

green



FITTING

Mit Steffi Kirchmayr
zu Besuch bei HONMA

BAVARIAN GOLF-LIONS

Das neue bayerische Profi-Team



PLAY GOLF

Nachwuchsgolf auf 20 Seiten
Berichte · Features · Interviews

KLARE ZIELE

Bayerische Golfsport-Marketing
mit neuen Ideen und Konzepten

GOLF IN BAYERN

Aktuelle Club-Portraits
und Turniervorschau

FRANZI FRIEDRICH

AUF EBERLS SPUREN

Par 5



FÜNF FRAGEN AN ANDREAS DORSCH

Geschäftsführer des Golf Management Verbands Deutschland (GMVD) und der The Leading Golf Courses of Germany

Herr Dorsch, die Zahl der im Deutschen Golf Verband (DGV) organisierten Golfspieler erreichte 2013 mit insgesamt 637.735 Aktiven einen neuen Höchststand. Ein erfreuliches Ergebnis? Ja, auf den ersten Blick ein erfreuliches Ergebnis, wenn man sich den Zugang von rund 56.000 neuen

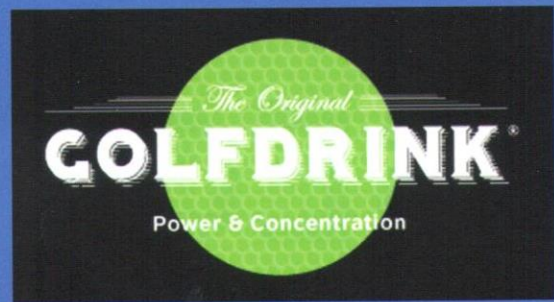
Golfern ansieht und wenn man bedenkt, dass andere Golfnationen bereits starke Mitgliederderrückgänge zu verzeichnen haben. Allerdings steht dem Zugang im deutschen Golf auch ein deutlicher Abgang von etwa 53.000 Personen gegenüber, was für 2013 einen absoluten Zuwachs von per Saldo nur 3.000 neuen, organisierten Golferinnen und Golfern bedeutet. Eine erste Untersuchung hat erbracht, dass offenbar besonders viele Neugolfer den Sport in den ersten vier Jahren wieder aufgeben.

Golfclubs klagen über "harten Wettbewerb" und meinen damit häufig die steigende Zahl öffentlicher Golfanlagen, Billigangebote, Fernmitgliedschaften. Doch Konkurrenz belebt doch das Geschäft, oder nicht? Wir sprechen ja mittlerweile von einem Golfmarkt in Deutschland und jeder Markt charakterisiert sich durch Wettbewerb sowie Angebot und Nachfrage. Wir haben bundesweit im Großen und Ganzen eine sehr gute Golfplatzinfrastruktur und einen sehr heterogenen Markt. Es gibt Golfangebote, die sich wirtschaftlich erfolgreich im kostengünstigen Segment mit niedrigen Einstiegshürden bewegen, gefolgt von einer großen Anzahl Golfanlagen, die zum Teil mit ihren austauschbaren Angeboten zu kämpfen haben. Am oberen Ende befinden sich die Spitzengolfanlagen, die sich über hohe Qualität in allen Bereichen, Verknappung mit nach wie vor reglementierten Zugangsmöglichkeiten, hohen Mitgliedschaftsgebühren und gesellschaftlicher Bedeutung in ihrer jeweiligen Region positioniert haben. Bemerkenswert ist, dass es derzeit wirtschaftlich am besten den Anlagen im günstigen Segment und im „High End“-Bereich geht.

Immer wieder werden Stimmen laut, Golf könne nur durch Regelveränderungen oder auch eine generelle Modifikation der Spielformen langfristig attraktiver werden. Wie sehen Sie das, sind Sie da eher Traditionalist? Ja, ich bin grundsätzlich in diesem Fall eher Traditionalist und glaube nach wie vor an die Anziehungskraft des Golfsports in seiner klassischen Form. Die Menschen sehnen sich in unserer hektischen Zeit nach Beständigkeit, Ruhe, Qualität, Bewegung und Natur. All dies kann der Golfsport wie kaum ein anderes Freizeitangebot in unseren Breitengraden bieten. Allerdings haben wir es vermehrt mit großen Herausforderungen zu tun wie schulpolitische Veränderungen, demografischer Wandel, veränderter Umgang mit der Zeit sowie ein anderes Sport- und Freizeitverhalten. Ich denke, der Golfsport wurde in den vergangenen Jahren unnötigerweise verkompliziert, sodass sich am Ende selbst Golfinsider nicht mehr richtig auskannten.

Nennen Sie uns bitte drei wesentliche Aspekte, die eine Golfanlage gleich welcher Größe und welchen Charakters braucht, um in Zukunft erfolgreich zu sein? Eine Golfanlage, die auch in Zukunft bestehen will, benötigt ... 1. ein überdurchschnittlich gutes Management und Präsidium, das in der Lage ist, eine Golfanlage nach wirtschaftlichen Kriterien zu leiten und nachhaltige Strategien zu entwickeln. 2. zeitgemäße Spielberechtigungs- und Mitgliedschaftsangebote, die den veränderten Bedingungen in unserer Gesellschaft und am Golfmarkt gerecht werden. 3. einen Masterplan, in der die Platzentwicklung in allen Bereichen für die kommenden Jahre skizziert wird.

Sie geben einer Vielzahl von Tätigkeiten nach, als Geschäftsführer des Golf Management Verbands Deutschland und der The Leading Golf Courses of Germany sowie als Berater von Golfanlagen. Was macht Ihre Arbeit so spannend? Es ist das Thema Golf mit seinem Facettenreichtum, das mir so außergewöhnlich gut gefällt und mit dem ich tagtäglich auf unterschiedlichste Art und Weise zu tun habe. Ich kann nach wie vor viel lernen, habe es in der Regel mit freundlichen und gleichgesinnten Menschen zu tun, bewege mich in einem angenehmen Umfeld und arbeite abseits von jeglicher Monotonie. Was will ich also mehr?



Golfdrink for Power and Concentration

Was ist der GOLFDRIK?

Die bestmögliche Konzentration, Sofortenergie und Energie, die für die ganzen 18 Löcher anhält, sind Grundvoraussetzungen für gutes Golf.

Der GOLFDRIK wurde speziell für die Bedürfnisse von Golfspielern entwickelt.

Natürliche Kräuterextrakte und L-Arginin beeinflussen die Konzentration positiv und fördern die Zellversorgung durch eine bessere Durchblutung. Dextrose sorgt für Sofortenergie im Körper. Isomaltulose ist der spezielle Zucker, der den Körper über längere Zeit konstant mit Energie versorgt.



golfdrink.ch