



Pressemitteilung 3/2017

BMW International Open Golf Talk

„Let's golf“ für Gesundheit, Wohlbefinden und Entschleunigung

München, 29. Juni 2017: Während der BMW International Open in der vergangenen Woche lockte nicht nur spannender Profisport, sondern am Freitag, 23. Juni, auch eine interessante Podiumsdiskussion beim Golf Talk. Dieser wurde gemeinsam von BMW und dem Golf Management Verband Deutschland (GMVD) während des Profiturniers im Golfclub München Eichenried veranstaltet. Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und von Verbänden sprachen im Fairway Club über das Thema „Golf: Dich gesund – Ansätze, Strategien, Umsetzung“. Deutlich wurde, dass die Branche nicht nur mit der Trägheit der Krankenkassen und der Gesellschaft zu kämpfen hat, sondern auch mit der Konkurrenz.

„Golf ist Entschleunigung – wenn man ohne Handy auf den Platz geht“ so die ersten Worte von Patrick Wolferstätter, Geschäftsführer der Golf-Akademie im Golfclub München Eichenried und von Logicalgolf, nach der Begrüßung durch Christian Masanz, Leiter BMW Golfsport Marketing International, und Andreas Dorsch, GMVD-Geschäftsführer sowie Moderator der Gesprächsrunde. Mit letzterem diskutierten Prof. Dr. Petra Jansen (Leiterin des Instituts für Sportwissenschaft an der Universität Regensburg), Thomas Korompai (R1 Sportsclub GmbH, geschäftsführender Gesellschafter), Stefan Quirnbach (Präsident der Professional Golfers Association of Germany (PGA of Germany)) sowie Jörg Schlockermann (Vorstand Kommunikation & Golfentwicklung des Deutschen Golf Verbandes (DGV)). Alle Beteiligten waren sich einig, dass das Golfspiel einen positiven Einfluss auf Psyche und Physis hat. Der „Megatrend Gesundheit“ (Schlockermann) wurde flankiert von den Begriffen „Lebensfreude“, „Work-Life-Balance“ (Quirnbach), „Wohlbefinden“ und „Heilkraft des Golfsports“ (Prof. Dr. Jansen). Korompai betonte das „wunderbare Konzept“ des Golfsports durch Fokussierung auf eine Tätigkeit, Naturerlebnis und Bewegung im aeroben Bereich anstelle von „joggen mit hochrotem Kopf“ und wenig Spaß. Gerade in der „Zeit des Überflusses und der Massenmedien“ sei „Golf eine Gegenbewegung“.

Aufgrund der demographischen Entwicklung gewinnt die Gesundheit der Menschen immer mehr an Bedeutung, nicht nur im Golfsport. Die Gesellschaft wird älter und möchte dabei bis in hohe Alter fit und agil bleiben. Regelmäßige Bewegung und Sport haben einen großen Einfluss auf die Erhaltung und Förderung der Gesundheit. Gegenüber anderen Sportarten hat Golf den Vorteil, dass man ihn bis ins hohe Rentenalter betreiben kann. Zudem kann Golf helfen, Stress abzubauen, die Work-Life-Balance zu verbessern und einen gesunden Lebensstil zu verfolgen. Und nebenbei hat die Sportart noch eine zusammenführende und soziale Funktion. Gute



Gründe für Prof. Jansen, sich in ihren Studien intensiv mit den Auswirkungen des Golfsports auf die kognitiven Fähigkeiten und deren Verbesserung beispielsweise bei Schlaganfall-Patienten zu beschäftigen. Weitere Studien mit unterschiedlichen Zielgruppen sind ihrer Meinung nach auf diesem Gebiet aber dringend notwendig. Und auch dann seien Krankenkassen vermutlich schwer von den positiven Aspekten des Golfsports zu überzeugen. Der Traum von „Golf auf Rezept“ muss wohl noch etwas warten. Hier kann man laut Schlockermann nur kleine Schritte auf einem langen Weg gehen. Der DGV trägt derzeit Best practise-Beispiele und Studien zusammen, um den Clubs und Anlagen ab 2019/2020 eine Tool-Box zur Verfügung zu stellen. Zudem setzt der Verband auf Prof. Dr. Dietrich Grönemeyer als bekannten Testimonial, der mit Herz und Seele dabei ist.

Doch nicht nur Krankenkassen und Ärzte sind zu überzeugen, sondern auch die rund 50 Prozent „Couch-Potatoes“ (Dorsch) in Deutschland, von denen „man nicht alle retten“ könne (Korompai). „Eine Veränderung im Denken ist nur über das Gefühl zu bewirken“, meint Prof. Jansen. Die anderen Referenten stimmten ihr zu. Es gelte, am besten über die Medien Geschichten zu erzählen und Emotionen zu bewirken (Schlockermann). „Coole Marketingstrategien“ sind laut Wolferstätter nötig, die „nicht zu konservativ und pragmatisch“ sein dürfen. Quirnbach schwebt beispielsweise eine aufmerksamkeitswirksame Sendung mit dem Titel „Let’s golf“ vor, bei der er Helene Fischer das Golf spielen beibringt. Außerdem sollte man dem Präsidenten der PGA of Germany zufolge Golferinnen und Golfer dazu bringen, positive Werbung für ihre Sportart zu machen. Auch Korompai denkt an „große Visionen emotionaler Natur“, wie den Traum des Großvaters, mit dem Enkel gemeinsam eine Runde Golf zu spielen. Daneben bringe aber auch Schmerz und Leidensdruck Menschen dazu, sich zu bewegen.

Dass sich der Brückenschlag zwischen Training und Therapie lohnt, davon ist Wolferstätter überzeugt. Er rät Golfanlagen, sich zu trauen, mit Fitness-Studios und Physiotherapeuten zusammenzuarbeiten. So kann eine Win-win-Situation für alle Beteiligten entstehen, auch für Golfer auf der Anlage. Denn diese profitieren von der interdisziplinären Zusammenarbeit, wenn beispielsweise der Physiotherapeut die Mobilität oder die Stabilität aufbaut und der Golftrainer anschließend das neue Bewegungsvermögen nutzt, um den Golfschwung des Kunden zu verbessern. So können die rund 95 Prozent Amateursportler in guter körperlicher Verfassung länger gesund golfen. Und bleiben dem Golfclub und dem Pro erhalten. „Deshalb ist eine ganzheitliche Betrachtung wichtig, nicht nur die Golftechnik ist zu analysieren, sondern auch körperliche Handicaps. Daraus resultierend ist für jeden Kunden ein individueller Plan zu erstellen“, so Wolferstätter. Für Korompai das Wunschbild: Perfekt ausgebildete Golf-Professionals auch in Bezug auf physische Aspekte, der „Head-Pro als Bindeglied zwischen golfspezifischem Athletik-Training und Fitness“ und „Golfplätze als Ankerpunkte“. Laut Quirnbach ist es möglich, über Teambildung sinnvolle Fitnessstrukturen auch in Golfclubs zu schaffen.

Letztlich gibt es aber viele Sportarten, Vereine und Verbände, „die alle im gleichen Teich fischen“ (Dorsch), und sich dementsprechend um Mitglieder bemühen. Jeder



muss entscheiden, welche Sportart für ihn am geeignetsten ist. Bei ihrem Schlusswort zeigten sich alle Diskussionsteilnehmer positiv und angriffslustig, den Golfsport weiter nach vorne bringen zu wollen.

Im Anschluss an den Golf Talk bestand die Möglichkeit, während einer „Behind the scenes“-Führung einen exklusiven Blick hinter die Kulissen der BMW International Open zu werfen. Nach dem Rundgang konnten die Teilnehmer individuell das Turnier besuchen.

Begleitendes Bildmaterial mit Bildunterschriften:

Foto „Podiumsdiskussion“: (v.l.n.r.) Patrick Wolferstätter, Thomas Korompai, Stefan Quirnbach, Jörg Schlockermann, Prof. Dr. Petra Jansen und Moderator Andreas Dorsch

Foto „Masanz“: Christian Masanz, Leiter BMW Golfsport Marketing International, begrüßte die Teilnehmer des Golftalks

Foto „Wolferstätter“: Patrick Wolferstätter, Geschäftsführer der Golf-Akademie im Golfclub München Eichenried und von Logicalgolf

Foto „Korompai“: Thomas Korompai, geschäftsführender Gesellschafter der R1 Sportsclub GmbH

Foto „Quirnbach“: Stefan Quirnbach, Präsident der PGA of Germany

Foto „Schlockermann“: Jörg Schlockermann, Vorstand Kommunikation & Golfentwicklung des DGV

Foto „Jansen“: Prof. Dr. Petra Jansen, Leiterin des Instituts für Sportwissenschaft an der Universität Regensburg

Einige Kurz-Informationen zum GMVD

Der Golf Management Verband Deutschland (GMVD) mit Sitz in München ist der eigenständige Berufsverband für alle im Golfbetriebsmanagement hauptamtlich tätigen Personen (www.gmvd.de). Er wurde 1994 in Bonn gegründet, als Reaktion auf den Professionalisierungsbedarf einer noch jungen und gerade aufstrebenden Golfbetriebsbranche. Derzeitiger Präsident ist Korbinian Kofler vom Golfclub München Eichenried, hauptamtlicher Geschäftsführer ist seit 2006 Andreas Dorsch. Derzeit zählt der Berufsverband über 730 Mitglieder. Der GMVD wird in sechs Regionalkreise unterteilt, die von 13 ehrenamtlich für den GMVD tätigen



Regionalkreisleitern geführt werden. Er verfügt seit Anfang 2010 über eine eigene Marketing GmbH, in der die wirtschaftlichen Aktivitäten gebündelt werden (Geschäftsführer Andreas Dorsch).

Besonderer Wert wird auf die Aus- und Weiterbildung sowie auf die Vereinheitlichung und weitere Professionalisierung des Berufsbilds des Club- bzw. Golfmanagers gelegt. Zu diesem Zweck wurde 2008 das Graduierungssystem „Certified Club Manager“ (CCM) eingeführt (www.gmvd-ccm.de).

Frei zur sofortigen, honorarfreien Veröffentlichung, um ein Belegexemplar oder einen Hinweis wird gebeten. HERZLICHEN DANK!

GMVD-Pressekontakt:

MatchpointPR
PUBLIC RELATIONS & COMMUNICATIONS

Dr. Johanna Damm – Senior-PR-Beraterin
Infanteriestr. 19 / Geb. 4a
80797 München
Tel.: 089-58 908 270 • Fax: 089-58 908 272
jd@mp-pr.de • www.mp-pr.de