

Die PSW Sportmanagement in München hat seit dem 1. Februar dieses Jahres die kommerzielle Betreuung des deutschen Golfprofis Tobias Dier übernommen.

Dier wurde 1976 in Nürnberg geboren. Seine Interessen galten schon in Jugendjahren der Philosophie, Kunst und dem Sport. Heute betreibt er zudem Tai Chi, kocht gern und sammelt edle Weine.

Nach Abitur in Ebermannstadt und dem Studium der Bio-Chemie, wurde Dier nach jeweils 1. Platz in der Deutschen Golf Herren Amateurrangliste 1997 und 98 im September 1998 Golfprofessional.

Tobias Dier spielt seit der Saison 2008 für Fitting-company.de und ist einer von nur vier deutschen Profisportlern (neben den Klitschko Brüdern und Michael Schumacher) und der einzige Golfer, der Botschafter der Unesco ist. Es sind die außergewöhnlichen Sportler, die im Erfolg selbstkritisch erkennen, dass mehr Potential in ihnen steckt und sie noch längst nicht am Zenit ihrer Leistungsstärke angekommen sind. Nick Faldo und Tiger Woods sind populäre Beispiele in der jüngeren Golfgeschichte, die einen Relaunch ihrer Schwünge vorgenommen haben, obwohl sie schon

die größten Meisterschaften gewonnen hatten. Doch dies zu erreichen bedarf es Zeit, Willens und Glaubens an sich selbst. Auch Tobias Dier hatte sich nach großen, sportlichen Erfolgen für diesen harten Weg entschlossen. Sein klar definiertes Ziel heute ist es, all seine Erfahrung, die er auf der European Tour

Pressworldteam

aktuell

## Golf: Profi-Tuning für Business und Society



- Top Ten Platzierungen**
- 1. Platz TNT Open 2002 (ET)
  - 1. Platz North West of Ireland Open 2001 (CT,ET)
  - 2. Platz OKI Mahou Challenge de Espania 2007 (CT)
  - 3. Le Touquet Challenge de France 2000 (CT)
  - 3. Platz Finnish Masters 2000 (CT)
  - 4. Platz Oceanico Challenge Manchester 2007 (CT)
  - 4. Platz North West of Ireland Open 2000 (CT)
  - 8. Platz Günther Hamburg Classic 2000 (CT)
  - 9. Platz Mercedes Benz South African Open 2001
- Bei der TNT Dutch Open gelang Dier mit 60 Schlägen eine Traumrunde. Immer noch das niedrigste Ergebnis in der Geschichte der European Tour.

Etwa 80% sind über 30. Rund 50% haben ein Netto-Haushaltseinkommen von über 3.500 € und Abitur

oder Studium. Rund 75% der aktiven Golfer sind männlich. Der Golf sport und sein Umfeld erweist sich immer mehr als Top-segment an Attraktivität und Absatzpotential. Un-übersehbar sind die Entwicklung vom Randsport zur medienwirksamen Trend-sportart und das stetige Wachstum dieser Zielgruppe. Eine wirkungsvolle Ein-satzmöglichkeit Diers wä-ren laut PSW höchstwertige private Golfstunden oder etwa ein Testimonial für eine Kampagne zur Be-werbung einer Sportkollektion oder eines Ausrüsters für Schläger und Golf-bekleidung. Auch Golf-bag oder Spielkleidung Tobias Diers sind für das Firmen-Logo eines Herstel-lers oder seine Werbebot-schaft bei internen oder externen Veranstaltungen denkbar. Oder Dier steht ausgewählten VIP-Firmen-Kunden für eine gemein-same Runde Golf auf exquisiten Golfanlagen welt-weit zur Verfügung. Dabei könnte ein solcher indivi-dueller Programmablauf beispielsweise so aussehen: Bis zu sechs Teilnehmer pro Tag – Golfklinik mit Teepräsent – Unterricht auf der Range – gemeinsame 18 Löcher Runde mit Tipps u.a. zur Verbesserung der Platzstrategie und schließlich gemeinsames Essen, Diskussion und Ausklang.

sammeln konnte, auch als Trainer weiter zu geben. 600.000 aktive Golfspieler gibt es in Deutschland, das spricht für die besondere

Faszination dieses Sports, selbst für Anfänger und Durchschnittsspieler. Amitionierte Golfer sind eine einkommens- und konsumstarke Zielgruppe:

*Theo Kersche*