

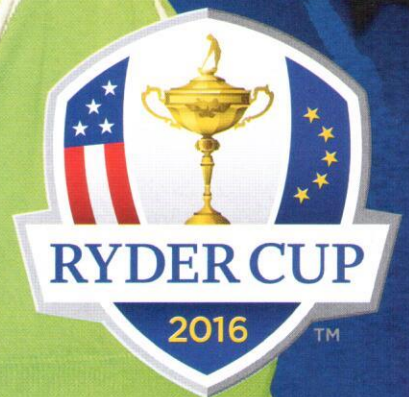
Golf spielen

3/2016



Kampf der Kontinente

Europas große Stunde S.26



Im Aufwind
Analyse: Golf in Deutschland S.42

Sommerziele
Die besten Tipps für Nordirland, Tirol und St. Moritz S.68

Kaymer & Co
Porsche European Open in Bad Griesbach S.34

Der Gast wird König



Reine Mitgliederclubs sind Geschichte – wer heute Golf spielen will, hat die freie Wahl

Deutschlands Golflandschaft hat sich verändert: Die Zeiten, in denen sich ein Großteil deutscher Golfclubs allein durch Mitgliedsbeiträge finanzierte, sind längst Vergangenheit. Nur noch wenige Betriebe können es sich leisten, auf Gäste zu verzichten. Denn immer mehr Golfer entscheiden sich gegen eine feste Clubmitgliedschaft. Andreas Dorsch erlebt die Veränderungen der deutschen Golflandschaft seit Jahren.

Herr Dorsch, gibt es heute noch Golfclubs in Deutschland, die ohne die Einnahmen durch Gäste auskommen?

Andreas Dorsch: Ein rein privater Golfclub, der keine Gäste zulässt, auch nicht in Begleitung von Mitgliedern, ist mir aktuell in Deutschland nicht bekannt. Einnahmen durch Gastspieler sind aber ganzjährig schwer zu kalkulieren und stark von den Wetterverhältnissen der jeweiligen Saison abhängig. Denken Sie nur an die starken, lang anhaltenden Regenfälle in diesem Jahr. Die Golfbranche tickt da ähnlich wie das Biergartengeschäft.

Ist die Bereitschaft, hohe Mitgliedsbeiträge zu zahlen, bei Golfern generell gesunken?

Dorsch: Alle Golfclubs träumen heutzutage von ausreichend vielen Vollzahlern, die Anfang des Jahres pünktlich ihren Beitrag leisten. In der Tat ist diese Personengruppe nicht mehr so einfach zu finden. Heutzutage entscheidet man eher kurzfristig. Faktoren wie Flexibilität, Mobilität und das Preis-Leistungs-Verhältnis spielen eine Rolle.



Andreas Dorsch
ist Geschäftsführer des Golf Management Verbands Deutschland und der Leading Golf Courses of Germany

Ist der Greenfee-Spieler zu einer unverzichtbaren Einnahmequelle der Clubs geworden?

Dorsch: Ja, diese Einnahmequelle ist sehr wichtig, aber unter Umständen auch unzuverlässig. Ein, zwei schlechte Monate sind auf die Golfsaison gesehen, die mancherorts nur maximal acht Monate dauert, nicht mehr aufzuholen.

Was macht eine Anlage attraktiv für Gäste?

Dorsch: Die Clubs müssen an ihrer Positionierung und dem Produkt Golfplatz arbeiten. Wir befinden uns in einer Phase, in der die Golfplätze mit einem Alter von 30 bis 40 Jahren renoviert und teilweise auch erweitert werden. Aber auch an den weichen Faktoren wie der Willkommens- und Betreuungskultur muss weiter geschliffen werden. Wir sind in der Freizeitbranche und haben die Aufgabe, unseren Mitgliedern und Gästen ihre freie Zeit so angenehm und kreativ wie möglich zu gestalten.

Warum tun sich deutsche Golfclubs nach wie vor so schwer damit, konkrete Startzeiten im Internet anzubieten, um bessere Auslastungen zu erreichen?

Dorsch: In der Tat werben zahlreiche Clubs immer noch damit, dass sie keine festen Startzeiten haben. Ich kann das zum einen aus betriebswirtschaftlicher Sicht nicht verstehen, da ich als Golfanlagenbetreiber wissen möchte, wie die Auslastung meines Platzes ist. Auf der anderen Seite möchte ich als Mitglied oder Gast unbedingt eine feste Startzeit haben und nicht unnötig Zeit am ersten Abschlag beim Warten verlieren.

Wird es noch mehr Pay-and-Play-Plätze geben?

Dorsch: Aus meiner Sicht ist derzeit in allen Segmenten, von Pay and Play bis hin zu Premium-Golfanlagen, eine Sättigung eingetreten. Jetzt geht es darum, dass die bestehenden Golfanlagen ausgelastet sind und wirtschaftlich betrieben werden.

Interview: Sebastian Burow/Tim Starke