Hummer oder Würstchen?

Die Golfklientel wird gnadenlos überschätzt – zumindest, wenn es um ihre Lust auf exquisite Menüs nach der Runde geht. Deutschlands Club-Gastronomen wissen das aus eigener (oftmals leidvoller) Erfahrung **Von Jupp Suttner**

Das Interview gilt in Golfkreisen als legendär. Geführt hat es – Ende des letzten Jahrhunderts – der Bayerische Rundfunk. Und der Interviewte, ein Golfclub-Boss namens Dr. Urs Zondler, positionierte voller Selbstbewusstsein seine Anlage Beuerberg, zwischen München und Garmisch-Partenkirchen gelegen: „Es gibt McDonald's-Plätze und es gibt Tantrisplätze. Wir sind ein Tantrisplatz. Wer bei uns Mitglied werden will, muss mit meiner Frau und mir Essen gehen. Anschließend entscheiden wir, ob wir ihn aufnehmen." Es galt, Witzigkeit und Tischmanieren zu demonstrieren.

McDonald's kennt jeder. Wer das Tantris nicht kennt: War und ist ein berühmtes Edel-Restaurant in München. Dass ausgerechnet diese beiden Verköstigungsstätten als Vergleich zwischen zwei Golfclub-Arten herhalten mussten, offenbart, wie tief Essen und Trinken im Unterbewusstsein des Schlägerschwingersports verankert sind. Was sich sogar mit harten Fakten beweisen lässt: Auf dem Bewertungsbogen für die Anlagen, die zur „Leading Golfclubs of Germany"-Gemeinschaft gehören, steht welches einzelne Detail als am wichtigsten von allen an erster Stelle? Genau: das Restaurant. Mit 15 Prozent Anteil wird es weder vom Green-Zustand noch von der Fairway-Beschaffenheit übertroffen. Gastro ist von 16 Bereichen der Spitzenreiter.

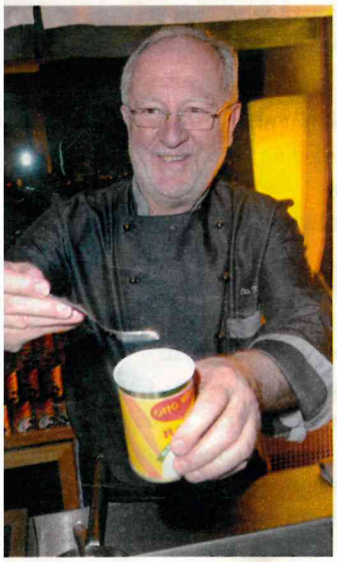
Deutlich signalisiert hat dies auch der GC Starnberg. Als dort Werner Pröbstl als neuer Präsident antrat, ließ er als Erstes den Pro Shop von seinem prominenten Platz an eine andere Ecke des Geländes verlegen – um Platz für eine Bar an dieser günstigen Position zu besitzen. Das berühmte 19. Loch.

Fotos: Gettyimages / Adam Berry, Luca Teuchmann; Shutterstock / HelgaBragina, Ljupco Smokovski, art nick, xpixel

So fulminant die Bezeichnung erst einmal klingt, so tragisch ist das Thema Golf-Gastronomie jedoch bei genauerer Betrachtung. Rund 80 Prozent aller Pächter, die sich auf ein Golfplatz-Engagement einlassen, kommen laut einer inoffiziellen Expertenschätzung nicht auf ihre Kosten. Andere sprechen gar von 90 Prozent. Dementsprechend hoch ist auf vielen Anlagen die Fluktuation der Betreiber: jedes Jahr ein neuer Wirt.

TV-Koch Stefan Marquardt gab ein Gastspiel im GC Olching, ...

Der Grund ist simpel: Trotz oft traumhafter Terrasse mit Sonnenuntergangsblick auf das 18. Loch, was die gute Laune und die Freigiebigkeit ja eigentlich heben müsste, wird einfach zu wenig Umsatz erwirtschaftet. Weil die Golfer(innen) vielfach zu wenig ausgeben. „Die neuen Pächter", so Andreas Dorsch, Geschäftsführer des Golf Management Verbands Deutschland (GMVD), „überschätzen oft das Potenzial der Golfer und denken, das seien alles Millionäre, die nur Krebse und Hummer verzehren. Die Wirte gehen oft hoch motiviert in die ersten zwei, drei Monate – doch dann wendet sich nach vielleicht zwei Regenwochen plötzlich das Blatt." Und die Restaurant-Kasse wird immer leerer. Frust entwickelt sich beim Pächter. „Er hat", so Dorsch, „täglich die fast gleichen Gäste vor der Nase – und die essen dann die ganze Woche Wiener mit Kartoffelsalat, aber wollen dafür beim Sponsorenturnier zwei Mal Nachschlag ..." Starnbergs Pröbstl: „Es wird des geringen Verdienstes wegen immer schwieriger, Pächter zu finden. Denn viele haben erkannt, dass sie da nicht nur Gastronom, sondern auch Privatsklave der Mitglieder sind." Ein gewaltiges Problem bildet auch der Köche-Mangel in ganz Mitteleuropa: Der Berufsstand ist gefragt wie vielleicht noch nie zuvor. Händeringend werden Menschen mit hohen Hauben gesucht. Dem Wirtschaftsteil der SZ war vor Kurzem zu entnehmen, dass inzwischen sogar Headhunter eingesetzt werden, um Personal für den Herd zu beschaffen.



... Otto Koch in Valley

Warum ist es „ein ewiger Kampf und oft ein Krampf"?, wie Andreas Dorsch weiß. „Weil das so ein Spannungsfeld zwischen Mitgliedern, Gästen und dem Club ist." Lösung: „Der Club muss die Gastronomen mit niedrigen Pachten binden. Der Golfclub am Seddiner See etwa betrachtet das als ‚Service-Bereich' und verlangt fast keine Pacht – damit er nicht alle zwei Jahre jemand Neues suchen muss."

Der gebürtige Schweizer Zondler vom GC Beuerberg hat seine Köche sogar ganzjährig angestellt, obwohl die Anlage im Winter geschlossen ist. Er schickt seine Gastronomen in der kalten Jahreszeit „auf Fortbildung", wie er es nennt. Etwa „nach Tokio wegen der rohen Fische dort, nach Florida in Sachen Hummer, nach St. Moritz der Teigwaren zuliebe „und ins Berner Oberland, damit die lernen, wie man richtige Rösti macht". Zondlers Devise für seine Crew: „Kocht so, wie die Oma gekocht hätte, wenn sie hätte kochen können. Also nicht die halbgaren Möhren und diesen ganzen Dreck da, sondern sehr gute Hausmannskost."

Ehe die Beuerberg-Gastronomie rentabel wurde und nunmehr schwarze Zahlen schreibt, „habe ich 35 Jahre lang Minus gemacht", so Zondler. „Ich bekam sogar Probleme mit dem Finanzamt, weil die mich beschuldigten, das sei kein Geschäft, sondern eine Liebhaberei."

Manche versuchen es mit einem Caterer als Betreiber und wieder andere mit Star-Köchen – beim GC Olching nahe München etwa brutzelte zwei Jahre lang der „Cooking is like punkrock"-Fernsehauftreter Stefan Marquardt, der eine Weile lang auch noch die AEG-Turnierserie bekochte. Auf die Frage von SZ golf spielen „Was haben Sie für Erfahrungen mit Golfer/innen gemacht?" lässt sein Management ausrichten, dass er keine Lust habe, über dieses Thema zu sprechen. Er scheint von den Golfer/innen gewissermaßen angefressen zu sein.

Desgleichen gelang es auch Sternekoch Otto Koch letzte Saison nicht, beim GC Valley unweit des Tegernsees das Gelbe vom Ei zu finden. Der ➜

Club betreibt nun das Restaurant „Esszimmer" selbst und landete einen großen Erfolg mit seiner Aktion „Mittagstisch ab 9,50 Euro" – welcher auch zahlreiche Kundschaft von außerhalb anlockt. Die berühmte „Schwellenangst" von Nichtgolfern vor Golfclub-Restaurants scheint hier erfolgreich überwunden worden zu sein. Und die Mitglieder wiederum raunzen nicht (wie in vielen Clubs sonst) über die „Fremden".

Eine Begegnung, die bei Traditions- und Nobelclubs oftmals strikt zu vermeiden versucht wird. Beim Hamburger Golfclub Falkenstein beispielsweise sind Straßengäste für das Restaurant gar nicht zugelassen. Mitglieder freilich dürfen Begleitung mitbringen. Die finden dann nicht nur feinste, hochgestochene Gerichte auf der Karte, „sondern auch ein Bauernomelette", so Geschäftsführer Berthold Apel, „Pommes allerdings nicht." Koch Ralf Michael Glatzel ist bereits seit 25 Jahren im Club tätig – das ist Deutscher Rekord unter den momentan Aktiven.

Küchenchefin Colly Nagel vom Münchener Golf Club setzt auf Regionales – das Konzept funktioniert

30 Jahre lang betrieb bis vor Kurzem ein Wirtsehepaar beim Golf- und Land-Club Regensburg das Restaurant und immerhin bereits 14 Jahre ist der Kärntner Heinz Wernitznig beim GC Aschheim im Münchner Nordosten tätig. Er sagt: „Ich bleibe bei meinen Gerichten lieber bodenständig – Golfer wollen keinen Kaviar..."

Fast ebenso lang im Metier ist nach vier Jahren in Riedhof und sieben Jahren in Hohenpähl das ungarische Ehepaar Attila und Anni Szabo, das seit heuer beim GC Starnberg im Restaurant La Luce aufteet. Anni Szabo sagt: „Golfer sind nicht immer einfach..." Und ihr Mann ergänzt warum: „weil jeder Mensch sich für einzigartig hält. Golfer sind da keine Ausnahme." Seine Methode, mit allen zurechtzukommen: „Sie alle zu lieben – und ebenso die Produkte." Man muss wissen, dass er, ehe er sich dem Kochlöffel verschrieb, Philosophie in Budapest studierte.

Zondler und seine Frau Isolde wiederum lieben ihre Gäste in Beuerberg inzwischen übrigens auch ohne vorherigen Eignungstest. „Das machen seit langer Zeit nun bereits unsere Mitglieder. Wenn die jemand Neues bringen, dann ist es fast garantiert für uns, dass es passt."

Sodass sich dann alle gemeinsam zum Beispiel am „Gurkensalat à la Urs Zondler nach altem Schweizer Hausrezept mit Rahm und Dill zubereitet" (5,50 Euro) delektieren können. Und als Weinbegleitung dazu vielleicht sogar einmal einen 1982er Pétrus für 3.900 Euro die Flasche auswählen.

Die Mischung machts.

Das Erfolgsrezept

Was machen jene 10 bis 20 Prozent der Golfclub-Restaurants, die erfolgreich arbeiten, richtig?

Gute Qualität bieten – damit beispielsweise jedes Mitglied auch tatsächlich die bei vielen Golfclubs in der Jahresspielgebühr enthaltenen Essensgutscheine (je nach Club zwischen 100 und 300 Euro wert) einlöst.

Gute Qualität bieten – damit nach hochwertigen Turnieren (die abends oft 5.000 bis 10.000 Euro Umsatz bringen) die Mund-zu-Mund-Propaganda einsetzt („Hier mache ich auch mal ein Fest!").

Gute Qualität bieten – und trotzdem günstig einkaufen (Dorsch: „Hier liegt der Gewinn.") Colly Nagel etwa vom Münchener Golfclub auf der Anlage Thalkirchen, berühmt für die besten Gänse und Enten zur Herbstzeit, erwirbt „den Spargel direkt in Schrobenhausen". Finanziell weniger günstig ist hingegen für die Köchin, „dass ich fast täglich in der Münchner Großmarkthalle selbst einkaufe. Das hat zwar seinen Preis, aber der Gast würdigt das".

Gute Qualität bieten – mittels einer abwechslungsreichen Karte, die sowohl kleine bodenständige Unter-10-Euro-Speisen als auch speziell regionale und desgleichen vegetarische und vegane „gesunde" Speisen offeriert.

Und grundsätzlich: Das Restaurant und sein Angebot müssen zum Club passen (was durchaus in Bistro-Form der Fall sein kann wie etwa beim volkstümlichen GC Ruhpolding) – und das Personal muss individuell perfekten Service bieten. „Die rothaarige Manuela bei uns in Aschheim", so ein Mitglied zu SZ golf spielen, „ist keine Bedienung – sondern ein Publikumsliebling!"

Und natürlich muss das Ambiente stimmen: keine abgegriffenen Speisenkarten – und bei gediegenen Restaurants natürlich feine Peugeot-Pfeffermühlen.

Fotos: Maria Mühlberger-Forstmeier; Shutterstock / Marchie