

## Golfkongress und Golf Business-Cup 2010 zum zweiten Mal in Nürnberg



*Eine positive Bilanz zogen die Veranstalter vom Golfkongress und Golf Business-Cup 2010, die dieses Jahr nach 2008 zum zweiten Mal stattfanden. Sowohl das B2B-Golfturnier am 15. September im Golfclub Abenberg, als auch die Fachtagung an den beiden darauf folgenden Tagen im CongressCenter Nürnberg (NürnbergMesse GmbH) haben sich als wichtige Veranstaltungen in der Golfbranche etabliert.*

Ideell getragen wurden die Veranstaltungen vom Deutschen Golf Verband (DGV), der Professional Golfers Association of Germany (PGA), dem Golf Management Verband Deutschland (GMVD), dem Greenkeeper Verband Deutschland (GVD) sowie dem Bundesverband Golfanlagen (BVGA). Auch die beiden Fachtitel „Golfmanager“ und „Rasen“ unterstützten den Kongress, der außerdem in diesem Jahr die Verbandstagungen von GMVD und BVGA ersetzte.

„Es gibt kein schlechtes Wetter, nur schlechte Kleidung“ – so lautete das Motto der Teilnehmer beim Golf Business-Cup 2010 am 15. September im Golfclub Abenberg. Wie bereits 2008 leitete das B2B-Golfturnier den Golfkongress ein, der am 16. und 17. September im CongressCenter Nürnberg (NürnbergMesse GmbH) durchgeführt wurde. Und so blieb die Stimmung der Turnierteilnehmer trotz Regenschauer positiv, nicht zuletzt durch den guten Zustand des Platzes und die insgesamt reibungslose Organisation.

Zur Freude der Teilnehmer gab es beim Abschlag des Nearest-to-the-Pin-Lochs Düsseldorf Altbiere, ausgeschrieben vom IST-Studieninstitut. Und das übersichtliche Leaderboard wurde von PROMotion Golfevents gestellt.

Gesellschaftlicher Höhepunkt des von allen Golfverbänden gemeinsam veranstalteten B2B-Turniers war die Abendveranstaltung im Nürnberger Messezentrum. Während des Get-togethers im CCN Ost erhielten die Turnierteilnehmer eine ganz besondere Aufmerksamkeit: einen personalisierten Kriminalroman, den der Verlag Eins-wie-keins aus München produziert hat.

Nach der offiziellen Begrüßung durch Rolf Keller von der NürnbergMesse GmbH, Hanns-Jürgen Redeker vom BGL und Detlef Hennings, Präsident des GMVD, folgte die Siegerehrung. Den Siegern des Tages wurden von Detlef Hennings, Andreas Dorsch, Organisator und GMVD-Geschäftsführer, und Thomas Hasak, Geschäftsführer des BVGA, hochwertige Preise überreicht: So erhielten der 1. Bruttosieger einen Aufenthaltsgutschein für das exklusive Fünfsterne-Superior-Hotel Interlpen-Hotel Tyrol auf dem Seefelder Hochplateau, die 1. Bruttosiegerin einen Sonocaddie (gesponsert von GolfSyndikat) sowie je einen Chervo Bekleidungsgutschein. Des Weiteren gewannen die zweiten Bruttosieger Damen und Herren BlackBerrys (gesponsert von der DGS) und Gutscheine für HIRZL Golfhandschuhe.

Die Erst- bis Drittplatzierten der Nettoklassen A bis C konnten sich über wertvolles TITAN Gepäck, Business- oder Laptoptaschen sowie Gutscheine für HIRZL Golfhandschuhe freuen, die Gewinner der Sonderauswertungen „Longest Drive“ wurden mit Chervo Bekleidungsgutscheinen, die Gewinner von „Nearest to the Pin“ mit einem Weiterbildungsgutschein des IST-Studieninstituts bedacht.

Darüber hinaus überreichte Thomas Hasak dem Betreiber der Golfanlage Steißlingen, Peter Ridley, den „Owners-Cup“ Bundesverband Golfanlagen e.V. (BVGA), der im Rahmen des Golf Business-Cup ausgetragen wurde. Peter Ridley holte sich den Wanderpokal mit 25 Bruttopunkten zum zweiten Mal.

Während der sehr schönen Abendveranstaltung mit Live-Musik und Flying Buffet wurden auch die Bilder des Golftags gezeigt.

Beeindruckender Vortrag von Extrem-Kletterer Stefan Glowacz  
Hochkarätige Referenten und Vorträge nah am Berufsalltag machten den „Golfkongress 2010“, der im Rahmen der „2. Deutschen Golfplatztage“ und der GaLaBau am 16. und 17. September stattfand, zur Top-Fortbildungsveranstaltung für Fach- und Führungskräfte im Golfmanagement und Interessierte. Präsentiert wurde die Veranstaltung von der Deutsche Golf Online GmbH.

Offiziell eröffnet wurde der Golfkongress durch den DGV-Vizepräsidenten Frank Thonig, der sich in seiner Rede u.a. bei der Geschäftsleitung der NürnbergMesse GmbH für die tatkräftige Unterstützung bei der Umsetzung der Deutschen Golfplatztage und des Golfkongress bedankte.

Rund 140 Teilnehmer besuchten an den beiden Kongresstagen die verschiedenen Vorträge, die ein breit gefächertes Themenspektrum abdeckten. Auch sie erhielten zur Begrüßung den personalisierten Kriminalroman. Das originelle Geschenk fand dabei großen Anklang.

Zu den Highlights des ersten Kongresstags zählten die Ausführungen von Stefan Glowacz und Panos Meyer. Der Extrem-Kletterer und Selfmade-Unternehmer Stefan Glowacz schilderte in seinem Vortrag zum Thema „Abenteuer Unternehmen“ anhand seiner Expeditionen die Probleme und entsprechenden Lösungen bei einem Gang an die persönliche Leistungsgrenze. Panos Meyer, Geschäftsführer der Deutsche Golf Online GmbH, stellte „Trends im Onlinebereich“ und ihre Bedeutung für den Golfclub vor und gab den Teilnehmern Tipps, die den Cluballtag erleichtern. Aber auch die weiteren Vorträge fanden regen Zuspruch. So referierte Marketingexperte Martin Suiter über das Thema „Golfmarkt – Sich miteinander messen“, und Hubertus Kühne vom Freizeitunternehmen Haus Kambach in Eschweiler ging in seinem Vortrag „Profitcenter Golf Shop“ der Frage nach, ob ein Golf Shop in der heutigen Marktsituation eine Chance hat.

Auf großes Interesse stieß die Podiumsdiskussion am Ende des ersten Kongresstags. Alle Präsidenten der deutschen Golfverbände stellten sich der Diskussion zum Thema „Einfluss der Verbände auf die Entwicklung des Golfmarkts“, die von Uwe Bornemeier moderiert wurde. Am angeregten und konstruktiven Gespräch beteiligten sich Stefan Quirmbach von der PGA of Germany, Hans Joachim Nothelfer vom Deutschen Golf Verband, Detlef Hennings vom Golf Management Verband Deutschland, Hubert Kleiner vom Greenkeeper Verband Deutschland sowie Alexander Freiherr von Spoercken vom Bundesverband Golfanlagen. Somit waren alle Präsidenten der fünf deutschen Golfverbände vertreten, was einige Teilnehmer als „historisch“ bezeichneten.

Der Vortrag von Eicko Schulz-Hanßen vom Golf Club St. Leon-Rot sowie Horst Schubert vom Golf & Country-Club Seddiner See über „Qualität- und Umweltmanagement aus der Sicht des Golfmanagers“ zu Beginn des zweiten Kongresstages war für viele Zuhörer ein weiterer Höhepunkt der Veranstaltung, da sie zahlreiche Informationen und Tipps für die tägliche Arbeit der Clubmanager erhielten. Ebenfalls praxisorientiert war der Vortrag von Golfplatzdesigner David Krause über „Masterplanning – Das Update Ihres Golfplatzes“. Einen Blick über den Tellerrand boten die Ausführungen von Diplom-Personal-Coach Toni Carriero, der über das Thema „Mut zur Veränderung – Gekannt Kunden gewinnen und halten“ referierte, sowie vom Mental-Coaching-Spezialisten Herbert Forster, der über „Managementprinzipien aus dem Leistungssport“ sprach.

Während des Kongresses gab es noch ein Gewinnspiel. So wurden unter allen Teilnehmern ein „Finanzcockpit“ von Dreamteam solutions und fünf Bildbände, gesponsert von der Mannheimer Versicherung AG, verlost.

Die Teilnehmer des Golfkongresses 2010 zeigten sich rundum zufrieden. Das aufgelockerte und abwechslungsreiche Programm, die gute Mischung aus praxisorientierten Themen und branchenfremden Vorträgen, der sehr gute Tagungsort im CCN Ost der Messe Nürnberg sowie die umsichtige Organisation durch die Münchner Agentur Matchpoint PR kamen auch bei der zweiten Veranstaltung dieser Art wieder rundherum gut an.

[Was sind Tags / Social Tagging? \(/help/tags\)](#)

© Kern & Kern Media und Verlag GmbH & Co. KG 2010

Alle Rechte vorbehalten. [Vervielfältigung nur mit Genehmigung der Kern & Kern Media und Verlag GmbH \(/impressum\)](#)