CERTIFIED CLUB MANAGER

Unsere beste Werbung sind die eigenen Mitglieder

Im Interview: Daniel Orth, Clubmanager GC Haan-Düsseltal, Certified Club Manager 4 (2023)

Daniel Orth, Clubmanager GC Haan-Düsseltal. (Fotos, soweit nicht anders gekennzeichnet: L. Noack)

Auf dem Weg zum fünften und letzten CCM-Portrait in diesem Jahr ging es zu Daniel Orth, Clubmanager im GC Haan-Düsseltal im Bergischen Land. Der erste Eindruck vermittelt einen sehr ansehnlichen Golfclub mit viel Aufmerksamkeit für das Detail, die Infrastruktur und die gesamte Umfeldgestaltung. Bei sonnigem Herbstwetter fand das Interview mit dem 31-Jährigen, der in Solingen zur Welt kam und in Erfurt aufwuchs, im geschmackvoll eingerichteten, lichtdurchfluteten Clubhaus statt.

? Lieber Daniel, wie bist Du zum Golfsport gekommen?

! Unsere damaligen Nachbarn in Erfurt haben mich zum Golfsport gebracht, indem sie mich eines Tages zum Tag der offenen Tür im GC Erfurt mitgenommen haben. Dort war ich bereits nach den ersten erfolgreichen Schlägen dem Golfvirus erlegen. Anschließend bin ich mit zwölf Jahren in den Club eingetreten und wurde später drei Mal in Folge Jugend-Clubmeister.

? Wie verlief Dein bisheriger beruflicher Werdegang, welche Ausbildungen und Abschlüsse hast Du?

! Nach dem Abitur absolvierte ich eine Ausbildung zum Sport- und Fitnesskaufmann in der Golfscheune Marcus Brembach in Thüringen. Im selben Zeitraum belegte ich das Fernstudium „Golfbetriebsmanagement" beim IST-Studieninstitut in Düsseldorf. Nach den beiden Abschlüssen studierte ich „Sportbusiness Management" im Bachelor-Studiengang ebenfalls beim IST.

? Seit wann bist Du in verantwortlicher Position als Clubmanager im GC Haan-Düsseltal tätig, welche Stationen gab es davor?

! Zu Beginn meines Studiums war ich als Clubsekretär im Thüringer Golfclub „Drei Gleichen" tätig. Kurze Zeit später wechselte ich während meines Studiums in die Basketballbranche und wurde im August 2017 Marketingleiter bei den Rockets Erfurt in der 1. Basketball-Bundesliga, bevor ich im Juni 2018 für ein halbes Jahr Berater beim damals insolventen Fußballregionalligisten FC Rot-Weiß Erfurt tätig war. Nach einer Anfrage aus Bremerhaven wechselte ich Anfang 2019 zum Basketball-Bundesligisten Eisbären Bremerhaven als Marketingleiter. Aufgrund der Pandemie habe ich mich etwas umgeschaut und bin letztendlich über eine Stellenanzeige beim GMVD auf den Posten als Clubmanager in Haan-Düsseltal gestoßen. Seit dem 15. April 2021 bin ich nun für den Club tätig und fühle mich beruflich und privat voll angekommen. Für mich ist diese Stelle wie ein „Sechser im Lotto" (lacht).

? Welche Tätigkeitsschwerpunkte bestimmen Deinen Arbeitsalltag als Golfclubmanager?

! Der Golfclub wurde von Anfang an als Wirtschaftsbetrieb geführt. Der GC Haan-Düsseltal hat immerhin ca. 1.000 Mitglieder inklusive 120 Kinder und Jugendlicher. Dementsprechend gliedern sich meine Tätigkeitsschwerpunkte in Mitgliederbetreuung/-management, Marketing, Investitionsplanung, Greenkeeping zusammen mit unserem Head-Greenkeeper, Turnier- & Eventorganisation sowie die Organisation und Koordinierung der Geschäftsstelle.

? Welche Fähigkeiten zeichnen Dich besonders aus?

! Ich denke, dass ich über ein hohes Maß an Organisationstalent, Flexibilität und Einsatzbereitschaft verfüge sowie sehr service- und lösungsorientiert arbeite.

? Siehst Du Dich in Deiner Funktion als Clubmanager steigenden Anforderungen ausgesetzt?

! Ich habe das Glück, dass ich in einem sehr angenehmen beruflichen Umfeld arbeiten kann, das von gegenseitigem Respekt und hoher Wertschätzung geprägt ist. Ich fühle mich hier sehr wohl, ausgeglichen und leistungsfähig.

? Welche speziellen Gegebenheiten sind charakteristisch für die Position und Lage des GC Haan-Düsseltal inmitten von NRW? Wie hat sich der Club darauf eingestellt, denn der Wettbewerb unter den hier ansässigen Golfclubs/-anlagen ist sicherlich groß.

! Ja, das stimmt. Alle paar Kilometer befindet sich eine Golfanlage, darunter einige sehr namhafte. Den GC Haan-Düsseltal hat die golfinteressierte Öffentlichkeit dabei noch nicht so richtig wahrgenommen, dabei sind wir insbesondere wirtschaftlich sehr erfolgreich. Es wird nur der Euro ausgegeben, der vorher auch eingenommen wurde. Grundsätzlich verfolgen wir seit vielen Jahren ein Fünf-Säulen-Prinzip, das wie folgt gegliedert ist:

1. Platzqualität
2. Finanzielle Solidität
3. Qualität der Gastronomie
4. Qualität des Golfclubs (Kundenservice etc.)
5. Qualität der Golfakademie

Alle fünf Gewerke arbeiten Hand in Hand und bilden eine große Einheit, die zusammen den Erfolg des Golfclubs bilden. Vor allem aber sind unsere Mitglieder die besten Werbeträger für den Club. Wir selbst machen keine Werbung und profitieren von den „Fehlern der anderen". Auch die Topografie des Platzes ist ein Vorteil. Wir sind in der Region Bergisches Land eine der flachsten Golfanlagen. Ebenfalls können wir aufgrund der Bodenbeschaffenheit feuchte Winter besser vertragen und somit die Anlage für Mitglieder länger geöffnet halten.

Daniel Orth (l.) im Gespräch mit GMVD-Geschäftsführer Andreas Dorsch.

? Dass Ihr im GC Haan-Düsseltal ohne eigenes Marketing auskommt, ist in der heutigen Golflandschaft eher ungewöhnlich. Inwieweit haben Dir Deine bisherigen Erfahrungen im Sport-Marketing und Dein bereits erworbenes Know-how in diesem Bereich weitergeholfen? Konntest Du aus Deinen vorherigen Tätigkeiten als Marketingleiter einiges in die aktuellen Aufgaben transferieren?

! Meine bisherigen Erfahrungen im Sport-Marketing haben mir sicherlich geholfen, ein klares Verständnis für die Bedürfnisse und Wünsche unserer Mitglieder zu entwickeln, was für den GC Haan-Düsseltal enorm wertvoll ist. Statt auf klassisches Marketing setzen wir hier auf eine starke Gemeinschaft und authentische, persönliche Bindungen, die für viele Menschen heute ein ausschlaggebender Faktor sind. Aus meiner früheren Tätigkeit habe ich vor allem gelernt, wie wichtig es ist, ein positives und nachhaltiges Image zu schaffen, das nach außen wirkt, ohne dass man dafür große Werbekampagnen benötigt. Durch gezielte Aktivitäten und abwechslungsreiche Events stärken wir die Identifikation unserer Mitglieder mit dem Club und gewinnen so auch oft neue Interessierte über persönliche Empfehlungen – ein Effekt, den ich aus meiner Arbeit im Marketing immer wieder als besonders nachhaltig erlebt habe.

? Konnten die genannten Qualitätsziele z.B. beim Kundenservice oder in der Gastronomie erreicht werden und wenn ja, mit welchen Mitteln?

! Ja, wir konnten alle Qualitätsziele in den Bereichen erfüllen. Im Kundenservice war es entscheidend, klare Standards und eine serviceorientierte Kultur zu etablieren. Unsere Mitarbeiter sind geschult, um stets freundlich, kompetent und lösungsorientiert zu agieren. In der Gastronomie haben wir die Qualität durch die Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten und eine bewusst zusammengestellte Speisekarte gesichert. Zusätzlich setzen wir auf kontinuierliches Feedback unserer Gäste, um flexibel auf Wünsche einzugehen und die Qualität ständig weiterzuentwickeln. So stellen wir sicher, dass unsere Mitglieder und Gäste sich bei uns rundum wohlfühlen.

? Wie familienverträglich ist Dein Beruf? Ist die häufig zitierte „Work-Life-Balance" bei Dir im Gleichgewicht und wenn ja, verrate uns Deine Mechanismen.

! Da meine Ehefrau unsere Restaurantleiterin ist (lacht), funktioniert bei uns das „Familienleben" zum Glück ziemlich problemlos. Ich muss schon betonen, dass man in dem Business einen Lebenspartner braucht, der golfbetriebsbedingte Arbeitszeiten an Sonn- und Feiertagen mitträgt. Zum Thema „Work-Life-Balance": In der Regel läuft die Hauptsaison von April

bis Ende Oktober. In der Zeit wird „geackert“. In der Nebensaison sind wir bestrebt, neben der Saisonvorbereitung die Überstunden der Mitarbeiter weitestgehend abzubauen. Auch ich nehme mir dann mehr Zeit für meine Familie und mich heraus. So ist das jährliche Verhältnis in etwa sieben zu fünf Monate, also absolut akzeptabel.

? Gibt es aus Deinen bisher gemachten Erfahrungen ein Spannungsfeld zwischen Ehren- und Hauptamt?

! Bei uns zum Glück überhaupt nicht. Wir haben ein sehr harmonisches Miteinander und nur vier Vorstandssitzungen im Jahr, bei denen ich ebenfalls immer mit anwesend bin. Darüber hinaus herrscht auch sonst ein reger Austausch zwischen allen Parteien. Ich genieße sehr viel Freiraum bei meinen Entscheidungen und Handlungsbefugnissen. Alle Beschlüsse werden einheitlich im Sinne des Clubs bzw. der Mitglieder getroffen. Keiner im Vorstand versucht, sich persönlich in den Vordergrund zu stellen. Ich weiß, dass das nicht selbstverständlich ist und kann es entsprechend wertschätzen.

? Nichtsdestotrotz wird der Wettbewerb härter und die Rahmenbedingungen nicht zuletzt durch die Kostensteigerungen, Klimakrise und andere Faktoren schwieriger. Wie entgegnet Ihr diesen Entwicklungen?

! Wir haben grundsätzlich einen Fünf-Jahres-Plan, den wir natürlich jedes Jahr überarbeiten und entsprechend

2019 übernahm Daniel Orth die Position des Marketingleiters beim Basketball-Bundesligisten Eisbären Bremerhaven. (Foto: Privat)

Keine Berührungsängste vor großen Namen: Daniel Orth (r.) mit Martin Kaymer. (Foto: GC Haan-Düsseltal)

fortführen. In diesem Plan werden kurz- bzw. mittelfristig neue Anschaffungen, Investitionen und Renovierungen zusammengetragen, kalkuliert und später entsprechend umgesetzt. Für ein besseres Wassermanagement haben wir in diesem Jahr unsere Gräben verrohrt, sodass das Regenwasser aus der Umgebung zu 99 % in unseren Beregnungsteich geführt wird. Ebenfalls werden wir im Winter Husqvarna-Mähroboter auf der Anlage installieren, die ab 2025 alle 18 Fairways sowie zehn First-Cuts autonom mähen werden, was unseren CO_2-Fußabdruck minimieren wird.

? Setzt Ihr auf die Kinder- und Jugendförderung? Falls ja, was sind Eure Motive?

! Wir setzen auf Kinder- & Jugendförderung, da wir es vor allem als gesellschaftliche Aufgabe und soziales Engagement sehen. Bei uns steht nicht der Leistungsgedanke im Vordergrund, sondern der Spaß am Spiel. Wir möchten die Heranwachsenden eine Zeit lang von den Konsolen, Handys und sonstigen Endgeräten wegholen und ihnen ein zusätzliches analoges Freizeitangebot unterbreiten. Anzumerken ist jedoch, dass andere große Clubs in der Umgebung insbesondere talentierte Eigengewächse massiv abwerben, was für Unmut sorgt und manche Clubs über die Weiterführung der Jugendarbeitet nachdenken lässt.

? Welche weiteren Projekte stehen in der nahen Zukunft für den GC Haan-Düsseltal an?

! Im Winter 2024/25 werde folgende Projekte bei uns angegangen:

- Installation von sechs Mährobotern für alle 18 Bahnen
- Renovierung der Damen- & Herrenduschen
- Anstrich des Clubhauses im Innenbereich
- Mittelfristig: Automatisierung der Driving-Range

? Du bist seit 2021 Mitglied im GMVD und wurdest 2023 erstmalig zum CCM graduiert. Was hat Dich dazu bewogen, beim GMVD-Graduierungssystem einzusteigen?

! Ich sehe meine langfristige berufliche Zukunft im Golfmanagement. Hier habe ich meine Berufung gefunden. Das Graduierungssystem des GMVD ist mein idealer Begleiter auf meinem beruflichen Weg, denn es gibt mir bei aktiver Teilnahme alle zwei Jahre darüber Auskunft, wo ich aktuell als Golfclubmanager qualitativ stehe. Selbstverständlich ist es mein Ziel, eines Tages die Urkunde als CCM 1 in Händen zu halten (lacht).

? Welche großen Herausforderungen siehst Du in naher Zukunft auf die Golfbranche in Deutschland zukommen?

! Hier sehe ich insbesondere Dumpingpreise anderer Golfclubs und steigende Umweltauflagen als Problemfelder.

? Hast Du Ideen und Vorschläge, wie man diesen Aufgaben begegnen kann.

! Wenn neue Herausforderungen bzw. Aufgaben anfallen, diese zielstrebig und kurzfristig angehen und ggf. nach Alternativen schauen.

Ich danke für das informative Gespräch, lieber Daniel!

Andreas Dorsch,
GMVD-Geschäftsführer