

CLUBMANAGER ZWISCHEN DEN MEEREN

Dirk Holdorf, CCM 3 (2013), über seine vielfältigen Aufgaben, bei denen er den Golftourismus immer im Hinterkopf hat



Seit 2004 ist Dirk Holdorf Clubmanager im Maritim Golfpark Ostsee.

Maritim Golfpark Ostsee – das klingt nach Strand, Meer und Urlaub. Während andere an die Ostsee fahren, um sich zu erholen, arbeitet Dirk Holdorf, CCM 3 (2013), dort als Clubmanager. Die Anlage erstreckt sich zwischen Meer und Seen, Rapsfeldern und – wenn das Wetter mitspielt – unter strahlend blauem Himmel. „Der Tourismus ist hier ein wichtiger Wirtschaftsfaktor“, so der Diplom-Ökonom. „Golfen zwischen den Meeren“ sei bei den Gästen als Begriff für das Golfland Schleswig-Holstein gleichermaßen bekannt wie beliebt.

Im Natur- und Landschaftsschutzgebiet rund um den Hemmeldorfer See, zwischen Timmendorfer Strand und Travemünde wurden drei 9-Loch-

Kurse geschaffen, die ganz nach Laune und Spielstärke der Golfer miteinander kombiniert werden können. Namensgeber und Bauherr ist die Finanzbau Maritim Gruppe. Nur wenige Drives von der Golfanlage entfernt befinden sich in Travemünde und Timmendorfer Strand insgesamt drei Maritim-Hotels mit einem hohen Gästeaufkommen, darunter viele Stammgäste. Die direkte Lage am Meer und die drei Kilometer entfernte Golfanlage bieten die ideale Kombination für Reisende, die sich nur schwer zwischen Strand- und Golfurlaub entscheiden können.

„Offen – freundlich – sportlich“ ist das Motto des Maritim Golfparks Ostsee

Für Dirk Holdorf ist es schön und spannend in diesem Umfeld zu arbeiten. Natürlich hat die Nähe zum Tourismus Einfluss auf seine Arbeit. Wie bei den Maritim-Hotels steht die optimale Dienstleistung bei ihm und seinen Mitarbeitern an erster Stelle, denn auf der Golfanlage muss der gleiche Standard wie bei Vierstern-Superior-Hotels gegeben sein und umgekehrt. Die Kommunikation mit dem Gast nimmt dabei einen hohen Stellenwert ein. „Der Wohlfühlfaktor muss schon im Golfsekretariat vorhanden sein“, sagt er. Manchmal seien ganz banale Dinge entscheidend.

Das Motto „Offen – freundlich – sportlich“ wird aktiv gelebt und umgesetzt. Dabei setzt Dirk Holdorf auf natürliche Freundlichkeit. Man müsse den Umgang mit Menschen schon mögen, sich öffnen, wenn man circa 40.000 Kontakte zu Golfspielern pro Jahr habe. Dementsprechend wählt der Clubmanager seine Mitarbeiter auch aus; sie müssen zum Team und zur Atmosphäre der Golfanlage passen. Positive Rückmeldungen und wiederkehrende Stammgäste bestätigen seine Haltung.



Steigende Tourismuszahlen als Chance

Ganz Deutschland hat steigende Tourismuszahlen zu vermelden, wie aus der 30. Deutschen Tourismusanalyse im Auftrag der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen hervorgeht. Die Reisefreudigkeit nimmt weiter zu. Dabei verbringen 54 Prozent der Deutschen über 55 Jahre ihren Urlaub lieber im eigenen Land als im Ausland. Und das nicht nur in Bayern oder an der Ostsee, sondern auch zunehmend beispielsweise in Baden-Württemberg. Dirk Holdorf bewertet das positiv, findet aber auch, dass es nicht reicht, sich nur darüber zu freuen. Die Greenfeespieler, die aufgrund von



Golfreisen auf die Anlage kommen, müssten davon überzeugt werden, wieder zu kommen. Es sei eine Motivation, diese Entwicklung zu stabilisieren und auszubauen, sie als Chance für die Zukunft zu sehen. Der Maritim Golfpark Ostsee versucht beispielsweise für die Golfer auf der Anlage ein durchgehend positives Erlebnis zu schaffen: Vom Sekretariat mit dem gut sortierten Pro-Shop über den ganzjährig bespielbaren Platz bis hin zu einer von Maritim geführten Gastronomie. Wichtig ist seiner Meinung nach auch, gemeinsam mit den Hotels flexibel auf kurzfristige Buchungen oder Kundenwünsche zu reagieren. Möchten Golfer innerhalb von fünf Tagen auf drei verschiedenen Plätzen spielen, müsse das ebenso möglich sein wie mehrere Tage auf demselben Platz zu golfen oder in möglichst kurzer Zeit einen Platzreifekurs zu machen. Da viele Gäste das Wetter abwarten, müsse man auch gegenüber Last Minute-Buchungen aufgeschlossen sein. Der klimatische Nachteil gegenüber Reisezielen im Süden Europas lasse sich nun mal nicht ändern, man müsse darauf mit Qualität reagieren.

Der Golftourismus ist sehr dynamisch, erklärt Dirk Holdorf. Um Trends rechtzeitig zu erkennen, besucht er zusammen mit seinem Kundenbetreuer Messen und tauscht sich regelmäßig mit anderen Personen der Golf- und Hotelbranche aus. Seiner Meinung nach geht der Trend weg von den Vollmitgliedschaften hin zu flexiblen „Pay & Play“-Angeboten, die sicherlich auch ein Risiko bergen, beispielsweise wenn es regnet und



Name: Dirk Holdorf

Geburtstag: 03.09.1966

Familienstand: verheiratet, einen Sohn

Werdegang:

- Abitur am Hans-Geiger-Gymnasium in Kiel
- Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Technischen Universität Braunschweig und der Universität Hannover, Abschluss: Diplom-Ökonom
- Studienschwerpunkte: Organisation, Personal und Arbeitsrecht
- Vertragsfußballspieler bei Eintracht Braunschweig (2. Bundesliga)
- Beschäftigung in der Organisationsabteilung und im Controlling der Kieler Volksbank eG
- Freiberufliche Tätigkeit im Sportmanagement und Sportjournalismus
- Geschäftsführer und Manager von Eintracht Braunschweig
- Freiberufliche Tätigkeit im Sportmanagement und freiberufliche Unternehmensberatung
- Golfmanager der Maritim Golfpark Ostsee AG
- Graduierung zum CCM 3 (2013)

die Greenfeespieler ausbleiben. Es sei eine interessante Aufgabe, Lösungen für diese Entwicklung zu finden. Seine Denkweise: „Der Feind des Guten ist das Bessere“. So befragt er auch regelmäßig seine Gäste nach ihren Bedürfnissen und wie sie auf seinen Club aufmerksam geworden sind. Zudem strebt er eine intensivere Bündelung von Marketingmaßnahmen für Schleswig-Holstein an und wünscht sich in diesem Zusammenhang, dass Golf allgemein mehr Förderung erhalten würde. „Das sind alles reiche Golfer, die kommen alleine zurecht“ sei ein gefährliches Fehltriteil und außerdem schädlich für das Image dieser schönen Sportart.

Vom großen zum kleinen Ball – Wechsel ins Golfmanagement

Dirk Holdorf, der als Clubmanager das übergreifende Thema Golftourismus immer im Hinterkopf hat, war bis vor zehn Jahren im Fußballmanagement tätig. Dort lenkte er die Geschicke von Eintracht Braunschweig in der 2. Bundesliga. Was ihn dazu bewegen hat, den großen runden Fußball gegen den kleinen weißen Golfball zu tauschen? „Die beiden Bälle verhalten sich manchmal ähnlich, sie laufen nicht dahin wohin sie sollen“, sagt der Ex-Fußballer, der früher selbst in der 2. Liga spielte, die Karriere dann aber wegen einer Knieverletzung aufge-



Blick über die Golfanlage, im Hintergrund ist das Maritim ClubHotel Timmendorfer Strand zu sehen.



Das reizvolle Par-5 verläuft parallel zum Auenwald und ist das Designer-Hole des renommierten Golfplatzarchitekten Christoph Städler.



Die für ein Par-4 Loch relativ kurze Bahn windet sich zwischen Bunkern, einem Teich am rechten Bahnrand und einer Solitäreiche am linken Bahnrand hindurch.

ben musste. Als der sportliche Erfolg des Vereins ausblieb, sah er sich nach einer Alternative im Sportmanagement um. Im Maritim Golfpark Ostsee fand er die geeignete Stelle, die nicht nur Spaß macht, sondern auch motiviert, weil man viel mehr gestalten kann. „Im Fußball gelten andere Zyklen und Einflussfaktoren, es zählt nur der Spielgewinn“, berichtet er.

Es gäbe viele Parallelen zwischen dem Fußball- und dem Golfmanagement, auch wenn der Fußballsport in Deutschland viel populärer sei und ganz andere wirtschaftliche Voraussetzungen herrschten. Zu nennen seien zum Beispiel die Spiele bzw. Turniere am Wochenende, das Sponsoring oder die Budgetierung, wenn auch mit anderem finanziellen Hintergrund. Im Golfmanagement solle sich zudem der strukturelle Bereich noch mehr entwickeln,

da das Arbeitspensum nicht von ehrenamtlichen Mitgliedern eines Clubs bewerkstelligt werden könne. „Als Ergänzung ist das Ehrenamt gut und sinnvoll für eine Golfanlage, aber nur wenn es daneben hauptamtliche Strukturen gibt, hat das Ehrenamt eine Chance zu überleben“, ist sich Dirk Holdorf sicher. In der Profi-Fußballbranche sei der beschriebene Wandel bereits fast überall vollzogen. Seine dortige Erfahrung liefert dem Clubmanager die nötige Gelassenheit bei auftretenden Problemen auf der Golfanlage. Durch seine Teilnahme an der CCM-Graduierung des GMVD hat er seine neue berufliche Tätigkeit auch auf eine solide Basis gestellt. Zwar sei er kritisch, was Graduierungssysteme anbelange, die Geschäftsführung des Verbandes habe ihn aber überzeugt, dass es sich um ein strukturell fundiertes System handelt.

Auch ein Clubmanager muss einmal entspannen

Wenn Dirk Holdorf in seinem zunehmend anspruchsvolleren und eng getakteten Arbeitsalltag alle Mitglieder und Greenfeespieler versorgt hat, verbringt er seine wenige Freizeit mit seiner Familie. Seine Frau und sein 11-jähriger Sohn stehen an erster Stelle, wissen aber auch, dass es eine „Sommer- und eine Winterversion“ von ihrem Ehemann und Vater gibt. Der treibt selbst gerne Sport, am liebsten fährt er Fahrrad. Wenn die Zeit reicht, liest er auch gerne mal ein gutes Buch. Im Sommer kann er höchstens für ein paar Tage wegfahren. Da er aber da lebt, wo andere Urlaub machen, stört ihn das nicht weiter. Er hat einen festen Strandkorb am Meer, wo er für ein bis zwei Stunden entspannen kann. Längere Reisen gibt es für ihn und seine Familie nur im Winter. Wohin die nächste Reise geht, verrät er zum Schluss des Interviews: „Entweder wird es ein Skiurlaub oder eine Städtereise, vermutlich nach Rom. Eine gute Wahl, denn der Winter soll die beste Jahreszeit für einen Besuch in der Ewigen Stadt sein: wenig Touristen, keine Wartezeiten vor dem Vatikanischen Museum, angenehme Temperaturen, ein Cappuccino im Freien. Dolce far niente für einen Mann, der auch endlich einmal Urlaub machen darf.“

Dr. Johanna Thiel
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
GMVD

Bitte vervollständige folgende Sätze:

1. Golfmanager zu sein bedeutet für mich ... **„als Diplom-Ökonom und ehemaliger Leistungssportler Wirtschaft und Sport in einem tollen Umfeld verbinden zu können.“**
2. Ich bin CCM, weil ... **„ich von diesem Graduierungssystem überzeugt bin.“**
3. Der Erfolg bezüglich CCM war für mich, dass ... **„ich Angebote des GMVD bewusster wahrnehme.“**
4. Ständiges Weiterbilden ist ... **„wichtig und – wenn es gute Angebote gibt – auch spannend.“**
5. Die Schwerpunkte unserer Arbeit werden sich in den nächsten Jahren ... **„um das Mitgliedschaftswesen drehen und dies vor dem Hintergrund der sich verändernden Bedürfnisse der Golfinteressenten.“**
6. Die zukünftige Clubmanagergeneration unterscheidet sich dadurch ... **„dass das Ausbildungswesen weiter intensiviert wird und dass neue Medien mehr Raum in der täglichen Arbeit eines Clubmanagers einnehmen.“**
7. Golf bedeutet für mich ... **„Aufenthalt in der Natur, Abschalten und nette Flightpartner; beruflich gesehen bietet Golf ein spannendes Umfeld.“**
8. Ich halte mich fit für meinen Job ... **„indem ich Fahrrad fahre und mich bewusst ernähre.“**
9. Wenn ich Zeit hätte, würde ich gerne ... **„mehr Zeit mit meiner Familie und Freunden verbringen, mehr kochen und reisen.“**
10. Mein Motto / Meine Philosophie ist: **„Et kütt wie et kütt.“**