47%** der am Deka Golf-Cup teilnehmenden Sparkassen gehören zu den **100 ertragsstärksten Sparkassen** im Deka-Geschäft.



Zudem gehören **4 der bundesweit zehn größten Sparkassen** zu den Teilnehmern 2019.

# Feedback-Ergebnisse zum Deka Golf-Cup 2019.

**Gesamtbewertung Finals und des  
lokalen Golfturniers: 1,3**



**Attraktivität der Golfturnierserie und  
des angebotenen Dienstleistungs-  
Paketes: 1,4**

# Feedback-Ergebnisse zum Deka Golf-Cup 2019.

**Bewertung der Betreuung durch das Team der Deutsche Golf Sport GmbH im Vorfeld und während des Turniers: 1,3**



**Bewertung der Zusammenarbeit mit der Deka bei der Vor- und Nachbereitung sowie während des Turnier-Wochenendes: 1,1**

# Feedback-Ergebnisse zum Deka Golf-Cup 2019.



- Zentrale Ziele der teilnehmenden Sparkassen sind **ein nachhaltig positives Image für Sparkasse und Deka sowie eine hohe Kundenbindung** bei Ihren Golf affinen Top-Kunden (95%). **Diese Ziele** werden auch aus Sparkassen-Sicht **bestens erfüllt** (nahezu 100%).
- Deutlich **über 60%** von den Instituten, die das als Ziel hatten (74%), **geben an**, im Nachgang der Turnierserie mehr **Deka Investmentfonds verkauft zu haben**.

# Feedback-Ergebnisse zum Deka Golf-Cup 2019.



- Ebenfalls **über 60%** der Sparkassen, die das als Ziel hatten (76%), **haben die Turnierserie erfolgreich dazu genutzt, neue Kunden zu gewinnen.**
- **Auch bemerkenswert: 74%** aller teilnehmenden Sparkassen haben errechnet, dass die **längerfristigen Erträge die Kosten ihres Golf-Engagements übersteigen.**

# Was man noch wissen sollte zum herausragenden kommunikativen Nutzen des Golf-Sportes...

- Wenn Du denkst, es ist schwierig neue Leute kennen zu lernen, versuch mal den falschen Golfball aufzuheben.“ – Jack Lemmon (Schauspieler)
- „Achtzehn Golflöcher werden Ihnen über den Mitspieler mehr sagen als neunzehn gemeinsame Jahre am Schreibtisch.“ – Grantland Rice (Journalist)

# Das Golf-Engagement der DekaBank

## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

November 2019

**..Deka**  
Investments

