



pgaclubnews

Eine Veröffentlichung der PGA of Germany Ausgabe 2-2016



Graduierung

Qualitäts-Merkmal für PGA Golfprofessionals

» Seite 3 »



Interview

mit GMVD-Präsident Korbinian Kofler

» Seite 4 »



Master-Studium

In drei Jahren zum Golf-Akademiker

» Seite 6 »

Welcher Golflehrer nimmt in Ihrem Club den Nachwuchs an der Hand und kümmert sich darum, dass Mitglieder und Gäste effektiv lernen, Spaß am Spiel haben und sich rundum wohlfühlen?



FOTO: ISTOCKPHOTO/IMAGINEGOLF

PGA Job-Börse: Führende Plattform für Clubs & Pros

VON MATTHIAS LETTENBICHLER

Gesucht wird ein neuer Head Pro? Ein Leiter der Golfakademie, ein Fitting- oder Scope-Spezialist, ein erfahrener Mannschaftstrainer oder begnadeter Nachwuchs-Motivator? Ein Leistungs-Coach für die 1. Bundesliga oder ein absoluter Experte für Themen wie Golf & Gesundheit, Platzreifekurse oder Turnierveranstaltungen? Ein versierter PGA Golfprofessional mit kaufmännischen Stärken und Interesse am Management soll die Club-

führung verstärken? Die Job-Börse der PGA of Germany ist der größte deutschsprachige Online-Marktplatz, der sich ausschließlich mit Stellenangeboten und Stellengesuchen im Bereich Golfsport beschäftigt. Stellensuche der Mitglieder der PGA of Germany sind dort für jedermann einsehbar und für PGA Mitglieder kostenfrei. Stellenangebote von Clubs, Betreibergesellschaften, Golfschulen oder anderen Unternehmen der Golfbranche sind zwar für diese kostenpflichtig, erreichen aber zu

100 Prozent ihr Zielpublikum – die Professionals im Golf.

Marktplatz

Mit tagesaktuellen Stellengesuchen und Stellenangeboten hat sich die Job-Börse der PGA of Germany zum führenden Online-Marktplatz für Unternehmen und für PGA Golfprofessionals im deutschsprachigen Web entwickelt. Da nur Mitglieder der PGA of Germany Angebote

» Fortsetzung auf Seite 2 »

Wer unterrichtet in meinem Club?

Nicht überall, wo PGA drauf steht, ist auch PGA drin! Golfclubs oder Betreibergesellschaften, die sichergehen wollen, dass die auf ihrer Anlage tätigen Golfprofessionals auch Mitglied einer anerkannten PGA sind und damit die von der PGA of Germany geforderten Mindest-Ausbildungsstandards erfüllen, erhalten Auskunft hierzu in der Geschäftsstelle der PGA of Germany. Eine Übersicht der weltweiten PGAs inklusive Info zum Anerkennungsstatus ist auf der Website der PGA of Germany unter www.pga.de/offiziell-anerkannte-pgas.html verzeichnet. Auf den ersten Blick sichtbar ist die Zugehörigkeit zur PGA of Germany durch das PGA Member-Logo.

„Den Erfolgsweg können Pros und Clubs nur gemeinsam gehen.“

INTERVIEW UND FOTOS:
MATTHIAS LETTENBICHLER

Korbinian Kofler, Jahrgang 1977, ist Geschäftsführer des GC München Eichenried und Präsident des Golf Management Verbands Deutschland. Im Interview erklärt er, wie Clubs und Pros optimal zusammenarbeiten, und weshalb nur ein gemeinsamer Weg zum Erfolg führt.

pgaclubnews: *Korbinian Kofler, als Geschäftsführer des Golfclub München Eichenried und Präsident des Golf Management Verband Deutschland (GMVD) haben Sie sehr guten Einblick in die Abläufe und Strukturen von Golfanlagen. Wie würden Sie am Beispiel von Eichenried die Zusammenarbeit von Golfclub und Golfprofessionals respektive Golf-schule beschreiben?*

Korbinian Kofler: Wir sind stolz darauf, dass die Zusammenarbeit zwischen Club und Golfschule, bei uns Golfakademie genannt, sehr gut funktioniert. Wir haben schnell erkannt, dass nur eine gute Kooperation gerade in diesem Bereich zum Erfolg in Sachen Mitglieder-Bindung und Mitglieder-Akquise führt. Ein Teil allein kann das nicht schaffen. Auch unsere Zahlen belegen, dass wir hier auf einem sehr guten Weg sind: Wir haben über 1230 Mitglieder, davon sind rund 880 aktive Vollzahler, die spielen und auch Unterricht nehmen.

pcn: *Gerade damit haben viele Clubs Probleme: Die Mitglieder nehmen zu wenig Unterricht. Wie haben Sie es geschafft, die Driving Range und die Stundenbücher der PGA Golfprofessionals zu füllen?*

K.K.: Wir vermitteln das unseren Mitgliedern von Beginn an: Beim Golf kann man als Hobbygolfer nur dann Spaß und als Leistunggolfer nur dann Erfolg haben, wenn man regelmäßig Unterricht nimmt. Dabei wollen wir vielmehr die Freude am Sport verkaufen als eine Unterrichtseinheit. Wir machen dem Kunden klar, dass er sich Freude bereitet, wenn er Unterricht nimmt. Das funktioniert seit Jahren sehr gut. Gleiches gilt für die Neu- und Schnuppergolfer: Sie sollen am Anfang viel Spaß vermittelt bekommen. Der Rest ergibt sich durch die Professionals, die von uns auch immer wieder darin geschult werden, wie sie an die Kunden herangehen sollen. Der Professional muss erkennen, welche Ziele der einzelne Spieler hat, und ihm dabei helfen, diese zu erreichen. Ein Spieler, der vorankommen möchte, hat nur dann Spaß, wenn er auch echten Fortschritt



Korbinian Kofler, Jahrgang 1977, ist seit 2009 Geschäftsführer des Golfclub München Eichenried und seit 2016 auch Präsident des Golf Management Verband Deutschland. Der gebürtige Münchner stammt aus einer begeisterten Golfer-Familie. Als Jugendlicher spielte er in den Jugendkadern des Bayerischen Golfverbands, erhielt schließlich in San Antonio in Texas ein Golf-Stipendium und absolvierte dort ein Bachelor-Studium im Fach „International Business“. Er ist verheiratet und Vater einer golfbegeisterten 13-jährigen Tochter. Bestes Handicap: 0,4, aktuell spielt er 6,5.

erkennen kann. Dann bleibt er dran – und nimmt weiter Unterricht.

pcn: *Wie viele Professionals unterrichten in Eichenried?*

K.K.: Normalerweise haben Golfanlagen zwei bis drei Professionals, in Eichenried können wir acht Professionals sehr gut beschäftigen. Wir haben uns als Club sehr sportlich positioniert, zudem sind wir im Bereich Training von der Manpower und vom Equipment her bestens aufgestellt und haben die passende Infrastruktur. Das geht es zum Beispiel schon bei den Rangebällen los, die wir jedes Jahr erneuern. Allein das ist für ein Mitglied ein besserer Anreiz üben zu gehen, ganz gleich ob mit oder

ohne Unterricht, als wenn man auf drei Jahre abgespielte Bälle draufhauen muss. Es sind viele kleine Details, die dazu führen, dass wir diese acht Pros auslasten können.

pcn: *Es gibt immer noch Clubs, in denen eine gewisse Konkurrenz-Situation zwischen den einzelnen Golflehrern herrscht. Ist das auch im GC München Eichenried so?*

K.K.: Nein. Wir haben unseren Professionals klargemacht, dass nur ein Miteinander zum Erfolg führt. Wenn beispielsweise ein Kunde bei einem unserer Pros im Einzelunterricht ist und gerade beim Putten noch viel Luft nach oben hat, dann ist es sehr sinnvoll, dass er den speziellen Putt-Kurs des Kollegen besucht. Diese Vermittlung funktioniert bei uns gut. Da ist keiner neidisch auf den anderen, sondern der, der an den Spezialisten weiterverweist, tut seinem Kunden ja etwas Gutes. Er bleibt ja der Schwung-Coach.

pcn: *Wie stellen Sie sicher, dass diese enge Zusammenarbeit der Professionals untereinander und die Kooperation mit dem Club funktioniert?*

K.K.: Mindestens zweimal pro Woche treffe ich mich mit Patrick Wolferstätter, dem Leiter der Golfakademie, zu einem ein- bis zweistünd-

digen Gespräch. Dabei tauschen wir uns über Positives ebenso aus wie über Dinge, die es zu verbessern gilt. Es ist extrem wichtig, dass die Golfschule und jeder einzelne Professional die Ausrichtung und die Ziele des Golfclubs kennt und diese Ziele mitträgt. Gleichzeitig ist eine unbedingte Voraussetzung für den Erfolg, dass der Golfclub die Golfakademie bestmöglich unterstützt, sei es infrastrukturell oder bei Kommunikationsthemen. Es macht keinen Sinn, dass Club und Golfschule oder Professional immer nur ihr eigenes Ding machen. Den Pros muss bewusst sein, dass sie Club Professionals sind. Sie sind keine Einzelkämpfer, die eben auf irgendeiner Anlage arbeiten. Sie müssen sich voll mit dem Club identifizieren. Das gilt es gleich beim Einstellungsgespräch klar zu stellen. Und den Managern muss bewusst sein, dass der Pro ein ganz wichtiger Teil des Clubs ist. Der Pro soll seine Heimat im Club haben und sich dort heimisch fühlen. Dann führt der gemeinsame Weg zum Erfolg.

pcn: *Zusammenarbeit zwischen Club und Professional ist ja vor allem auch in Sachen Mitgliedergewinnung von großer Bedeutung. Wessen Aufgabe ist es im Club, neue Mitglieder zu werben? Gehört auch das zu den Erwartungen an den PGA Golfprofessional, und bekommt der im Erfolgsfall eine Provision?*

K.K.: Aktuell haben wir in Eichenried 1236 Mitglieder, davon sind 880 vollzählende Aktive. Unsere Ziel-Zahl liegt bei 930 Aktiven, davon sind wir also noch 50 Mitglieder entfernt. Wir wollen diese Zahl erreichen, um allen Mitgliedern langfristig gesichert eine optimale Infrastruktur bieten zu können. Um diese neuen Mitglieder zu gewinnen, betreiben wir gemeinsames Marketing mit der Akademie. Das ist sehr erfolgreich – die meisten Neumitglieder kommen über unsere gemeinsamen Marketingmaßnahmen. Wir haben dabei das Golfspielen-Kennenlernen und -Erlernen in den Vordergrund gerückt und den Golfclub selbst etwas zurückgenommen. Denn für den, der diesen Sport erlernen möchte, ist es noch gar nicht so entscheidend, dass wir eine Leading-Platzpflege-Qualität oder einen Platz mit European-Tour-Layout anbieten können. Für den ist es viel wichtiger, ob er flexible Trainingszeiten nutzen kann oder ob ein Kurzplatz vorhanden ist, auf dem er auch ohne Platzreife schon mal spielen kann. Diesen Einstiegs-Faktor haben wir in unserer Außendarstellung extrem erhöht. Mit der unmittelbaren Folge, dass die Zahl der Schnupper- und Platzreifekurse deutlich angestiegen ist. Provisionen hatten wir früher mal, aber die Pros selbst wollten das nicht mehr. Die Akquise von Neumitgliedern ist in der Hauptsache meine Aufgabe, und ich vermittele diese dann weiter an die Golfakademie. Ich nehme mir für jeden Interessenten mindestens eine Stunde Zeit und mache eine Einführung, in der ich den gesamten Club und



logicalgolf - hier mit einem Messestand im Rahmen der PGA Arbeitstagung zu sehen - ist Poolpartner der PGA of Germany und hat im Golfclub München Eichenried eine erfolgreiche Golfakademie mit acht voll ausgelasteten PGA Golfprofessionals installiert.

„Neue Mitglieder im Club zu verankern, ist Aufgabe des Pros!“

Korbinian Kofler, GMVD-Präsident

unser Angebot zeige. Das ist bestinvestierte Zeit. Die neuen Mitglieder dann im Club zu verankern, das ist ganz wesentlich eine Aufgabe des Pros!

pcn: *Sie sehen es als Aufgabe des Professionals an, dafür zu sorgen, dass die Mitglieder bleiben?*

K.K.: Ja! Wir vom Golfclub setzen die Infrastruktur. Und zwar mit den Pros zusammen. Und dann ist es zu einem großen Prozentsatz Aufgabe der Pros, die Mitglieder an uns zu binden. Natürlich müssen auch der Service des Clubs passen und die Qualität der Infrastruktur, die Platzpflege etc. das ist Aufgabe des Clubs. Aber der Professional hat einen ganz wesentlichen Anteil daran, dass die Mitglieder sich wohl und im Club bestens betreut fühlen. Meine strategische Aufgabe ist es, dafür zu sorgen, dass die fünf Zahnräder eines erfolgreichen Golfclubs gut ineinandergreifen: Das sind der Platz, die Dienstleistung des Clubs, der Golfunterricht, die Gastronomie

und die Lage - abgesehen vom letzten Punkt kann man ja alle anderen täglich beeinflussen. Dieses Uhrwerk gilt es ohne Unterbrechung am Laufen zu halten.

pcn: *Was wünscht sich ein moderner Golfclub von seinem PGA Golfprofessional?*

K.K.: Es ist enorm wichtig, dass sich die Professionals zu 100 Prozent mit ihrem Club und mit dessen Ausrichtung identifizieren. Das kann man gar nicht deutlich genug betonen. Wir haben sowohl angestellte als auch freiberufliche Professionals in der Akademie, und diese Identifikation funktioniert schon sehr gut, aber auch bei uns ist da noch Luft nach oben. In diesem Punkt gibt es sicher bei vielen Anlagen noch großen Nachholbedarf. Der Pro sollte sich im Idealfall wie ein zweiter Clubmanager fühlen. Es ist ganz wichtig, mit Leib und Seele für den Club dabei zu sein. Junge Professionals bringen nach der Ausbildung zum Fully Qualified PGA Golfprofessional alles mit, um sehr guten Unterricht zu erteilen. Um aber wirklich erfolgreich zu sein, müssen sie begreifen, dass sie im Club nicht vor allem ihr eigenes Ding machen, sondern stets die Nähe zum Club suchen sollten, um mit diesem gemeinsam den erfolgreichsten Weg zu beschreiten. Es ist wichtig, sich hier ins Team einzubringen. Den Erfolgsweg können Pros und Clubs nur gemeinsam gehen.

Impressum

PGA Club News -
eine Veröffentlichung der
Professional Golfers Association
(PGA) of Germany e.V.
Landsberger Straße 290
D-80687 München

Telefon: 089-179588 0
Telefax: 089-179588 29
E-Mail: info@pga.de
Internet: www.pga.de

**Vertretungsberechtigter
Vorstand:** Stefan Quirmbach,
1. Vorsitzender
Geschäftsführer: Rainer Goldrian

Redaktion: Ines Halmburger und
Matthias Lettenbichler

Design & Konzeption:
Stephanie Schönberger

Fotos: Stefan Heigl, golfsupport.
nl, Archiv der PGA of Germany,
iStockphoto.com

Druckauflage: 5.000 Exemplare