

studios in motion GmbH, Waldstraße 10, 33818 Leopoldshöhe

Golfresort Haugschlag GmbH & Co KG
Geschäftsführung
Haugschlag 160
A-3874 Haugschlag
Österreich

Datum	30. September 2026
Dokument	Gesamtkonzept
Ansprechpartner	René Pfeiffer
Telefon	05208 9999000
E-Mail	info@studios-in-motion.de

GESAMTKONZEPT

Neue Website für das Golfresort Haugschlag

Für Golfresort Haugschlag GmbH & Co KG · Stand 30. September 2026 · studios in motion GmbH

1. Worum es geht

Ihre Website gefällt Ihnen in Umfang und Charakter, sie stößt aber technisch an ihre Grenzen. Sie soll mehr Gäste erreichen und mehr Direktbuchungen bringen, in Google und in KI-Assistenten gefunden werden, das Hotel im Mittelpunkt behalten und den Golfsport sichtbar nach vorne stellen. Dazu soll sie unabhängig von fertigen Redaktionssystemen und deren Erweiterungen laufen, und Ihr Team soll Aktionsseiten und Nachrichten selbst veröffentlichen können.

Dieses Konzept beschreibt, wie wir das umsetzen. Es ist ein Arbeitsstand für die gemeinsame Abstimmung, keine abgeschlossene Planung. Das Angebot dazu erhalten Sie, sobald wir das Konzept gemeinsam besprochen haben.

Ihre Ziele, wie wir sie verstanden haben

- Mehr Besucher und mehr Direktbuchungen, damit weniger Provision an Buchungsportale geht.
- Auffindbarkeit in Suchmaschinen und in KI-Assistenten, und zwar in allen drei Herkunftsmärkten: Österreich, Deutschland und Tschechien.
- Das Hotel bleibt der Schwerpunkt, Golf rückt sichtbar nach vorne.
- Aktuelle Technik mit kurzen Ladezeiten, ohne Abhängigkeit von fremden Systemen.
- Aktionsseiten und Nachrichten schnell und in professioneller Qualität selbst veröffentlichen.
- Die Buchungsmaschine HUGO sauber und nahtlos eingebunden.

2. Was wir uns angesehen haben

Vor diesem Konzept haben wir Ihre heutige Website vollständig durchgesehen: Aufbau und Inhalte aller Seiten, die Buchungsstrecke, die Sprachversionen, die technische Grundlage und die Ladezeiten. Die folgenden Punkte sind uns aufgefallen. Sie sind der Grund, warum sich ein Neubau schneller auszahlt als eine Überarbeitung.

Ladezeit und Technik

GEMESSEN AUF DEM SMARTPHONE, STARTSEITE	HEUTE	ZIELWERT
Gesamtbewertung Geschwindigkeit	60 von 100	über 90
Bis das Hauptbild sichtbar ist	17,7 Sekunden	unter 2,5 Sekunden
Datenmenge der Startseite	9,2 Megabyte	unter 1,5 Megabyte
Technische Auffindbarkeit	89 von 100	100
Barrierefreiheit	83 von 100	über 95

Messung vom 17.09.2026 mit Google Lighthouse. Jede Sekunde Wartezeit kostet Buchungen, und Google bewertet die Ladezeit als Rangfaktor.

Inhalte

- Auf der Seite „4 Tage Golf unlimited“ stehen zwei verschiedene Preise und zwei verschiedene Ortstaxen. Solche Widersprüche übernehmen Google und KI-Assistenten unverändert.
- Im Quelltext der Startseite stehen noch die Winterschließung 2025 und ein Hinweis zur Stornierung aus der Zeit der Pandemie, dieser rund zwanzigmal. Für Besucher unsichtbar, für Suchmaschinen lesbar.
- Ihre beiden Championship-Plätze, das Aushängeschild des Resorts, haben je rund 120 Wörter Text. Bahnen, Längen, Par und Architekt stehen nur in der Scorecard als PDF und sind damit für Suchmaschinen praktisch nicht vorhanden.
- Gäste aus Deutschland und Tschechien können online keine Startzeit buchen, weil die Reservierung nur Mitgliedern des österreichischen Golfverbandes offensteht.
- Ihr Haubenkoch Markus Höller kommt auf der Seite des Restaurants nicht vor, sondern nur in einer Nachricht auf der Startseite.

- Die Fernmitgliedschaft mit Hotel, also genau das Produkt für Gäste aus Deutschland und Tschechien, ist nur eine Zeile in einer Preisliste.
- Fast alle Bilder haben keinen Alternativtext, die Seitentitel lauten „Home“, „Golf“ oder „Greenfee“. Beides sind einfache, aber wirksame Hebel für die Auffindbarkeit.
- Die Freizeitseiten nennen keine konkreten Orte, Entfernungen oder Öffnungszeiten. Genau diese Angaben brauchen Suchmaschinen und KI-Assistenten, um Ihre Region zu empfehlen.

Das ist keine Kritik an Ihrer Arbeit. Ein gewachsenes Redaktionssystem mit drei Sprachen und vielen Erweiterungen entwickelt solche Altlasten zwangsläufig. Wichtig ist: Alle Punkte sind beim Neubau ohne Mehraufwand zu beheben, weil wir die Inhalte ohnehin anfassen.

3. Der Ansatz: individuell entwickelt

Wir bauen Ihre Website nicht mit einem fertigen Redaktionssystem, sondern entwickeln sie individuell. Die Seiten werden vorab fertig erzeugt und als statische Dateien ausgeliefert. Das hat für Sie drei Folgen:

- Geschwindigkeit: Es gibt keine Datenbankabfrage und keine Programmausführung, wenn ein Gast die Seite aufruft. Die Seite ist da.
- Sicherheit: Es gibt keine Erweiterungen, die Sicherheitslücken mitbringen, und nichts, was wöchentlich aktualisiert werden muss.
- Unabhängigkeit: Sie sind an keinen Anbieter, keine Lizenz und keine Erweiterung gebunden. Was der Markt morgen verlangt, bauen wir ein, ohne auf einen Hersteller zu warten.

Gepflegt wird über unser eigenes Kundenportal. Dort finden Sie genau die Werkzeuge, die Sie brauchen, in Ihrer Sprache und ohne Fachbegriffe. Alles Übrige übernehmen wir für Sie.

Drei Sprachen von Anfang an

Deutsch, Englisch und Tschechisch bleiben erhalten, mit derselben Adressstruktur wie heute. Damit behalten Ihre Sprachversionen ihre Platzierungen. Ändert sich ein deutscher Text, meldet das System die englische und die tschechische Fassung als zu prüfen und legt eine Übersetzung als Entwurf vor. Freigegeben wird von Ihnen.

4. Aufbau der Website

BEREICH	INHALT UND ZWECK
Hotel	Zimmer und Fairway-Suiten mit je eigener Seite, Wellness und Kosmetik, Feiern und Tagen, Gutscheine. Der Schwerpunkt bleibt hier.
Golf	Ihre drei Plätze als vollwertige Seiten mit Bahnen, Längen, Par und Bildern statt nur als PDF. Dazu Greenfee, Startzeiten, Golfschule, Trackman, Club und Mitgliedschaft, Turniere, Webcam und der Platzstatus.
Kulinarik	Eigene Bühne für das Clubhaus-Restaurant mit Markus Höller, die Speisekarte als lesbare Seite statt als PDF, Tischreservierung, Bar, Gasthaus Perzy, Club Diciotto und das Gourmet-Wochenende.
Arrangements	Ihre Pauschalen aus einem gemeinsamen Preistraster: einmal gepflegt, überall richtig. Filterbar nach Dauer, Saison und Anreisetag, jede mit Buchungsknopf.
Golf ausprobieren	Der Einstieg für Gäste ohne Golferfahrung, siehe Abschnitt 7.
Aktionen	Ihre eigenen Aktionsseiten, siehe Abschnitt 8.
Region und Anreise	Das Waldviertel und Südböhmen mit konkreten Orten, Entfernungen und Tipps. Dazu eine eigene Seite je Herkunftsmarkt, siehe Abschnitt 5.
Gruppen und Firmen	Eigener Weg für Golfgruppen, Reiseveranstalter, Firmenturniere und Seminare, also für die größten Buchungen.
Aktuelles	Nachrichten und Veranstaltungen. Regelmäßig neue Inhalte sind ein wichtiges Signal für Google.

Der Einstieg: Was führt Sie nach Haugschlag?

Ihre Gäste kommen aus sehr unterschiedlichen Gründen. Die einen suchen ein Hotel im Waldviertel, die anderen einen Golfurlaub, wieder andere wollen eine Runde spielen oder Golf überhaupt erst kennenlernen. Eine Startseite, die allen zugleich alles zeigt, kann keinen Schwerpunkt setzen. Deshalb beginnt die neue Startseite mit einer einfachen Frage und vier Antworten:

EINSTIEG WOHN ER FÜHRT

Urlaub im Hotel	Zimmer und Suiten, Wellness, Kulinarik und das Waldviertel. Hauptziel ist die Buchung eines Zimmers.
Golfurlaub	Hotel und Golf zusammen: die Arrangements, Ihre Plätze, die Anreise. Hauptziel ist die Buchung eines Arrangements.
Golf spielen	Für Tagesgäste und Golfer aus der Region: Greenfee, Startzeiten, Platzstatus, Golfschule, Mitgliedschaft und Turniere.
Golf ausprobieren	Für Gäste ohne Erfahrung: der Herrensee, Leihschläger und Schnupperkurs, siehe Abschnitt 7.

Die Frage ist ein Angebot und keine Schranke. Wer direkt buchen möchte, findet die Buchungsleiste weiterhin ganz oben, und die gewohnte Navigation bleibt vollständig erhalten. Wer über Google auf einer Unterseite einsteigt, ist ohnehin schon im passenden Bereich.

Jeder Bereich hat ein klares Hauptziel und zeigt den Weg in den Nachbarbereich: Der Hotelgast erfährt, dass er Golf ohne Vorkenntnisse ausprobieren kann, der Golfer sieht das passende Arrangement. Die Website merkt sich die Auswahl auf dem Gerät des Gastes, ohne Anmeldung. Beim nächsten Besuch stehen die passenden Inhalte und der passende Knopf gleich vorn. Im Golfbereich führt eine zweite, kleinere Auswahl weiter: Runde spielen, Golf lernen, Mitglied werden.

So bleibt das Hotel der Schwerpunkt für alle, die ein Hotel suchen, und Golf steht für alle vorn, die wegen Golf kommen. Nebenbei sehen Sie, wie sich Ihre Besucher auf die vier Einstiege verteilen.

Darunter zeigt die Startseite die Top-Arrangements, die aktuelle Aktion, die Kulinarik, Ihre Auszeichnungen und Gästebewertungen, die Region und die Nachrichten.

5. Drei Märkte, drei Sprachen

Hauschlag liegt für drei Märkte günstig, die sich in Sprache und Suchverhalten unterscheiden. Für jeden Markt entsteht eine eigene Anreiseseite mit Fahrzeit, Route, Bahn und Bus, den passenden Arrangements und der Antwort auf die Frage, warum sich die Fahrt lohnt.

MARKT	QUELLORTE MIT ENTFERNUNG	GEFRAGT IST
Österreich	Wien 130 km, Linz 94 km, St. Pölten 96 km	Kurzurlaub und Wochenende, Golfwochenende in Niederösterreich

MARKT	QUELLORTE MIT ENTFERNUNG	GEFRAGT IST
Tschechien	Prag 130 km, České Budějovice 42 km, Brunn 116 km, Jindřichův Hradec 19 km	Golfhotel in Südböhmen, Golf direkt an der Grenze
Deutschland	Passau 127 km, Regensburg 215 km, Dresden 249 km, München 272 km, Nürnberg 293 km	Golfwoche und Arrangement mit Anreise am Freitag, Golfurlaub in Österreich

Die Suchbegriffe je Markt haben wir mit dem Google-Keyword-Planer geprüft, damit die Seiten auf tatsächliche Nachfrage treffen und nicht auf Vermutungen. Die Auswertung legen wir der Konzeptphase bei.

6. Sichtbar in Google und in KI-Assistenten

Immer mehr Gäste fragen nicht mehr Google, sondern ChatGPT, Gemini oder Perplexity, oder sie lesen nur die KI-Antwort über den Suchergebnissen. Diese Systeme zitieren Seiten, die klare Fakten liefern und sich nicht widersprechen. Darauf richten wir die Website aus:

- Strukturierte Daten für Hotel, Restaurant, alle drei Golfplätze, jede Pauschale, jede Veranstaltung und jede Frage-Antwort-Sammlung. Damit versteht eine Maschine, dass Sie ein Resort mit drei Plätzen sind, und nicht nur, dass das Wort „Golf“ auf der Seite steht.
- Fakten in klarer Sprache: Preise, Entfernungen, Öffnungszeiten, Bahnlängen, jeweils aus einer einzigen Quelle gepflegt, damit Widersprüche wie heute nicht wieder entstehen.
- Frage-Antwort-Blöcke in der Sprache Ihrer Gäste, zum Beispiel „Brauche ich eine Platzreife?“ oder „Wie weit ist es von Prag?“.
- Eine Datei llms.txt, die KI-Systemen den Aufbau der Website erklärt, dazu ein Änderungsdatum je Seite.
- Alle rund 205 bisherigen Adressen, dazu PDFs und Bilder, werden auf die neuen Seiten umgeleitet. Ihre heutigen Platzierungen gehen dadurch nicht verloren.
- Abgleich Ihrer Google-Unternehmensprofile, und zwar geprüft, ob eigene Profile für die Golfplätze und das Restaurant sinnvoll sind.

7. Golf im Urlaub ausprobieren

Am Golfclub Herrensee kann man ohne Vorkenntnisse, ohne Mitgliedschaft und ohne eigene Schläger eine Runde spielen. Das ist ein echtes Alleinstellungsmerkmal, auf Ihrer Website aber fast unsichtbar:

auf der Startseite gar nicht, auf der Golfseite in einem Nebensatz.

Das ist einer der Schwerpunkte des Neubaus, gleichrangig neben Hotel, Golf für Golfer, Kulinarik und den drei Märkten. Wir sprechen Ihre Gäste dabei so an, wie sie selbst denken: ohne Erfahrung, zum ersten Mal, ohne eigene Ausrüstung. Für die Auffindbarkeit nutzen wir die Begriffe, nach denen tatsächlich gesucht wird, zum Beispiel Schnupperkurs, Golfkurs für Anfänger, Golf ohne Mitgliedschaft und Platzreife.

- Eine Leitseite „Golf im Urlaub ausprobieren“ schon zum Start, in allen drei Sprachen.
- Ein buchbares Angebot: Hotel, Runde am Herrensee mit Leihschlägern und eine Schnupperstunde mit dem Pro. Ob es ein solches Paket bei Ihnen schon gibt oder wir es zusammenstellen, klären wir gemeinsam.
- Ein eigener Einstieg auf der Startseite für Gäste, die noch nie gespielt haben, dazu ein fester Hinweis auf den Hotel-, Wellness- und Arrangementseiten.
- Antworten auf die Fragen, die solche Gäste wirklich stellen, damit Google und KI-Assistenten sie ausgeben können.
- Eine klare Treppe: ausprobieren, dann Schnupperkurs, dann Platzreife im Urlaub, dann Fernmitgliedschaft mit Hotel.
- Ihre bestehenden mitfit-Angebote binden wir dabei deutlich sichtbarer ein als heute, mit Erklärung, Preis und Termin, und so, dass messbar wird, welche Stelle der Website welchen Kurs verkauft.

Ehrlich bleiben gehört dazu: Ohne Vorkenntnisse spielbar ist der Herrensee, nicht die Championship-Plätze. Genau das sagen wir auch.

8. Buchung: HUGO nahtlos eingebunden

Heute verlassen Ihre Gäste beim Klick auf „Buchung“ die Website und landen in einem fremd gestalteten Fenster. Wir haben deshalb geprüft, was HUGO technisch zulässt. Daraus ergeben sich zwei Stufen, die zum Start fertig sind, und zwei weitere Möglichkeiten, die wir gemeinsam mit Ihnen und mit HUGO klären.

Zum Start fertig

STUFE	WAS IHR GAST ERLEBT
Vorbefüllte Buchung	Eine Buchungsleiste in Ihrem Design auf jeder Seite. Jedes Zimmer, jede Pauschale und jede Aktionsseite öffnet die Buchung mit Zimmerkategorie, Pauschale und Zeitraum bereits ausgefüllt. Wer lieber fragen möchte, kommt mit einem zweiten Knopf in Ihre Angebotsanfrage.
Buchung unter Ihrer Adresse	Die Buchungstrecke läuft eingebettet auf golfresort.at. Ihre Kopfzeile bleibt stehen, darüber eine Zusammenfassung der Auswahl. Der Gast verlässt Ihre Website nicht mehr.

Eine praktische Erprobung haben wir bereits gemacht: Die Buchungstrecke lässt sich auf einer fremden Adresse einbetten und nimmt Pauschale und Zeitraum korrekt an. Den Bezahlschritt prüfen wir vor dem Start gemeinsam mit HUGO im Testmodus. Ein Vorschau-Entwurf der Einbindung liegt bereit und kann Ihnen im Termin gezeigt werden.

Möglichkeiten, die wir gemeinsam klären

MÖGLICHKEIT	WORUM ES GEHT
Buchung im Design der Website	HUGO hat im September 2026 eine neue Fassung der Buchungsmaschine vorgestellt. Nach Angaben von HUGO lassen sich dort Farben, Schriften, Logo und Titelbild einstellen. Ob diese Fassung für Sie infrage kommt und zu welchen Bedingungen HUGO sie anbietet, klären wir gemeinsam. Entscheiden Sie sich dafür, richten wir die Gestaltung passend zur neuen Website ein.
Gutscheine	HUGO bietet ein eigenes Wertgutscheinsystem an. Ob es Ihren heutigen Gutschein-Shop ablösen kann und soll, besprechen wir mit Ihnen. Der Gutscheinverkauf bleibt in jedem Fall von der neuen Website aus erreichbar.

Als spätere Erweiterung denkbar, sobald HUGO die Daten dafür bereitstellt: der „ab“-Preis und die freien Termine direkt auf Ihren Arrangement- und Aktionsseiten. Bis dahin kommen die Preise aus dem gemeinsamen Preistraster.

Bessere Messbarkeit der Buchungen

Heute lässt sich nicht sauber erkennen, welche Seite zu einer Buchung geführt hat. Unser Ziel ist, dass Sie sehen, über welche Seite, welche Sprache und welchen Markt Ihre Buchungen zustande kommen. HUGO kann nach eigener Dokumentation die Schritte der Buchungstrecke bis zum Abschluss an Google Analytics melden. Darauf bauen wir auf und räumen dabei die heutige Zählung auf.

Voraussetzungen dafür:

- Die Übermittlung der Buchungsschritte ist in Ihrem HUGO-Konto aktiviert.
- Wir erhalten Zugang zu Google Analytics und zum Google Tag Manager.
- Ihre Gäste stimmen der Auswertung im Einwilligungsbanner zu. Gemessen wird nur mit Einwilligung.

Wie vollständig die Messung in der eingebetteten Buchungsstrecke gelingt, prüfen wir vor dem Start gemeinsam mit HUGO.

9. Was Sie selbst pflegen

Sie sollen nicht Website-Betreuer werden. Selbst pflegen sollen Sie nur das, was schnell gehen muss. Dafür bauen wir zwei Werkzeuge in Ihr Kundenportal:

- Aktionsseiten: Vorlage wählen, Texte und Bilder einsetzen, Zeitraum eintragen, Vorschau ansehen, veröffentlichen. Vorschläge für Seitentitel und Beschreibung, das Vorschaubild für soziale Netzwerke, die strukturierten Daten und der vorbefüllte Buchungsknopf entstehen automatisch. Jede Aktion erhält ein Ablaufdatum und verschwindet danach von selbst, damit keine veralteten Hinweise stehen bleiben.
- Nachrichten: derselbe Weg für Neuigkeiten aus dem Resort, mit Übersicht, Archiv und Anschluss an Ihr Google-Unternehmensprofil.

Beide Werkzeuge liefern auch einen Übersetzungsentwurf für Englisch und Tschechisch. Alle anderen Änderungen an den Inhalten, von Texten über Preise bis zur Bildpflege, machen wir für Sie. Eine kurze Nachricht genügt.

10. Betreuung über 24 Monate

Wir stellen Ihnen keine Website hin und verabschieden uns. Die neue Website entsteht von Oktober 2026 bis Februar 2027 und geht in Ihrer Winterpause an den Start, rechtzeitig vor der Saison 2027. Danach betreuen wir sie zwei Jahre lang.

Suchmaschinen und KI-Assistenten verändern sich derzeit schneller als je zuvor, und welche Anforderungen in einem Jahr gelten, weiß heute niemand. Die Betreuung sorgt dafür, dass Ihre Website technisch auf dem Stand bleibt und Ihre Inhalte jederzeit stimmen. Das hält außerdem Ihre Anfangsinvestition niedrig.

Was die Betreuung umfasst

BAUSTEIN	WAS WIR FÜR SIE TUN
Betrieb und Technik	Serverleistung, Sicherungen, Überwachung und technische Aktualisierungen. Die Website bleibt schnell, sicher und erreichbar, ohne dass Sie sich darum kümmern müssen.
Google und KI-Assistenten	Wir halten die technische Grundlage an neue Anforderungen von Suchmaschinen und KI-Assistenten angepasst, zum Beispiel bei strukturierten Daten, Ladezeit und Auszeichnung der Inhalte.
Pflege Ihrer Inhalte	Texte, Bilder, Preise, Pauschalen, Öffnungszeiten, Veranstaltungen: Wir ändern die Inhalte Ihrer Website für Sie. Eine kurze Nachricht genügt, Sie sehen eine Vorschau und geben frei.
Beratung und Auswertung	Einmal im Quartal sehen wir gemeinsam auf die Zahlen: Sichtbarkeit je Markt, Sichtbarkeit in KI-Assistenten, Buchungen und Kursanfragen. Daraus leiten wir Empfehlungen für Ihre Inhalte ab.

Erweiterungen

Die Betreuung hält den vereinbarten Umfang der Website aktuell. Neue Funktionen und neue Bereiche gehören nicht dazu. Wenn Sie die Website später erweitern möchten, erhalten Sie dafür ein eigenes Angebot. Einen festen Fahrplan geben wir dafür bewusst nicht vor: Sie entscheiden, was Sie wann brauchen, und müssen auf nichts warten.

11. Was wir von Ihnen brauchen

- Eine Ansprechperson bei Ihnen und die Teilnahme an einem ausführlichen Startgespräch (circa zwei Stunden). Das Gespräch findet online statt, damit wir ohne Reisezeit früher in die Umsetzung kommen.
- Zugang zu Google Search Console, Google Analytics und dem Google-Unternehmensprofil, damit wir den Ausgangswert messen können.
- Ihre Preise und Leistungen für 2027 je Pauschale und Saison, sobald sie feststehen.
- Bildmaterial, soweit vorhanden. Für die Golfplätze empfehlen wir Aufnahmen aus der Luft, wenn Golf sichtbar nach vorne rücken soll. Ein Shooting ist nicht Teil unserer Leistung und wird von Ihnen beauftragt. Gern sagen wir Ihnen, welche Motive und Formate wir für die Website brauchen.

- Die Freigabe der tschechischen Texte durch eine Person mit Sprachkenntnis auf Ihrer Seite. Die Übersetzungen legen wir vor, die inhaltliche Freigabe übernehmen Sie.
- Einen Ansprechpartner bei HUGO, mit dem wir die Einbindung, die Messung und die offenen Fragen zur Buchungsmaschine abstimmen können.

12. Offene Punkte

Diese Fragen klären wir gemeinsam, bevor die Umsetzung beginnt. Sie beeinflussen den Umfang nicht wesentlich, aber die Reihenfolge.

- Startzeiten: Gäste aus Deutschland und Tschechien können heute nicht online reservieren. Gibt es einen Weg über Ihren Club oder golf.at, oder lösen wir es als Anfrage und als Bestandteil der Arrangements?
- Welche Feiertagspauschalen gelten 2027? In den Sprachversionen stehen dazu unterschiedliche Stände.
- Buchungsmaschine: Kommt die neue Fassung von HUGO für Sie infrage, und zu welchen Bedingungen bietet HUGO sie an?
- Gutscheine: Bleibt der heutige Gutschein-Shop, oder läuft der Verkauf künftig über das Gutscheinsystem von HUGO?
- Bleibt der Newsletter bei Mailchimp, oder sollen wir Gestaltung und Versand künftig übernehmen? Wir bieten das als Zusatzleistung an, abgestimmt auf die Aktionen und Nachrichten der Website.
- Bleibt der Bereich für Clubmitglieder öffentlich oder bekommt er einen Zugang?
- Gibt es das Paket „Golf ausprobieren“ schon, und wie ist der Weg vom Hotel zum Herrensee organisiert?
- Die Website des Golfclubs Herrensee ist nicht Teil dieses Konzepts. Wenn Sie sie einbeziehen möchten, machen wir dazu ein eigenes Angebot.

Dieses Konzept ist ein erster gemeinsamer Arbeitsstand. Es beschreibt, was wir nach unserem Gespräch und nach unserer eigenen Recherche über Ihre heutige Website und Ihre Märkte wissen. Die Details klären wir in einem ausführlicheren Termin miteinander, und dort setzen wir auch die Reihenfolge fest. Fest ist bis dahin nur der Rahmen: individuell entwickelt, drei Sprachen, Buchung nahtlos eingebunden, gemeinsam betreut.