

Süddeutsche Zeitung

golf spielen

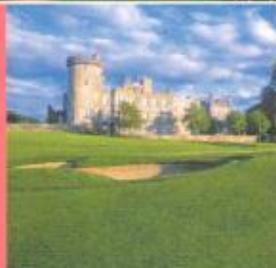
2/2017

Heimspiele

Kaymer & Co. in München und Hamburg

**Romantik-
trip**

Golf & Wellness
in Irland S.72



**Spitzen-
treffen**

BMW International
Open S.26

**Pisten-
pause**

Felix Neureuther,
der Golfer S.22





Auf Erfolg gepolt

Deutschlands Top-Unternehmer wissen, worauf es ankommt – nicht nur in ihren Stammbetrieben, sondern auch auf ihren Golfplätzen. Von Jupp Suttner

Privatjets, Yachten, Rennpferde, Lamborghinis, blonde Models: Die Hobbys erfolgreicher Unternehmer müssen nicht immer gleich lauten. Manche halten sich auch lieber einen Fußballclub – oder bauen einen Golfplatz. Berühmtester Vertreter dieser Spezies: Donald Trump. Erscheint irgendwo in Deutschland eine Story zum Thema „Das Luxusleben des D.T.“, so ist es oftmals mit einem Foto illustriert, das den US-Präsidenten

den Golfschläger schwingend zeigt. Denn: Dieser Sport gilt nun mal in Deutschland bei allen Nichtgolfern als Inbegriff des Reiche-Leute-Vergnügens. An diesem Image wird sich so rasch auch nichts ändern. Zugleich wissen die meisten Golfer, dass es zahlreichen Golfclubs zwischen Ost- und Bodensee finanziell nicht gerade glänzend geht. Was machen die Vereinsvorstände und Anlagenbetreiber falsch? Und: Von wem könnten sie lernen?

Mein Erfolgsrezept



Motel One

Golf Resort Achental (Bayern):
Motel-One-Boss Dieter Müller ist
ein Hotel-Mann durch und durch –
und liebt auch Golf (HC -16).
www.golf-resort-achental.com

„Unser Erfolg läuft über den guten Service und die Auswahl an einer Vielzahl von gastronomischen Outlets, die über die Hotelanlage gegeben sind: zum Beispiel die tatsächlich direkte Anbindung des Platzes und der Driving Range angrenzend an den Hotelpark – oder ein ‚Seehaus‘ als außergewöhnliche Halfway-Station. Und vor allem: dass sowohl in der Mitgliedschaft als auch bei einem Greenfee die Nutzung des Wellnessbereiches im Hotel mit großen In- und Outdoor-Pools, fünf Saunen sowie dem Fitnesscenter beinhaltet sind und Anwendungen in der Beauty-Farm sowie den Physioeinrichtungen dazugebucht werden können. Dieses Konzept kommt an.“

Dieter Müller

Zweifelsohne von absoluten Profis, von Businessprofis. Also von Menschen, die es mit ihren Firmen und Unternehmen zu Ruhm und Reichtum gebracht haben – und sich nun eine Golfanlage zugelegt haben. Wobei sich die Frage stellt, ob diese Geschäftsexperten ihren Golfplatz nun tatsächlich nach dem gleichen Erfolgsrezept führen wie ihre Unternehmen und Fabriken. Oder betrachten sie das Investment in Greens und Fairways eher als ein Privatvergnügen, bei dem Geld im Grunde genommen keine Rolle spielt?

Andreas Dorsch, Geschäftsführer des Golf Management Verbands Deutschland, weiß: „Wenn man sich in Deutschland hundert verschiedene Clubs und Plätze ansieht, so kann man hundert verschiedene Konzepte erkennen. Genauso verhält es sich mit den Golfanlagen, die von sehr wohlhabenden Einzelpersonen oder sehr erfolgreichen Unternehmen betrieben werden: Die einen besitzen sie lediglich aus emotionalen und persönlichen Beweggründen, andere realisieren dort ihren Traum von einem perfekten Golfplatz in der Nähe ihres Firmensitzes, den sie häufig selbst bespielen. Wieder andere betrachten ihr Engagement als Mäzenatentum, um dem Golfsport und der Region, in der ihr Unternehmen ansässig ist, etwas Nachhaltiges zurückzugeben und zu hinterlassen.“ →

Mein Erfolgsrezept



„Wer Erfolg haben will,
muss weg vom elitären
Denken – und hin zum
Sport für jedermann.“

Alexander Aisenbrey

Aldi

Öschberghof (Baden-Württemberg): „Die Anlage wurde von unserem Gründer Herrn Karl Albrecht errichtet“, so Geschäftsführer Alexander Aisenbrey über den Öschberghof, ein Unternehmen der Unternehmensgruppe Aldi GmbH & Co. KG „und der Golfplatz wurde in Verbindung mit dem Hotel als Golfresort konzipiert.“

www.oeschberghof.com

Mein Erfolgsrezept



„Man muss die eigenen Stärken einschätzen können und stets kreativ nach Lösungen suchen, auch wenn sie mal unorthodox sein sollten. Ich bin davon überzeugt, dass sich das Golfangebot in Deutschland weiterhin verändern wird, was neben Risiken auch stets Chancen mit sich bringt. Wir alle müssen jüngeren Generationen Lösungen anbieten, damit sie sich den Golfsport sowohl zeitlich als auch finanziell leisten können.“

Dietmar Hopp

Hopp/SAP

Golf Club St. Leon-Rot (Baden-Württemberg): Der SAP-Mitbegründer Dietmar Hopp gründete diese Golfanlage vor 20 Jahren.

www.gc-sl.r.de



Mein Erfolgsrezept

„Unser Platz und das Hotel liegen in einem völlig abgeschiedenen Tal. Wir bieten deshalb einen Golfzeit-Kurzurlaub an – nur 20 Minuten von Wiesbaden und 45 Minuten von Frankfurt am Main entfernt. Man braucht also nicht stundenlang zu fahren, um so etwas zu erleben – und diese Gelegenheit nehmen viele wahr. Die Anlage ist so konzipiert, dass man von jeder Bahn innerhalb von zehn Minuten am Clubhaus sein kann. Und was sehr gut ankommt: Wir bieten ein Greenfee für sechs Löcher – vor allem abends.“

Brita Hankammer

Brita

Hofgut Georgenthal (Hessen): Heinz Hankammer erfand Wasserfilter und benannte sie nach seiner Tochter: Brita. Jene leitet das Hotel und den Golfplatz.

www.hofgut-georgenthal.de

Im Klartext: Wenn da ein Loch in der Kasse entsteht, dann wird eben aus der Privatkasse nachgeschossen. „Und dann gibt es welche“, so Dorsch weiter, „die aufgrund von wirtschaftlichen Schwierigkeiten ihres Heimatclubs wie die Jungfrau zum Kind zu einem Golfplatz kommen – und schließlich jene, die ganz bewusst die Investition planen und eingehen, um damit wirtschaftliche Renditen zu erzielen.“

Allen, die den Schritt ins Golf-Business gemacht haben, ist Dorsch jedoch „dankbar, denn sie investieren ihr Kapital, um Strukturen zu erhalten oder zu verbessern oder sogar neu zu kreieren. Man muss das ganz klar sagen: Ohne Persönlichkeiten dieser Prägung würde manche Golfanlage nicht mehr existieren“.

Als bedeutendster Gönner des deutschen Golfsports gilt SAP-Mitbegründer Dietmar Hopp (HC -16,9), der selbst

zwei bis drei Mal die Woche in „seinem“ GC St. Leon-Rot auftaucht und vor allem auf eines stolz ist, wie er *golf spielen* verrät: „unsere Jugendförderung“. Was die Finanzen betrifft: „Wir verfolgen viele Ziele im Club und natürlich gehört wirtschaftliche Unabhängigkeit zwingend als Voraussetzung dazu, um ein langfristiges Bestehen der Anlage sicherzustellen. Aber als ein reines Renditemodell habe ich den Club nie verstanden, das ist in einem solchen Marktsegment auch schwierig.“

Positiv hingegen betrachtet Dieter Müller, Gründer der Hotelgruppe „Motel One“ und Eigentümer des Golf Resort Achenal, den pekuniären Aspekt: „Wir haben das Ziel, die Golfanlage auf Break-even-Niveau zu entwickeln und eine Umwegrendite über das Hotel zu erreichen. Wir sind hier auf einem guten Weg.“ Auch Alexander →

Mein Erfolgsrezept

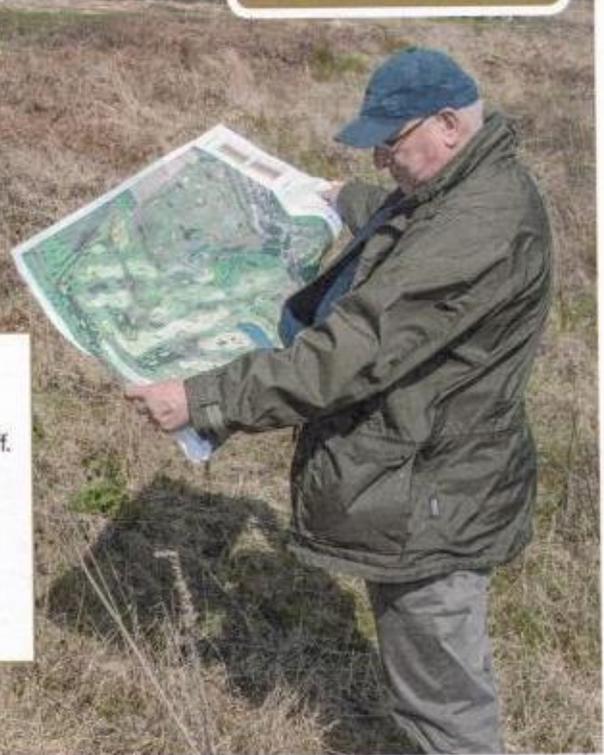
„Unsere Anlage läuft gut, weil wir sie wie unsere Firma konsequent nach kaufmännischen und unternehmerischen Belangen führen. Wir machen nichts aus Hobby, sondern das muss sich tragen. In der Firma haben wir auch zuerst investiert und dann später Erfolg gehabt. Das machen wir im Golf genauso. Und wir unternehmen vor allem nichts, nur um uns zu profilieren.“

Horst Wintrich

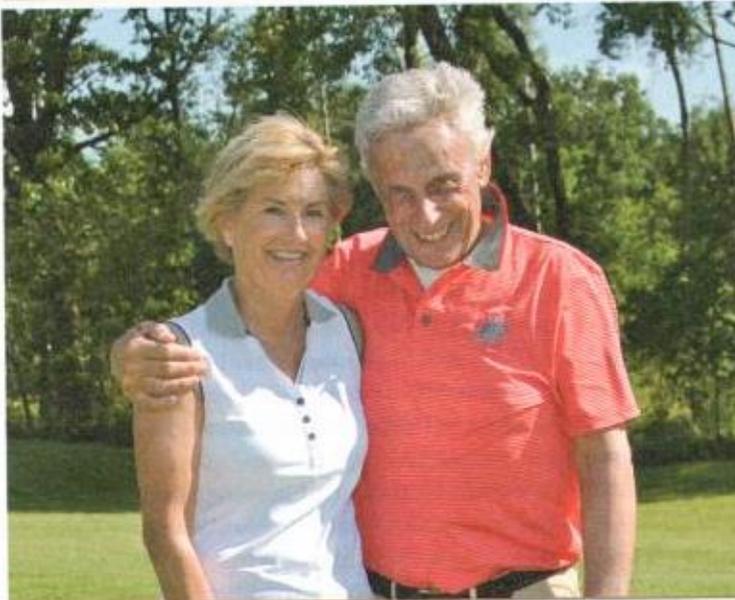
KTP

Golfpark Weiherhof
(Saarland): KTP Kunststoff.
Firmengründer Horst
Wintrich ist Geschäftsführer der Golfanlage.

www.golfpark-weiherhof.com



Mein Erfolgsrezept



Worms

Golf Club Gut Apeldör (Schleswig-Holstein): Der ehemalige Investmentbanker Dieter Worms ist Geschäftsführer und Eigentümer.

www.apeldoer.de

„Wir wollen vom Wortsinne her keine ‚Mitglieder‘ gewinnen, sondern ‚Menschen‘. In welcher Form sie unseren Sport ausüben, steht an zweiter Stelle. Wir brauchen nicht ihre Clubkarte zu sehen, wenn sie zu uns kommen, die Kreditkarte genügt. 250.000 Menschen haben seit 2009 ihren DGV-Club verlassen – und dieser Markt der ‚Ehemaligen‘ wird sich in den nächsten fünf Jahren noch verdoppeln. Die hören aber – bis auf die Verstorbenen – nicht unbedingt mit dem Golfen auf, aber golfen nun halt ohne Club. Diese Klientel ist unsere Chance! Wenn wir in unserer strukturschwachen Region nur als klassische Golfanlage ausgerichtet wären, wären wir tot. Deshalb sind wir ein Dienstleister mit drei Beinen: Golfplatz, Hotel, Gastronomie. Dieses Uhrwerk muss greifen. Und das tut es. Es macht Spaß, auf der Terrasse zu sitzen und zu sehen: Der Laden brummt.“

Dieter Worms

„Die Clubs in Deutschland werden meist von guten Golfern repräsentiert. Zwar besitzen nur maximal zehn Prozent der Golfer(innen) hierzulande ein Handicap, das besser als -10 ist – doch genau jene zehn Prozent haben oftmals das Sagen. Alle anderen, die nicht so gut sind, werden nur geduldet – sie spielen zu langsam, heißt es, und nehmen nur den Platz weg. Jene, welche die große Masse darstellen, haben nichts zu melden. Und genau jene, die vor allem Spaß haben wollen und Genuss und Golf als Lebensgefühl empfinden, sind meine Zielgruppe. Das funktioniert jedoch nur, weil wir als Betriebs GmbH Mitglied im DGV sind – und uns von keinem ‚Verein‘ irgendwelche Vorschriften gemacht werden können. Wir wollen ‚bodenständig mit Niveau‘ sein – und da gibt es nicht so viele.“

Matthias Grafe

Grafe

Golf Resort Weimarer Land (Thüringen): Die Grafe-Gruppe, berühmt für ihre Farbpigmente, betreibt ein Hotel mit Golfplatz, geleitet von Matthias Grafe.

www.golfresort-weimarerland.de



Aisenbrey vom Aldi-Platz Öschberghof nahe dem Bodensee denkt in eine ähnliche Richtung: „Wir sind ein eigenständiger Wirtschaftsbetrieb und müssen selbstverständlich wirtschaftlich arbeiten.“

Brita Hankammer von der Wasserfilter-Dynastie betont für ihr Hofgut Georgenthal ebenfalls diesen Aspekt: „Uns kommt es schon darauf an, eine positive Bilanz ziehen zu können.“ Der Golfplatz wurde erst 2015 errichtet – als Ergänzung zum bereits bestehenden Hotel. „Ich habe etwas gesucht, das den Aufenthalt für die Gäste noch interessanter macht. Funktionierte die Idee? „Auf jeden Fall! Wir haben inzwischen eine sehr starke Nachfrage nach Golfzeiten.“

Sehr erfolgreich in Sachen Golf-Business scheint auch der Golf Club Gut Apeldör, im Eigentum des einstigen Investment-Bankers Dieter Worms, zu sein: „Die ersten

zehn Jahre habe ich mich gefragt, was ich da schon wieder gemacht habe – eine Mixtur aus Mut und Übermut. Aber wir sind seit acht Jahren immer besser und eine sehr profitable Anlage geworden.“ Sein Wunsch: „Gott erhalte mir die Konkurrenz – die mögen weiterhin den Schlaf des Gerechten schlafen.“

Auch Matthias Grafe („Ich bin reiner Kaufmann“) von der Grafe-Gruppe, die das Golfresort Weimarer Land betreibt, gibt glasklar bekannt: „Wir schreiben schwarze Zahlen. Für uns ist das eine Investition wie jede andere. Wir würden gerne noch in weitere Hotels und Golfplätze investieren.“

Womit vor allem zwei Dinge klar werden: Auch im Golf-Business kann man gute Geschäfte machen. Die Anlagen funktionieren, wenn Fachleute am Werke sind, die nach wirtschaftlichen Vorgaben denken und handeln. ●