

Die Fachzeitschrift für Führungskräfte und Betreiber

# golfmanager

Ausgabe 6/21 • G 14043



## Im Gespräch mit Star-Fotograf Jacob Sjöman Die Kraft der Bilder

### Weitere Themen:

- Corona-Pandemie 2021 – ein Rückblick
- Was tun bei Starkregen und Überflutung?
- Mammutprojekt Topgolf Oberhausen vor der Eröffnung



# Der GMVD gratuliert dem Jahrgang 2021 zur erfolgreichen Absolvierung des Graduierungsverfahrens.

Wir machen Clubmanager fit für die Zukunft!



**Einsendeschluss für die Graduierungsunterlagen 2022 zum Certified Club Manager (CCM): Montag, 28. Februar 2022**

(Posteingang in der GMVD-Geschäftsstelle)

Ausführliche Informationen finden Sie unter: [www.gmvd-ccm.de](http://www.gmvd-ccm.de)

**GOLF MANAGEMENT  
VERBAND DEUTSCHLAND**





## Die Kraft der Bilder,

Was mich beim Planen und Redigieren der Beiträge für den *golftmanager* 6/21, beim Erstellen des letzten Magazins für unser Team in diesem Jahres bewegte? „Die Kraft der Bilder“, die sich thematisch wie selten zuvor durch das vorliegende FachMagazin hindurchzog.

Erinnern wir uns an so manche Aufnahme, die in diesem Jahr – politisch geschickt – durch die Medien ging und wohl nicht nur mir in Erinnerung blieb: Da wäre für mich unter anderem der in der ARD-Mediathek abrufbare emotionale Ausbruch von Kevin Kühnert, inzwischen SPD-Generalsekretär, zu nennen, als Olaf Scholz die SPD-Vorsitz-Wahl 2019 verlor. Der SPD-Politiker gab mit seiner nicht zu verbergenden Freude darüber kein gutes Bild ab! Gleiches gilt für die unsäglichen Bilder von Fast-Kanzler Armin Laschet im Hintergrund der Rede von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier anlässlich der Hochwasser-Katastrophe in Erfstadt. Wer die furchtbaren Bilder und Live-Berichte von direkt betroffenen Kollegen und Bekannten hautnah erlebte, kann die gefühlte Enttäuschung sicher gut nachvollziehen.

Insofern gehen mir auch heute noch die Hochwasser-Bilder, die uns nach dem 14./15. Juli dieses Jahres aus Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz übersandt wurden, sehr nahe. Menschen starben, Zerstörungen schwer vorstellbaren Ausmaßes, ganze Landstriche wurden verwüstet. Auch Golfanlagen waren betroffen, Schäden in sechs- bis siebenstelliger Euro-Höhe wurden uns genannt, ging es doch nicht nur einfach darum, das Wasser abfließen zu lassen. Harte und langjährige Arbeit der Platzpflege-Teams wurde hier zunichte gemacht, wieviel Zeit und Aufwand wurde den Anlagenverantwortlichen abverlangt, um die Golfplätze rasch wieder in Betrieb nehmen zu können. Wie sehr planvolles Vorgehen hierbei ein maßgeblicher Faktor ist, beschreibt der Beitrag unserer Autorin Beate Licht, die nach dem Hochwasser einige Golfplätze besuchte und als Rasen-Expertin die wichtigsten Schritte im Fall der Fälle zusammengefasst hat – ergänzt um die Er-

fahrungsberichte zweier Krisen-erprobter Anlagenverantwortlicher. In einer etwas praktischer ausgelegten Version haben wir den Beitrag in unserem zweiten FachMagazin *Greenkeepers Journal* eingebunden, zusammen mit den Berichten betroffener Head-Greenkeeper. Fragen Sie dort gerne einmal nach und by the way, gerade diese Leute haben Großartiges geleistet!

„Die Kraft der Bilder“ drückt sich aber insbesondere auch im Beitrag von Michael Althoff aus, der bei einem Trip nach Schweden den Star-Fotografen Jacob Sjöman besuchte und, selbst leidenschaftlicher Kamera-Enthusiast, mit ihm über die Visualisierung von Golfplätzen fachsimpelte. Ob nun die Arbeiten eines Ludi Noack (neuer GMVD-POOL-Partner), meines früheren Foto-Weggefährten Stefan Heigl aus Münchner Zeiten, die bekannten Aufnahmen eines Stefan von Stengel, oder eben die des international erfolgreichen Sjöman: Man hält bei den fantastischen Fotos einfach inne und freut sich daran – passt diese Emotionalität nicht zu unserem schönen Sport, der die Kulisse für diese Bilder bietet?

Zum Abschluss gestatten Sie mir noch ein persönliches Wort: Horst Schubert hört am Seddiner See auf. Kaum zu glauben, dass der umtriebige Vorstand seinen Schreibtisch räumt, hat er doch bis zuletzt in diversen Projekten als Initiator, Antreiber und „Macher“ mitgewirkt. Für mich einer der Großen der Golfzene, der seine Zahlen im Griff hatte, als Redaktionsmitglied tolle Beiträge für den *golftmanager* erstellte und selbst mit seinem Team eine sehr beachtenswerte Clubzeitung herausbringt. Ein Mann mit Kanten, eventuell rührt daher meine Wertschätzung für ihn – uns Bayern sagt man ja gelegentlich auch ein wenig Eigensinnigkeit nach. Ein geschätzter und kluger Gesprächspartner, der dem Golfmarkt hoffentlich nicht ganz verloren geht und dem wir auf diesem Wege alles Gute für seinen neuen Lebensabschnitt wünschen!

Einen ruhigen Jahresausklang, tanken Sie Kraft und starten Sie gut in ein gesundes Jahr 2022! Meinen Vorsatz, zumindest ein Mal in diesem Jahr im Vorwort nicht näher auf die Pandemie einzugehen, habe ich (fast) durchgehalten – vielleicht gelingt es der „Kraft der (Krippen-)Bilder“ an Heiligabend bis Heilig-Dreikönig, die teilweise schweren Monate des vergangenen Jahres vergessen zu machen.

Herzlich, Ihr

Stefan Vogel

## Inhalt

### Management

Corona-Pandemie 2021 – Ein Rückblick	2
DGV-Online-Hearing und Auswirkungen der neuen Haftpflicht-Versicherungs-Systematik	5
Indoor-Golf-Ruhrpott: Virtuelles Golf auf dem Vormarsch	7
Grace Golf Center: Eventlocation und Lounge mit Golf-Simulatoren	9
Mammutprojekt Topgolf Oberhausen vor der Eröffnung	10
CCM-Jahrgang 2021 erfolgreich abgeschlossen – der GMVD gratuliert herzlich!	15
Online Golfkongress des GMVD übertrifft die Erwartungen	18
Vereinsratgeber	22
Fachkräfte engagieren und Personalfuktuation vermeiden	24
Test: Dunkle Triade der Persönlichkeit	27

### BVGA

Vorwort	30
Golfmarkt aktuell	30
Neue Mitglieder im BVGA	32
BVGA-Service	33
Golfanlagenklassifizierung	35
Hotels auf dem Golfplatz	36

### Marketing

Jacob Sjöman: Die Kraft der Bilder	38
------------------------------------	----

### GMVD

Vorwort	45
Wir begrüßen im GMVD	46
Termine	46
Veranstaltungen	47
Personalien	49

### Management international

Bro Hof Slott: Golf in Schweden – jung und sportlich	56
Vom Resort zur Destination – Costa Navarino erweitert Kapazität	61
Nikoleta Lekanidi: Golftourismus-Boom in Griechenland	63
Neues Insolvenzrecht für Pauschalreisen	64

### Golfplatz

Was tun bei Starkregen und Überflutung?	65
Unwetter-Katastrophe 2021 und die Folgen für Golfanlagen	67
IPS – Basis der nachhaltigen Pflege von Golfanlagen	72

Namen und Nachrichten	74
-----------------------	----

PGA	76
-----	----

Impressum	84
-----------	----



## CORONA-PANDEMIE 2021 – EIN RÜCKBLICK

### Alle Jahre wieder ...

**H**ach, was waren das früher noch für Zeiten: Golfanlagen wechselten Richtung Weihnachten vor allem in Höhenlagen in einen witterungsbedingten Standby-Modus, Pro-Shops verzeichneten viele Spontankäufe oder Gutscheinverkäufe für Golf-affine Menschen, und ungefähr zwei Stunden vor Ladenschluss brachen an Heiligabend auch die letzten Männer auf, um für ihre Partnerinnen noch ein Weihnachtsgeschenk zu kaufen (und nutzten die Gelegenheit, sich bei Douglas mit den Golfern des örtlichen Men's Day für die nächste Runde zu verabreden). Die Clubgastronomie öffnete ihre Tore für Weihnachtsfeiern der örtlichen Betriebe, und bei dieser Gelegenheit konnte mancher Nicht-Golfer gleich für den Sport begeistert werden. An Weihnachten traf man sich dann mit der Familie und/oder Freunden, und an Silvester wurde gefeiert, als ob gleich alle Spieler einer Gruppe soeben ein Hole-in-One erzielt hätten. Doch dann gab es letzten Dezember eine Art Vollbremsung: Eine neue Corona-Welle hatte Deutschland fest im Griff, Impfstoff

war angekündigt, aber noch nicht verfügbar, und bundesweit befand man sich in einem erneuten Lockdown. Wie schon beim ersten Lockdown im Frühjahr 2020 wurde vielerorts erneut über die Zulässigkeit des Golfspiels (sofern witterungsbedingt überhaupt möglich) diskutiert, die Regelungen einiger örtlicher Behörden erinnerten an Schilda, wenn beispielsweise bei Bundesland-übergreifenden Golfplätzen nur die Bahnen eines Bundeslandes bespielt werden durften oder

Golfanlagen – sofern sie nicht stark von Greenfeespielern und Turnieren abhängig waren – standen wirtschaftlich gar besser da als vor Corona.

#### Frühjahr und Sommer 2021

Das Frühjahr brachte dann Besserung – allerdings erst nach einem grandios gescheiterten Oster-Lockdown zur Brechung der dritten Welle und einer abgemilderten Lockdown-Form in den Folgewochen. Doch nun war der

---

*»Vorbei die Zeiten, als zwei Stunden vor Ladenschluss an Heiligabend die letzten Männer aufbrachen, um noch ein Weihnachtsgeschenk zu kaufen – und die Gelegenheit nutzten, sich bei Douglas für die nächste Golfrunde zu verabreden.«*

---

gar die Zwei-Personen-Regelung so ausgelegt wurde, dass die gesamte Golfanlage stets nur von zwei Golfern zeitgleich genutzt werden durfte. Dennoch, es gab im Winter 2020/21 auch Grund zur Freude, denn die Anzahl der organisierten Golfer wuchs so stark wie lange nicht mehr und viele

Impfstoff verfügbar, auch wenn die Impfkationen vielerorts eher holprig anliefen. Irgendwie kehrte so etwas wie die vielbeschworene neue Normalität ein, man konnte wieder zu viert auf die Golfrunde gehen, Turniere wurden ausgetragen, Bunker wurden wieder gereicht und auch die

Gastronomie durfte nicht mehr nur per Take-away, sondern auch vor Ort Golfer und Gäste verwöhnen. Das grenzüberschreitende Reisen wurde wieder einfacher, obwohl man sich für viele Länder selbst im Schengen-Raum vorab registrieren musste. Mancherorts hatte man den Eindruck, Deutschland feiere eine Art „Corona Spring Break“, Menschen trafen sich wieder, Kinder konnten ihre Freunde treffen und das Clubleben in den Golfanlagen erlebte eine Renaissance. Impftermine waren spätestens im Frühsommer keine Mangelware mehr, allerdings erlebte man auch rund um das Impfen manche Überraschung: Da war die Verwirrung um die Verträglichkeit der Vektorimpfstoffe, allen voran AstraZeneca, und erste Berichte aus Israel deuteten bereits an, dass die Wirksamkeit der Vakzine wohl eher in Monaten denn in Jahren bemessen werden muss.

### Spätsommer und Herbst 2021

Spätestens im Herbst zeigten sich nicht nur für die Gesellschaft insgesamt, sondern auch für die Golfbranche die ersten dunklen Wolken am Himmel. Immer deutlicher wurde, dass Menschen nach rund sechs Monaten eine Auffrischungsimpfung – gerne Booster genannt – benötigen; doch inzwischen waren die Impfzentren weitgehend geschlossen worden und weder Hausärzte noch andere Stellen waren aus verschiedensten Gründen in der Lage, diese Lücke kurzfristig zu schließen. Schlimmer noch: Zwar wurde in Deutschland der weltweit erste wirksame Covid-19-Impfstoff auf mRNA-Basis durch BionTech entwickelt, doch ausgerechnet Deutschland hinkte im weltweiten Vergleich bei den Impfungen hinterher. Selbst wenn man berücksichtigt, dass bis Anfang Dezember für Kinder unter 12 Jahren kein Impfstoff freigegeben wurde: Der Sprung über die 70%-Impfquote wollte nicht gelingen. Zudem wurde die Notwendigkeit der Auffrischungsimpfung immer deutlicher, so dass dennoch die Nachfrage nach Impfungen sprunghaft anstieg. Stundenlanges, oft verbgebliches Warten auf eine Impfdosis war die Folge, ein wenig erinnerte das Impfmanagement Ende Novem-

ber doch stark an die Inbetriebnahme des neuen Hauptstadtflughafens BER. Noch dazu war Deutschland im Herbst im Wahlkampf – wenn man das Handeln der konkurrierenden Parteien denn überhaupt so nennen konnte – und jeder vermied tunlichst, Überbringer schlechter Nachrichten sein zu wollen. Besonders deutlich wurde dies Ende November, als in Deutschland die Infektionszahlen drastisch in die Höhe schossen (auf einmal hatte Deutschland in absoluten Zahlen die zweitmeisten Neuinfektionen pro Tag weltweit) und die Frage der Impfung zunehmend zum Lackmустest der Gesellschaft wurde. Krankenhäuser meldeten überfüllte Intensivstationen, bundesweit wurde über Impfpflichten diskutiert und die Bundesländer riefen angesichts der endenden Nationalen Notlage nach neuen, bundeseinheitlichen Regelungen – ohne jedoch ihren eigenen Handlungsspielraum voll auszuschöpfen. Zwar erfreute sich Golf-Deutschland bis zum Herbst an weiter wachsenden Mitgliederzahlen, doch der Tagungserbst machte deutlich: Corona ist noch nicht vorbei. Die für Anfang November geplante DGV-Jahresversammlung wurde in ein Online-Hearing umgewandelt, der GMVD führte seinen Kongress online durch – einzig der BVGA wagte noch

---

*»Was für ein Durcheinander: Während auf Golfanlagen für Mitarbeiter 3G ausreicht, müssen sie auf privaten Golfkunden nun häufig 2G nachweisen.«*

---

eine Präsenzveranstaltung. Ende November tauchte die neue Omicron-Virusvariante auf und stellte Politik wie Wissenschaftler vor die Herausforderung, die Auswirkungen dieser Mutation zu bewerten.

### Winterbeginn 2021

Wer auf ein entspannteres Weihnachtsfest 2021 gehofft hatte, wurde spätestens im Rahmen der Ministerpräsidenten-Konferenz vom 02. Dezember 2021 eines Besseren belehrt: Die Politik hatte das Regieren wiederentdeckt und die bereits zuvor eingeleiteten Maßnahmen wie 2G und 3G am Arbeitsplatz nochmals verschärft.



**Michael Althoff**  
Geschäftsführender Gesellschafter  
MC Management Consulting GmbH

Ein Autorenporträt und Kontaktdaten finden Sie unter [gmgk-online.de/gm-autoren](https://gmgk-online.de/gm-autoren)

Erstaunlich ist, dass dabei weiterhin mit unterschiedlichen Maßstäben gemessen wird: Während beispielsweise für den Mitarbeiter eines Unternehmens ein (negativer) Antigen-Test ausreicht, um seinen Arbeitsplatz betreten zu können, muss beispielsweise an einer Hotelrezeption der diesem Mitarbeiter gegenüberstehende Gast entweder geimpft oder genesen sein. Während auf Golfanlagen für Mitarbeiter am Arbeitsplatz 3G ausreicht, müssen sie – falls sie in ihrer Freizeit selbst eine Runde spielen möchten – nun häufig 2G nachweisen. Und in

vielen Familien, Golfclubs und regelmäßigen Golfkunden wurde die Frage „Impfpflicht oder Impfoption“ in den Rang einer Glaubensfrage erhoben, bei der wissenschaftliche Argumente alleine nicht ausreichten und sich eine Spaltung Deutschlands in Impfwillige und Impfgegner andeutet.

### Auswirkungen auf Wirtschaft und Privatleben

Noch wichtiger: Sowohl der Sport als auch andere Bereiche des Golfsports sind nun gefordert, sich erneut auf neue Corona-Regeln einzustellen. Denn unverändert gilt: Die Politik bestimmt die Regeln, die Umsetzung

dieser Regeln überlässt sie jedoch Wirtschaft und Sport. So entschied beispielsweise Baden-Württemberg, dass der (analoge) gelbe Impfausweis künftig nicht mehr reiche und nur noch ein digitaler Impfnachweis anerkannt werde. Und der Einzelhandel sah sich plötzlich mit der Frage konfrontiert, wie er – ohne künftig auf „Türsteher“ zu setzen – gerade in Pro-Shops die 2G-Regel möglichst kostenneutral umsetzen könne. Politiker, Promis und andere Gesellschaftsvertreter werden nicht müde, die Notwendigkeit einer Impfung zur Beendigung der aktuellen Pandemie zu betonen.

---

*»Bei all den unschönen Nachrichten sieht es aber so aus, als ob die für die Entwicklung der Mitglieder förderlichen Rahmenbedingungen noch eine Weile andauern werden.«*

---

Nach der Ministerpräsidenten-Konferenz vom 02. Dezember wurden weitere Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie verkündet – vor allem für Ungeimpfte wird der Zugang zum öffentlichen Leben, sieht man einmal vom Einkauf von Lebensmitteln ab, weiter erschwert. Denn am Ziel der Impfquoten-Erhöhung hält die Politik (zu Recht) fest, allerdings haben die vergangenen Monate eben auch gezeigt, dass Appelle alleine offensichtlich nicht ausreichen und die vielbeschworene gesellschaftliche Solidarität längst nicht mehr auf dem vermuteten Niveau liegt. So werden die kommenden Wochen im Einzelhandel wohl nur unter 2G funktionieren, Kultur- und Freizeiteinrichtungen sind nur über 2G oder gar 2Gplus zugänglich. Ab einer Inzidenz von 350 werden zudem Clubs und Diskotheken geschlossen – und und erneut gibt es an Silvester in Deutschland ein Böllerverbot. Doch auch für Geimpfte und Genesene gibt es Restriktionen, für private Feiern im Innenbereich gilt eine Obergrenze von 50 Personen, im Außenbereich von 200 Personen – auf Basis von 2G. Auch beim Impfen will man nochmals Gas geben – sowohl bei Erst- und Zweitimpfungen als auch beim Boostern, allerdings wies die neue Bundesregierung Mitte Dezember darauf hin, dass

für eine schnelle Booster-Kampagne erst noch zusätzlicher Impfstoff beschafft werden müsse. Ebenfalls Mitte Dezember wurde beispielsweise von Schleswig-Holstein bis Mitte Januar für Privatreisen 2Gplus bei Übernachtungen definiert. Allerdings verständigte sich der neue Bundesgesundheitsminister Lauterbach mit seinen Länderkollegen darauf, dass eine Boosterimpfung den Test ersetze. Beim Thema Impfpflicht zeichnet sich eine Gesetzesinitiative im neuen Bundestag ab, über die im kommenden Jahr abgestimmt werden soll.

### **Auswirkungen auf den Golfsport**

Auch die Golfbranche ist von diesen Entscheidungen betroffen. Sie muss sich nun mit der Frage befassen, wie 2G auf der Anlage kontrolliert werden soll – vor allem in Zeiten, in denen die Sekretariate oftmals nur teilweise geöffnet sind. Für Pro-Shops steht ebenfalls die Umsetzung von 2G an, Club-Gastronomen berichteten über Stornierungen geschäftlicher und privater Weihnachtsessen. Der Golf-Profisport bleibt ebenfalls von diesen Entwicklungen nicht unberührt: Die Joburg Open 2021 – erstes Turnier der nun unter DP World Tour firmierenden, früheren European Tour, wurde infolge der neuen Virusvariante auf 54 Bahnen verkürzt, nachdem bereits

---

*»Ein wenig Hoffnung macht die von Wissenschaftlern geäußerte Meinung, dass sich bis zum Ende des Winters 2021/22 nahezu alle Bundesbürger immunisiert haben werden: entweder durch Impfung oder über eigene Erkrankung.«*

---

viele Profis Hals über Kopf nach Europa abgereist waren (witterungsbedingt wurde dann sogar auf 36 Bahnen reduziert), die an sich co-sanktionierte SA Open Championship wurde als reines Sunshine-Tour-Event ausgetragen. Doch längst werfen die neuen Regelungen ihre Schatten auf das

Jahr 2022: Die Messe Berlin hatte Anfang Dezember bereits alle Messen bis Ende Februar 2022 inklusive Grüner Woche abgesagt, am 16.12. verkündete sie das Aus der weltgrößten Tourismusmesse ITB 2022. Zudem wurde die für Mitte Februar geplante Reisemesse Oohh! Freizeitwelten in Hamburg abgeblasen. Rheingolf-Chef Michael Jacoby hat bereits verkündet, auch in 2022 auf eine Hallenmesse zu verzichten und stattdessen auf das Outdoor-Konzept der „Rheingolf on the Green“ zu setzen, im kommenden Jahr laut aktueller Planung in Krefeld und Hannover. Die Austrian Golf Show wurde ebenfalls auf einen späteren Zeitpunkt verschoben. Am 18.12. wurde auch die CMT Stuttgart gestrichen. Man darf gespannt sein, wie die Golf-Publikumsmessen in Hamburg und München reagieren werden. Für die Verbände bedeutet die aktuelle Entwicklung Parallel-Planung, denn noch ist nicht abzusehen, ab wann Präsenzveranstaltungen wieder möglich und sinnvoll sind, von daher dürfte derzeit weitgehend parallel sowohl für Präsenz als auch Online geplant werden. Diese Herausforderung stellt sich auch den Golfclubs, denn erneut ist unsicher, ob und wann eine Mitgliederversammlung in Präsenzform durchgeführt werden. Bei Sport-Großveranstaltungen gibt es zudem Kapazitätsbeschränkungen und Zuschauerlimits. Auch in Sachen Golfreisen bleibt es schwierig: Nahezu täglich ändern sich die Vorschriften der wichtigen Zielländer, auch die USA haben nur rund vier Wochen nach der Wiedereröffnung der Grenzen Anfang Dezember bereits nach-

justiert. Und neben der Steigerung der Erstimpfungen und der ab Ende Dezember voraussichtlich verfügbaren Impfung für 5-11-Jährige steht im kommenden Jahr eine weitere Herausforderung an: die Auffrischungsimpfungen. Frankreich und andere Länder haben bereits angekündigt,

zwei vollständige Impfungen nicht mehr unbefristet anzuerkennen. Sinnvollerweise bemüht man sich hier zumindest um eine EU-einheitliche Regelung, ob und mit welchem Ergebnis dies gelingt, war Anfang Dezember noch offen. Zu erwarten ist jedoch, dass künftig maximal sechs bis neun Monate seit der letzten Impfung vergangen sein dürfen, um als vollständig geimpft anerkannt zu werden.

Bei all diesen weniger schönen Nachrichten sieht es andererseits so aus, als ob die für die Entwicklung der Golfclub-Mitglieder sehr förderlichen Rahmenbedingungen noch eine Weile andauern werden. Denn weiterhin ist Golf eine der Sportarten, die sich mit den Restriktionen rund um Corona am besten vereinbaren lässt und den Menschen eine abwechslungsreiche Freizeitgestaltung bietet. Möglich also, dass im kommenden Frühjahr

erste Golfanlagen gar an ihre Kapazitätsgrenzen stoßen werden, eine in den letzten Jahrzehnten eher ungewohnte Situation. Daher wird für Golfanlagen künftig nicht nur die Mitgliedererwerbungs- und -bindung, sondern auch das Yield-Management zur Ertragsoptimierung deutlich an Bedeutung gewinnen.

### Fazit

Wer glaubte, mit 2021 sei das Thema Corona Geschichte oder zumindest von der Pandemie zur Endemie geworden, erlebt derzeit leider eine andere Entwicklung. Ob es gelingt, die aktuelle vierte Welle zu brechen (Stand: Mitte Dezember 2021), ob es eine fünfte (Omicron) oder gar sechste Welle geben wird, ob weitere Virusvarianten auftreten werden und ob diese gar gefährlicher als die aktuell dominierende Delta-Variante sind: Man

kann derzeit nur raten, denn zu viele Parameter, angefangen bei der Impfbereitschaft über die weltweite Impfquote, nehmen hierauf Einfluss. Ein wenig Hoffnung, dass 2022 tatsächlich die Wende in Sachen Corona bringt, macht die von vielen Wissenschaftlern geäußerte Meinung, dass sich bis zum Ende des Winters 2021/22 nahezu alle Bundesbürger immunisiert haben werden: entweder durch eine Impfung oder über eine eigene Erkrankung. Gesellschaft und vor allem die Menschen im Gesundheitswesen, insbesondere auf den Intensiv-Stationen der Krankenhäuser, würden sich sicherlich freuen, wenn sich die überwältigende Mehrheit für die Impf-Variante entschied. Ob es dazu kommt, hängt nicht zuletzt von jedem Einzelnen ab.

*Michael Althoff*

## NEUE GOLFER-HAFTPFLICHTREGELUNG VOR DEM START

# Online-Hearing und Auswirkungen der neuen Haftpflicht-Versicherungs-Systematik

Im Rahmen eines weiteren Online-Hearings informierte der Deutsche Golf Verband (DGV) am 20. November über aktuelle Themen. DGV-Präsident Claus Kobold berichtete, dass inzwischen rund 670.000 Golfer Mitglied eines DGV-Golfclubs seien. Der Sport sei daher so gut aufgestellt wie lange nicht mehr. Zudem hob er die Bedeutung der Aktivitäten im Umweltschutz hervor. Die Beibehaltung der Mitgliedsbeiträge in unveränderter Höhe wurde ebenso wie die Bestellung der Jahresabschlussprüfer mit 99,77% im schriftlichen Beschlussverfahren angenommen. Auch in diesem Jahr fiel die von DGV-Vorstand Marcus Neumann präsentierte sportliche Bilanz hervorragend aus – besonders hervorzuheben neben zahlreichen Mannschafts-Erfolgen sicherlich Matti Schmid's Silver Medal als bester Amateur bei der diesjährigen The Open in Royal St. Georges. Schmid wurde Anfang Dezember dann

sogar, als erst zweiter Deutscher nach Martin Kaymer, zum Sir Henry Cotton Rookie of the Year der DP World Tour gewählt. Markus Lawatsch informierte über die neue Version 2.0 von Players 1st, die nun auch Club-individuelle Fragen zulasse. Zudem berichtete er über die neue Zusammenarbeit mit FaceForce. DGV-Vizepräsident Battersmann gab eine Übersicht über die Finanzen – und sieht den Verband derzeit, nicht zuletzt aufgrund des Mitglie-

derwachstums auf den Golfanlagen in Corona-Zeiten, bestens aufgestellt, so dass er sogar eine mögliche Beitrags-senkung für die Golfclubs ins Spiel brachte. DGV-Vorstand Jörg Schlockermann gab einen Ausblick auf die bevorstehende Übernahme der golf.de durch den Verband. Die genauen Details zum Relaunch des Endkundenportals, das auch um B2B-Content angereichert werden soll, plant der DGV im ersten Quartal 2022 bekannt-



Bild: © Robert Kneschke/shutterstock.com

zugeben. Zudem ging Schlockermann auf die Digitalisierungsstrategie insgesamt ein und betonte nochmals, dass Kundendaten von Golfern nur mit deren ausdrücklicher Zustimmung zentral genutzt würden.

### Neugestaltung der Haftpflichtversicherung

Ein zentrales Thema war die Neugestaltung der Haftpflichtversicherung. Zum 01. Januar tritt für die deutsche Golfszene eine wichtige Änderung in Kraft: Künftig sind Mitglieder von Golfclubs, die ihrerseits Mitglied im Deutschen Golf Verband (DGV) sind, nicht mehr automatisch bei der Ausübung ihres Sports haftpflichtversichert (siehe *golffmanager* 5/21). Im Rahmen des DGV-Online-Hearings am 20. November 2021 erläuterten die DGV-Vorstände Alexander Klose und Jörg Schlockermann nochmals die neuen Regelungen. Klose wies darauf hin, dass das Golfsportrisiko nur selten durch eine private Haftpflichtversicherung abgedeckt sei, eine spezifische Golf-Haftpflichtversicherung sei daher dringend zu empfehlen. Über den DGV können Golfer künftig zwischen zwei Angeboten wählen: Entweder, sie willigen ein, dass der DGV-Versicherungspartner HanseMercur ihre Daten für Marketingzwecke und Kontakte nutzen kann und bleiben kostenfrei versichert, oder sie buchen online für 12 Euro pro Jahr den neuen DGV-GolfProtect-Haftpflichtschutz. Wie DGV-Partner HanseMercur die Werbeeinwilligung konkret umzusetzen plant – also über welche Kommunikationskanäle und mit welcher Häufigkeit ein Kontakt zum Golfer möglich ist – wurde im Hearing nicht näher erläutert. Zum Hearing war auch die für den Abschluss geplante Website noch nicht freigeschaltet, konkrete allgemeine Versicherungsbedingungen für die kostenfreie und kostenpflichtige Variante waren noch nicht veröffentlicht. Laut DGV-Vorstand Schlockermann sollen die entsprechenden Informationen in Kürze den Anlagen zur Verfügung gestellt werden (bis Redaktionsschluss Mitte Dezember 2021 waren die Informationen noch nicht veröffentlicht). Weiterhin bestehen

bleibt für Golfanlagen die Möglichkeit, Schäden durch abirrende Golfbälle bei unbekanntem Schädiger durch einen Beitritt zum Rahmenvertrag zur Zusatz-Haftpflicht-Versicherung für Golfspieler abzusichern. Vier wichtige Informationen zur neuen Golfer-Haftpflichtversicherung wurden im Rahmen des Hearings deutlich:

1. Eine Vorgabe, dass nur Haftpflicht-versicherte Golfer die Anlagen einschließlich Übungsbe- reichen nutzen dürfen, gibt es seitens des DGV nicht.
2. Widerruft ein Golfer seine Werbeeinwilligung, ist er ab diesem Datum künftig nicht mehr kostenfrei versichert.
3. Der Selbstbehalt sinkt gegenüber der bisherigen, in der Mitgliedschaft inkludierten Versicherungsvariante von 1.000 Euro auf nunmehr 500 Euro pro Schadensfall.
4. Gleich, ob kostenpflichtige oder kostenfreie Variante: Die neue Haftpflichtversicherung gilt nur im Inland, jedoch nicht im Ausland – vor allem für Golfer in grenznahen Golfclubs eine wichtige Information.

### Auswirkungen auf Golfanlagen

Auch wenn auf den ersten Blick die Neuregelung den Leistungsumfang des DGV gegenüber den organisierten Golfern betrifft: Die Anlagen sind durch die Novellierung der Haftpflichtversicherung ebenfalls betroffen. Das betrifft zuallererst die Kommunikation – hier wird das aktuelle Dilemma des organisierten Golfsports in Deutschland deutlich: Zwar betrifft die zum 01.01.2022 eintretende Änderung die einzelnen Golfer, der DGV hat jedoch (von den bisher für den digitalen DGV-Ausweis registrierten Golfern einmal abgesehen) keine Möglichkeit, die Golfer direkt zu informieren. Daher ist die Kommunikation – auch, wenn die Golfanlagen selbst die Änderung weder veranlasst haben, noch davon mit hoher Wahrscheinlichkeit profitieren werden – in erster Linie Aufgabe der Golfanlagen. In diesem Zusammenhang sollten die Golfanlagen entscheiden, wie sie mit der neuen Situation

umgehen. Denn neben dem Versicherungsangebot über DGV-GolfProtect steht es natürlich grundsätzlich jedem Golfclub frei, seinerseits mit einem Versicherungsgeber eine entsprechende Haftpflichtversicherung für alle Clubmitglieder abzuschließen und diese den eigenen Mitgliedern entweder als Mehrwert im Rahmen der bestehenden Mitgliedschaften oder gegen Aufpreis anzubieten. Alternativ kann ein Golfclub sich auch für ein anderes Angebot anderer Versicherungsgeber entscheiden – denn der Versicherungsmarkt bietet durchaus Alternativen zu DGV-GolfProtect, die ebenfalls die speziellen Golf-Haftungsrisiken abdecken, aber beispielsweise auch im Ausland greifen oder zusätzliche Risiken wie Schlägerbruch oder Ausrüstungsdiebstahl abdecken.

Wichtig ist für Golfanlagen die Entscheidung, ob das neue Versicherungskonzept Auswirkungen auf die operativen Prozesse haben soll. Gerade im sehr Versicherungs-affinen Deutschland verfügten 2019 nach Abgaben des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) 82,8% aller deutschen Haushalte über eine private Haftpflichtversicherung - umgekehrt rund 17% aller Haushalte nicht. Wenn also eine Golfanlage künftig einen Nachweis über eine ausreichende Deckung als Zugangsvoraussetzungen definieren möchte (gleich, ob allgemeine Privat-Haftpflicht oder spezielle Golf-Haftpflicht), wären die Prozesse bei Startzeiten-Buchung und Check-in entsprechend anzupassen.

### Fazit

Die Eckdaten zur neuen Golfer-Haftpflicht sind nun weitgehend bekannt – jetzt ist es an den einzelnen Golfclubs, für ihre Mitglieder, aber auch für Gastspieler die daran angepassten operativen Prozesse für den Abschluss und die Verlängerung von Mitgliedschaften darauf abzustimmen sowie über die Notwendigkeit eines Versicherungsnachweises vor Betreten der Anlage zu entscheiden.

*Michael Althoff*

In den vorangegangenen Ausgaben hat der *golffmanager* verschiedene Konzepte vorgestellt, um Golfanlagen auch abseits des Platzes mit attraktiven, Golf-bezogenen Angeboten aufzuwerten und zusätzliche Ertragschancen zu erschließen. Nach den Themen „Adventure-Golf“ (nachzulesen über die Suchfunktion unter [gmgk-online.de](https://bit.ly/3q7Eg7o) oder direkt über <https://bit.ly/3q7Eg7o>) und „Range-Systeme“

(Direktlink: <https://bit.ly/3dXdqJH>) runden wir diese Beitrags-Reihe nun mit zwei Best-Practice-Beispielen zum Thema „Indoor-Golf“ ab – und geben einen Ausblick auf die erste Topgolf-Anlage, die Anfang 2022 in Oberhausen ihre Tore öffnen wird und damit erstmals dieses weltweit sehr erfolgreiche, auf Entertainment ausgerichtete Konzept nach Kontinentaleuropa bringen wird.

## BEST PRACTICE: INDOOR-GOLF-RUHRPOTT

# Virtuelles Golf auf dem Vormarsch



Insgesamt zehn Boxen umfasst die nach eigenen Aussagen aktuell größte Indoor-Golfanlage Deutschlands.

(Alle Fotos: M. Althoff)

Es begann 2018: Nach langer Tätigkeit im Importgeschäft drehten sich Marc Dreesbachs Gedanken zunehmend um das Golfbusiness. Schließlich spielte er nicht nur seit mehr als drei Jahrzehnten Golf, sondern hat auch eine Ausbildung zum Golflehrer absolviert – den Beruf aber nie in Vollzeit ausgeübt. Für das Spiel zuhause hatte er sich einen eigenen TrackMan-Simulator eingerichtet. Dadurch reifte der Entschluss, in Gelsenkirchen eine professionelle Indoor-Golfhalle zu eröffnen. Denn schon damals war Dreesbach überzeugt: „*Virtuelles Golf wird in den kommenden Jahren eine wichtige Ergänzung zum traditionellen Outdoor-Golf sein.*“ Im September 2021 wechselte Indoor-Golf-Ruhrpott (IGR) an einen neuen Standort in Mülheim an der Ruhr, der noch mehr Boxen ermöglichte. Mit nun zehn Boxen ist die Anlage nach eigenen Angaben die aktuell größte Indoor-Golfanlage in Deutschland. Die Boxen wurden selbst gebaut, bei den Grüns setzt IGR auf professionellen Kunstrasen eines holländischen Anbieters. Bei

der Planung war wichtig, dass nicht nur ein Indoor-Rangebetrieb möglich sein sollte, sondern insbesondere auch virtuelles Golf auf zahlreichen Plätzen weltweit. „*Wir haben von Beginn an festgestellt, dass viele Golfer gerade im Winter oder bei Dunkelheit nicht immer nur trainieren möchten, sondern das virtuelle Spiel auf den schönsten Plätzen dieser Erde suchen*“, so Marc Dreesbach. Im Unterschied zu eher auf Entertainment ausgerichteten Konzepten wie Top-Golf, bei denen nicht zuletzt die Gastronomie ein wichtiges Angebots- und Ertragselement ist, geht es in Mülheim primär um den Sport – ergänzt durch eine kleine Bar an der Rezeption, an der sich die Golfer mit Getränken versorgen können. Daher bringen Golfer üblicherweise ihre eigenen Schläger mit – dennoch können sich Einsteiger vor Ort auch Schläger leihen. Bei der Wahl des technischen Systems fiel die Entscheidung schnell auf TrackMan. „*Das System bietet unseren Golfern nicht nur exzellente Daten zur Analyse des eigenen Golfspiels, sondern schließt eine mehr als 130 Anlagen*



Speziell für die Nutzung von TrackMan entwickelt: der neue Titleist Pro V1 RCT.

umfassende Golfplatz-Bibliothek ein, so dass unsere Spieler immer wieder neue Plätze kennenlernen können“, so Dreesbach. Die enge Partnerschaft mit TrackMan zeigt sich auch beim Golfball: Als eine der ersten Anlagen steht in Mülheim – wenn auch zunächst in sehr begrenzter Zahl – der neue Titleist Pro V1 RCT zur Verfügung,

der von Titleist und TrackMan in enger Kooperation entwickelt wurde und speziell für die Nutzung mit Indoor-Radarsystemen optimiert ist.

Etwas überrascht zeigt sich Dreesbach von der Reaktion zahlreicher Golfanlagen. „Viele sehen Indoor-Golf offensichtlich eher als Konkurrenz denn als Ergänzung ihres eigenen Angebots“, so seine bisherigen Erfahrungen. Mit zwei Clubs, dem Golfclub Am Kemnader See sowie dem Gelsenkirchener Golfclub Haus Leythe, hat er Partnerabkommen geschlossen, ebenso seit November 2021 mit der VcG, Mein Golfclub und den Rheingolf-Card-Inhabern. Daher spielen diese Golfer vergünstigt in Mülheim. Ähnlich sind auch die Erfahrungen mit Golflehrern: Obwohl diese für die Nutzung einer Box für Golfunterricht keine Mattenmiete zahlen, ist die Resonanz nach Dreesbachs Einschätzung sehr verhalten. Dennoch: Obwohl erst seit wenigen Monaten am neuen Standort, wächst die Nachfrage kontinuierlich. Die Golfer repräsentieren alle Altersgruppen und Spielstärken, immer öfter greifen auch Einsteiger und Wieder-Einsteiger auf das Indoor-Angebot zurück. „Viele Golfer schätzen an unserem Konzept, dass sie hier ohne Druck von Folgespielern auch als Beginner in Ruhe einen Golfplatz virtuell spielen können – auf den Outdoor-Anlagen scheint der Druck von nachfolgenden Spielgruppen oft als störend wahrgenommen zu werden“, so die Einschätzung des Anlagenbetreibers. Entsprechend variabel fällt auch die Nutzung des Spielangebots aus, die drei Modi Längenmessung, Target Range und virtuelles Golf werden von den Kunden annähernd gleich häufig genutzt.

### Nutzungsmodelle

Für die Nutzung können Golfer zwischen drei verschiedenen Modellen wählen: der stundenweisen Anmietung, einer Zehnerkarte und einer 12-Monats-Flatrate. Wichtig: Gezahlt wird immer pro Box, nicht pro Golfer – spielen beispielsweise mehrere Golfer eine virtuelle Runde gemeinsam, zahlen sie für die Nutzungszeit, aber keinen Aufpreis für zusätzliche



Regelmäßige Events tragen zur Attraktivität des Angebots bei.

Spieler. Besonders die Flatrate findet zunehmend Interesse: Während die 10er-Karte den Golfern einen 10%igen Nachlass gewährt, rechnet sich die Flatrate bereits ab weniger als 14 Stunden pro Jahr. „Dabei gibt es keine Vorgaben, wie oft ein Golfer pro Monat zu uns kommen kann – wer also beispielsweise in den vier Haupt-Wintermonaten einmal pro Woche für mindestens eine Stunde zu uns kommt, profitiert bereits von diesem Konzept“, resümiert Dreesbach. Wer eine virtuelle Golfrunde spielt, sollte nach den Erfahrungen aus Mülheim maximal zwei Stunden als Einzelspieler einplanen – denn im Unterschied zur klassischen 18-Löcher-Runde entfallen die Wegstrecken. Dafür erhalten die Golfer jedoch über TrackMan auch für jeden Schlag die entsprechenden Daten – und können diese, wie in den Übungsmodi, auf Wunsch auch über die TrackMan-App auswerten. Nach den bisherigen Erfahrungen von Indoor-Golf-Ruhrpott spielen die Golfer durchschnittlich rund 1,5 Mal pro Woche – anfangs oft häufiger, danach pendelt sich die Nutzung auf den genannten Wert ein. Flatrate-Nutzer können ihre Startzeiten eigenständig über Eversports in den dafür vorgesehenen Mitgliederboxen buchen, für alle anderen Golfer geht dies per E-Mail oder Telefon.

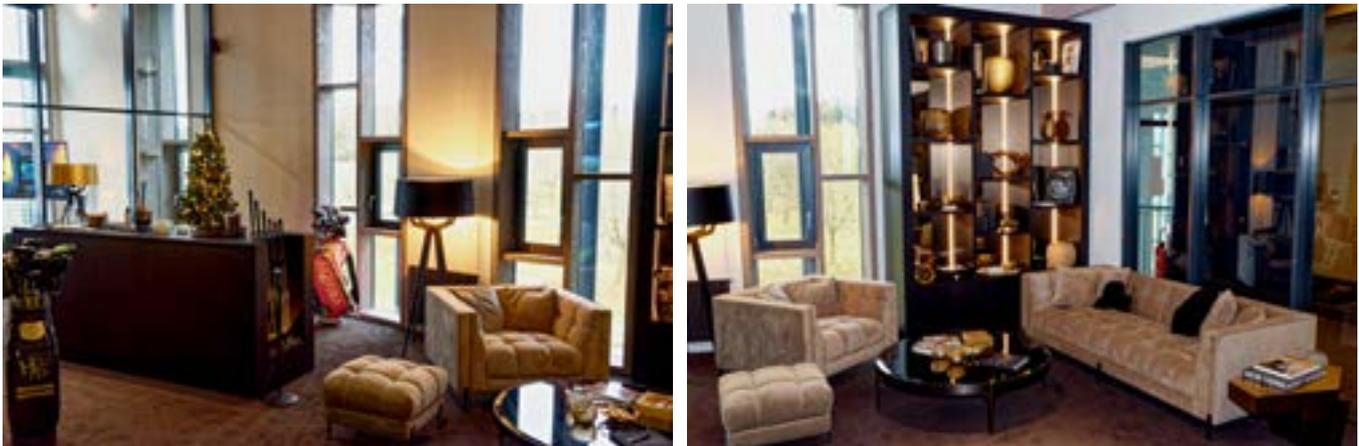
Um die Attraktivität des Angebots zu erhöhen, werden regelmäßig Events veranstaltet. Dazu gehören beispiels-

weise Ladies Days ebenso wie Themenabende und Turniere, auch ein eigener Platzreifekurs wird inzwischen angeboten. Sofern erforderlich, greift das Team von Indoor-Golf-Ruhrpott für die Verpflegung bei Events auf das Lieferangebot einer benachbarten Pizzeria zurück. Weitere Angebote von IGR umfassen ein Fitting sowie Schnupperkurse für Golf-Interessierte. Vor allem in der Vor-Weihnachtszeit sehr beliebt sind auch Geschenkgutscheine für die Boxennutzung, denn gerade bei Golfern ist die Geschenkauswahl zu Weihnachten nicht immer einfach. Mit dem bisherigen Erfolg am neuen Standort ist Marc Dreesbach sehr zufrieden – auch wenn eine solche Investition gerade in Zeiten von Corona immer durch einige Unwägbarkeiten begleitet wird. Auch die Verknappung und in Folge Verteuerung diverser Baustoffe wie beispielsweise Holz hat ihre Spuren im Investitionsplan hinterlassen. Aber die gute Resonanz bei den Golfern unterstreicht die positive Bewertung durch den Investor und Betreiber. Wichtig ist nach den Erfahrungen von Dreesbach jedoch permanentes Marketing. Denn: „Auch wenn wir unseren Kunden ein hochwertiges und auch preislich attraktives Angebot bieten – damit die Golfer der Region dies auch mitbekommen, gilt der alte Grundsatz ‚Tue Gutes und rede darüber‘, sonst bleibt das beste Angebot unbekannt!“

Michael Althoff

## BEST PRACTICE: GRACE GOLF CENTER

# Eventlocation und Lounge mit Golf-Simulatoren



Das stilvolle Grace Golf Center erinnert eher an eine Lounge, denn ein Sportcenter.

(Alle Fotos: M. Althoff)

Pünktlich zur Wintersaison 2021/22 öffnete im Schweizer Engwilen an der Deutsch-Schweizer-Grenze, nur rund 15 Autominuten von Konstanz entfernt, das Grace Golf Center seine Türen. Inhaber Nick Grace, ausgebildeter PGA Professional und zugleich Leiter Distribution und Vertrieb bei Full Swing Simulators für Zentraleuropa, setzt mit seinem neuen Indoor-Angebot auf eine Mischung aus Indoor-Golf und Events. Das wird bereits bei der Einrichtung deutlich: Derzeit stehen zwei Simulatoren zur Verfügung – ein Full Swing Sport mit Kamera-Tracking sowie ein Full Swing Pro mit zusätzlichem Infrarot-Tracking. Ergänzt wird das Konzept durch eine großzügige Lounge samt eigener Bar. „Damit wir die Bar in Kombination mit den Simulatoren betreiben können, musste ich extra ein Schweizer Kioskpatent beantragen“, schmunzelt der gebürtige Engländer Grace. Die auf zwei getrennte Räume verteilten Simulatoren sind stets durch Sitzgelegenheiten ergänzt – denn ganz bewusst sollen nicht nur Einzelspieler, sondern auch Familien, Paare und Gruppen angesprochen werden. Die Einrichtung des Grace Golf Centers ist nicht nur hochwertig, sondern erinnert eher an einen Club oder eine Lounge denn an ein Sportcenter oder gar eine

Sporthalle. Für die Einrichtung wurde extra eine international anerkannte Innendesignerin, Elke Odermatt von Wohngefühl GmbH, engagiert.

„Wir haben an anderen Standort in der Schweiz bewiesen, dass Indoor-Anlagen bereits ab zwei Simulatoren über Mitgliedskonzepte funktionieren – nun möchte ich mit dem neuen Konzept zeigen, dass auch ein Konzept ohne Mitgliedschaften wirtschaftlich äußerst erfolgreich sein kann“, so Inhaber Grace. Dabei spielt die Bar samt Ausschank – es gibt auch einen Haus-Gin – eine wichtige Rolle, nicht nur beim Angebot, sondern auch im Ertragsmix. Da Grace bewusst auf

Mitgliedschaften verzichtet, können Golfer die Anlage ausschließlich auf Stundenbasis mieten – optional können sie ein Zehner-Abo mit Rabattierung erwerben. Die Getränke an der Bar sind zusätzlich zu zahlen. „Wir verstehen uns dabei ausdrücklich als Eventlocation und Lounge, nicht jedoch als eigenständige Bar oder gar Gastronomie“, so Grace. Firmen und Privatgruppen können das gesamte Center exklusiv für Veranstaltungen mieten, der Loungebereich soll zudem nicht-golfende Begleitpersonen ansprechen und ihnen so nicht nur die Wartezeit verkürzen, sondern sie auch am Golferlebnis ihrer Partner, Kinder oder Enkel teilhaben lassen.

**30 Jahre**  
Greenkeeper-Qualifikation

DEULA Rheinland  
Kempfen



DEULA  
Lernen und Erleben



**Greenkeeping**  
Unsere Fortbildungskurse:

- Geprüfter Head-Greenkeeper AGQ Typ D
- ★ Geprüfter Greenkeeper – Fachagrarwirt Golfplatzpflege AGQ Typ C
- Qualifizierter Platzarbeiter AGQ Typ B
- Technik für die Golfplatzpflege
- Greenkeeping für Clubverantwortliche und Golf-Pro

Tel. 02152 - 205 770 oder [www.deula-kempfen.de](http://www.deula-kempfen.de)

\* Jetzt mit  
Meister-BAföG\*



**Zwei Simulatoren mit gemütlichen Sitzgelegenheiten laden zum gemeinschaftlichen Indoor-Golfen ein.**



**Eine eigene Bar unterstreicht den Club-Charakter.**

Bei der Vermarktung profitiert das Center nicht nur von Grace' großer Bekanntheit in Deutschland und der Schweiz, sondern auch von der Nähe des Golfclubs Lipperswil, in dem seine Frau bis heute im Management aktiv ist. Das neue Indoor-Angebot richtet sich jedoch ausdrücklich an alle Golfer – vom clubgebundenen Golfer bis hin zum Freizeitgolfer. Positiv fällt die Dimensionierung der Boxen auf: Mit einer Breite von 5 Metern und einer

Tiefe von 5 Metern kommt kein Engegefühl auf und die Golfer fühlen sich fast wie auf einem Platz in der freien Natur – allerdings voll klimatisiert. Damit können Golfer nun mit der gleichen Technologie trainieren und spielen, auf die auch Golfstars wie Tiger Woods, Jordan Spieth, Gary Woodland und Jason Day setzen. Und auch für ein weiteres Wachstum wurde bereits vorgesorgt: Direkt an die derzeitigen Räume angrenzend

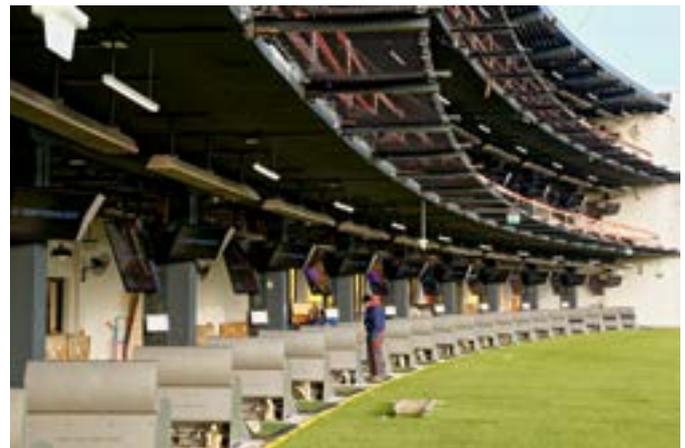
kann Grace jederzeit sein Angebot erweitern und weitere Boxen ergänzen – Pläne dazu gibt es bereits und es wäre nicht überraschend, wenn dann neben Full Swing auch weitere Simulator-Anbieter in Engwilen von Golfern der Bodensee-Region genutzt werden könnten.

*Michael Althoff*

## UNTERHALTUNGS, SPORT UND TECHNOLOGIE IM VORDERGRUND

# Topgolf Oberhausen vor der Eröffnung





**Noch nicht ganz fertig, kann man doch schon gut die Dimensionen erkennen.**

**M**oderne Unternehmensführung sieht die Konzentration auf Kernkompetenzen als wichtigsten Erfolgsfaktor. So ist beispielsweise der Erfolg von Apple vor allem auf seine Marketing-Fähigkeiten (und nicht das Bauen von Smartphones und Computern) zurückzuführen. Spannend wird die Frage nach der Kernkompetenz im Golfsport – denn vielfach wird hier, vor allem auf den Golfanlagen, der eigene Platz genannt. Dass es durchaus andere Erfolgsmodelle in der Golfbranche gibt, zeigt seit gut 20 Jahren die Topgolf Entertainment Group, insbesondere mit ihren Topgolf-Anlagen. Schon ein Blick auf die Website der Unternehmensgruppe zeigt: Hier sieht man sich nicht als Golfunternehmen,

sondern als globaler Anbieter in den Bereichen Unterhaltung, Sport und Technologie.

Auch wenn viele Menschen Topgolf heute vor allem mit den USA verbinden: Entstanden ist Topgolf im Jahr 2000 in Watford, England. Der Name geht auf die alte Frage zurück, wessen Ball näher am Ziel landet – und so steht Topgolf für „Target Oriented Practice Golf“. 2005 kam Topgolf in die USA und setzt dort zum inzwischen globalen Siegeszug an – pünktlich zum 20-jährigen Bestehen zählte das Unternehmen rund 60 Anlagen weltweit. Wie populär Topgolf inzwischen ist, zeigen nicht zuletzt rund 870.000 Instagram-Beiträge mit dem Hashtag #topgolf – auf denen man meist junge Leute sieht, die in entspannter Atmosphäre Spaß haben. Mit der Eröffnung des ersten auf Unterhaltung ausgerichteten Topgolf-Standorts 2012 in Katy (Texas) wurde endgültig die Ausrichtung auf Entertainment und damit die Abkehr von der klassischen Golfbranche vollzogen.

Jährlich besuchen rund 23 Millionen Menschen eine Topgolf-Anlage in den USA, und eine Studie der USGA zeigte bereits vor einiger Zeit, dass inzwischen rund ein Viertel aller US-Neugolfer zum ersten Mal bei Topgolf zum Schläger gegriffen haben. 2021 übernahm Callaway Topgolf komplett (seit 2006 hielt das Unternehmen bereits eine Beteiligung). Längst ist der Fokus nicht mehr nur auf UK und USA ausgerichtet, die internationale Expansion gewinnt zunehmend an Bedeutung. 2018

wurde Topgolf Australien eröffnet, nach Mexiko wurde 2021 mit Topgolf Dubai das fünfte Land zum Portfolio hinzugefügt. Auch in China und Thailand soll es bald entsprechende Anlagen geben – und in Deutschland wird 2022 in Oberhausen, direkt an das Centro-Einkaufszentrum angrenzend, die erste Topgolf-Anlage in Kontinentaleuropa eröffnet. Bei der internationalen Expansion setzt Topgolf verstärkt auf Partnerschaften und Franchise. Partner für Deutschland, Österreich, Italien und die Schweiz ist das Schweizer Unternehmen Greenreb. Anfang Dezember bogen die Vorbereitungen am deutschen Standort Oberhausen auf die Zielgerade ein – Zeit, mit David P. Speiser, CEO und Co-Founder von Greenreb, sowie Niclas Janus, Head of Marketing bei Topgolf Oberhausen, über die nächsten Schritte bis zur Eröffnung und die Ziele des neuen, ganz auf Entertainment ausgerichteten Angebots zu sprechen.

**? Wie entstand der Plan, Topgolf nach Kontinentaleuropa zu bringen?**

**D. Speiser:** *Kurz gesagt: Ich habe es selbst in den USA erlebt und festgestellt, dass es eher Entertainment denn Golf ist – und Entertainment funktioniert auf der ganzen Welt! Die Menschen brauchen Unterhaltung, auch in der Rezession oder Krise. Daraus entstand der Wille, dieses Konzept nach Kontinentaleuropa zu bringen.*

**? Wann soll die Eröffnung erfolgen?**

**Mammutprojekt Topgolf Oberhausen**  
(Alle Fotos: M. Althoff)



**D. Speiser:** Wir werden sicher noch im Winter eröffnen, voraussichtlich sogar im Januar.

**N. Janus:** Wir starten gerne mit guten Vorsätzen (lacht).

**? Gab es spezielle kommunale Auflagen?**

**D. Speiser:** Nein, keine unvorhersehbaren, aber natürlich die allgemeinen Umwelt- und Bauauflagen. Hinsichtlich Öffnungszeiten ist die Regelung sogar großzügiger als wir es brauchen. Die strengen Vorschriften beim Flutlicht halten wir selbstverständlich ein.

**? Wer steht hinter Greenreb?**

**D. Speiser:** Greenreb wurde 2019 durch Eric Grob und mich gegründet. Unser ursprüngliches Ziel war es, Topgolf nach Kontinentaleuropa zu bringen. Mittlerweile sind wir über 200 Mitarbeiter mit Topgolf Oberhausen und unserer Zentrale in der Schweiz. Unsere Ambition, über ein Dutzend Topgolf-Anlagen nach Europa zu bringen, ist gut vorangeschritten, wir haben bereits mehrere Vorverträge für weitere Anlagen unterzeichnet. Ob es über Topgolf hinausgeht, wird sich zeigen – wir haben zahlreiche Anfragen internationaler Unterhaltungskonzerne erhalten. Derzeit gilt unsere Priorität aber eindeutig Topgolf.

**? Hat Greenreb für Deutschland, Österreich, Italien und die Schweiz Exklusivrechte?**

**D. Speiser:** Ja, für diese Märkte haben wir Exklusivrechte. Wir haben das Gefühl, dass diese vier Länder das Potenzial für sicher 20 Topgolf-Anlagen, davon ungefähr zehn in Deutschland, bieten. Es gibt jedoch in den USA eine Tendenz, auch kleinere Topgolf-Anlagen zu bauen – eventuell wird sich mit diesen die Anzahl in den vier Ländern noch erhöhen.

**? Nach welchen Kriterien wurde Oberhausen als Standort ausgewählt?**

**D. Speiser:** Wir haben es hier mit einem recht kapitalintensiven Geschäft der Standortentwicklung zu tun. Gleich zu Beginn unserer Gespräche mit potenziellen Investoren haben uns diese gesagt, dass wir unbedingt nach Oberhausen neben das Centro müssten – dieser Standort war mir aus der Schweiz heraus gar nicht bekannt. Aber das Umfeld sucht wirklich seinesgleichen!

Die Einwohnerdichte, unser Kriterium Nummer 1, ist enorm, es gibt ein gutes durchschnittliches Haushaltseinkommen – denn wir sind ja ein Massenkonzept. Es reicht nicht, sich auf wenige gut Betuchte zu konzentrieren, überwiegend finanzschwache Gegenden funktionieren genauso wenig und US-amerikanische Konzepte von der NFL über die Systemgastronomie sind hier sehr beliebt. So sind wir zur Stadt gegangen und haben mit ihnen geredet – sie waren sehr offen und wir haben uns schnell geeinigt.

**? Sind Gelände und Gebäude im Eigentum von Greenreb?**

**D. Speiser:** Wir betreiben die Standorte wie Hotels. Daher haben wir stets eine Besitz- und eine Betriebsgesellschaft. Letztere ist immer eine 100%ige Tochter von uns, hat alle Angestellten auf der Payroll und vereinbart sowohl die Erlöse als auch die Kosten. Die Besitzgesellschaft ist Eigentümerin des Grundstücks, des Gebäudes und der Einrichtung, von ihr mieten wir das alles an. Hier in Oberhausen sind wir auch Gesellschafterin der Besitzgesellschaft, aber das ist kein Muss – unser Geschäftsmodell ist weiterhin vor allem die Standortentwicklung und der Betrieb.

**? Wie hoch ist das Gesamtinvestitionsvolumen an diesem Standort?**

**D. Speiser:** Wir investieren hier in Oberhausen ungefähr 50 Millionen Euro, diese finanzieren wir klassisch in Kombination aus Fremdfinanzierung und Eigenkapital.

**? Welche Break-Even- und Payback-Dauer streben Sie an?**

**D. Speiser:** Natürlich kommunizieren wir unseren Businessplan nicht öffentlich (schmunzelt). Aber wir sind überzeugt, dass unser Konzept – so wie an allen anderen Standorten auch – sich sehr schnell selbst tragen wird.

**? Wie gehen Sie mit dem Saisonfaktor um?**



**Nicht nur auf der Baustelle, auch später werden viele helfende Hände benötigt – künftige Mitarbeiter werden mit lukrativen Angeboten umworben.**



Mit einem Gesamt-Investitionsvolumen von 50 Millionen Euro entsteht in Oberhausen eine Anlage der Superlative.

**N. Janus:** Wir haben auf der gesamten Anlage Heizungen für die Bays – so nennen wir unsere Abschlagplätze – installiert. Jede Bay hat zwei Heizsysteme: eines für die Abschläge und ein separates für den Sitzbereich. Unsere Gäste können beide Bay-Heizungen über zwei Stufen selbst regeln, so dass sich jeder Gast seine Wohlfühltemperatur, auch in Abhängigkeit von der Kleidung, einstellen kann.

**D. Speiser:** Natürlich haben wir Saisonalität – aber wir haben in den USA Anlagen, in denen die Winter deutlich kälter und schneereicher sind. Wie in der Gastronomie kommen die Gäste sommers wie winters – nur im Sommer natürlich häufiger. Für eine Anlage dieser Größe ist ein Ganzjahresbetrieb unerlässlich. Unsere Heizsysteme sind den bekannten Heizpilzen deutlich überlegen. Ist eine Bay nicht besetzt, schalten sich die Heizstrahler automatisch wieder ab. Dies hilft uns, die Umwelt zu schützen und unsere operativen Kosten im Griff zu halten.

**?** Wird es auch ein Merchandising-Angebot geben?

**D. Speiser:** Wir haben ein umfassendes Merchandising-Angebot, sowohl für Topgolf Germany als Hauptlinie als auch für Topgolf Oberhausen. Unser Online-Store ist mit einer kleinen Auswahl bereits live, künftig wird man auf der Anlage die gesamte Palette kaufen können.

**?** Welchen Stellenwert sollen Events haben?

**N. Janus:** Wenn wir uns an den internationalen Anlagen orientieren, entfällt rund ein Drittel des Umsatzes auf Events. Das ist auch unser Minimal-Ziel. Wir haben hier sehr viele interessante Firmen im Umkreis, so dass wir hoffen, mit innovativen Konzepten von der Anmietung der gesamten Anlage samt Außenflächen bis hin zur Miete mehrerer Boxen erfolgreich zu sein. Gerade für Produktpräsentationen bieten wir Möglichkeiten, die man hier im Umkreis sonst kaum findet. Die Nachfrage ist bereits jetzt sehr groß!

**?** Welche Zielgruppen soll das neue Angebot ansprechen?

**N. Janus:** Grundsätzlich sind wir für alle da! Wir wollen Menschen zusammenbringen und Momente schaffen, die in Erinnerung bleiben – das ist unsere Mission und schließt niemanden aus. Unsere Kernzielgruppe in der Kommunikation werden eher junge Menschen zwischen 18 und 49 darstellen, in Hinblick auf den Ausbau des Golfsports und die Gewinnung von Neugolfern sind für uns auch Familien und Kinder sehr wichtig. Natürlich freuen wir uns über jeden Golfer, auch ältere Gäste sind selbstverständlich herzlich willkommen, unser Konzept eignet sich auch für sie hervorragend und bereitet allen Altersgruppen Spaß.

**?** Sind Kooperationen mit örtlichen Golfanlagen oder Golflehrern geplant?

**D. Speiser:** Ja, das machen wir definitiv! Wir sehen in den USA, dass wir mit unserem Konzept sehr viele Menschen zum Golfsport und damit letztlich auf die Anlagen bringen. Das haben auch viele Anlagen hier in der Umgebung erkannt und sind aktiv auf uns zugegangen. Das ist ein großes Thema für uns. Wir werden, wie an allen Topgolf-Standorten, eigene Golfpros haben. Wir sind aber definitiv nicht der Ort, der Menschen vom ersten Versuch über die Platzreife zur ersten 18-Löcher-Runde auf dem Platz bringt, dafür sind wir die falsche Anlage. Bei uns macht man die ersten Schritte, dann arbeiten wir mit Golfplätzen zusammen. Umgekehrt können wir mit unserer Anlage den etablierten Golfern auf den Anlagen des Umfelds auch im Winter ein Spiel- und Trainingsangebot machen.

**?** Wie sieht das Preismodell aus?

**D. Speiser:** Wir machen Stundenpreise pro Bay, die unabhängig von der Anzahl der Spieler pro Bay dynamisch je nach Auslastung gesteuert werden. Essen und Trinken kommen separat dazu. Zudem planen wir Mitgliedschaften für regelmäßige Nutzer. Diese können zu bestimmten Zeiten im Rahmen der jeweiligen Mitglied-

schaft spielen, allerdings gibt es Black-out-Times für jede Mitgliedschaft wie beispielsweise am Samstagabend – dann erhalten unsere Mitglieder jedoch einen Nachlass auf die Baymiete während der Prime Time.

### ? Wie erfolgt das Recruiting für das Team in Oberhausen?

**D. Speiser:** Wir suchen über alle Kanäle, denn das ist ein großes Thema! Covid-19-bedingt sind sehr viele Menschen aus dem Hospitalitybereich herausgegangen. Diese wieder zurückzuholen ist recht schwierig. Wir sind hier aber sehr innovativ, gerade über die sozialen Medien und Online-Recruiting-Plattformen. Oft müssen wir Menschen zusätzlich überzeugen, nach Oberhausen zu kommen – denn nur aus der Region ist unser Bedarf kaum zu decken. Gerade als Schweizer habe ich festgestellt, dass das Ruhrgebiet eine sehr attraktive Wohngegend ist. Wir haben Mitarbeiter aus Las Vegas, Dubai und anderen Ländern gewonnen – sie alle fühlen sich sehr wohl hier.

**N. Janus:** Personalmarketing ist für uns sehr wichtig, wir suchen weiterhin Mitarbeiter. Gerade für Mitarbeiter außerhalb der Region haben wir ein spezielles Umzugspaket geschlüsselt: Hier gewähren wir 2.000 Euro pauschal für den Umzug, bieten für die ersten drei Monate auch Unterkünfte in Hotels oder Apartments und unterstützen beim Wechsel in die eigenen vier Wände. Das ist im Hospitality- und Gastronomiebereich sehr selten!

### ? Welche Rolle spielen Online-Recruitingplattformen?

**D. Speiser:** Die Rolle dieser Job Spreaders wächst permanent. Dies sind gute Kanäle, weil sie den Kandidaten viel relevanteren Content ausspielen als andere Bewerbungsmethoden. Heute muss sich das Unternehmen beim Mitarbeiter bewerben und nicht der Mitarbeiter beim Unternehmen, das haben wir auch bei Greenreb in der Schweiz gemerkt. Wir konkurrieren schließlich auch mit Big Playern wie Microsoft.

### ? Müssen die Mitarbeiter Golf-Erfahrung haben?

**D. Speiser:** Wichtig ist uns Hospitality-Erfahrung, die golfrelevanten Themen bringen wir den Menschen on the job bei. Wir haben auch einige Mitarbeiter, beispielsweise in der Technik, die selbst Golf spielen und nun anstatt wie früher Flugzeuge zu warten unsere Technik hier in Oberhausen betreiben.

**N. Janus:** Ich habe gerade einmal nachgesehen: die Golfer sind im gesamten Team – von unseren Pros natürlich abgesehen – eindeutig in der Minderheit! Da ein Großteil unserer Zielgruppe Nicht-Golfer sind, sehen wir das sogar eher als Vor-, denn als Nachteil.

### ? Gibt es variable Vergütungsteile?

**D. Speiser:** Wir glauben sehr fest daran, dass wir als Team Ziele erreichen und bei Erreichen dafür auch belohnt werden sollten. Woran wir nicht so glauben, ist – mit Ausnahme weniger Rollen – dazu einfach eine Zahl kommunizieren zu können und nach dieser dann strikt abzurechnen.

### ? Wie werden neue Mitarbeiter eingearbeitet?

**D. Speiser:** Pre-Opening gehen alle Mitglieder des Führungsteams in Oberhausen für drei bis sechs Wochen in eine aktive Topgolf Anlage, um hier im Realbetrieb eingearbeitet zu werden. Unser lokales Team wird vier Wochen vor der Eröffnung vor Ort geschult. Künftige Mitarbeiter werden dann stärker „on the job“ angeleitet. Wir stellen sehr hohe Anforderungen an die Service-Qualität.

### ? Wie erfolgt die Promotion der neuen Location?

**N. Janus:** Wir nutzen verschiedene Kanäle. Für B2B und Events haben wir verschiedene Partner, der Hauptteil wird sicherlich über Kooperationen im Konsumgüterbereich erfolgen. Wir haben eine für Deutschland einzigartige Geschichte zu erzählen – das

bietet ausgezeichnete Möglichkeiten für die Promotion über soziale und digitale Medien. Eine weitere Säule ist klassische PR. Und wichtig ist natürlich auch das Westfield-Centro. Wir haben dort einen eigenen Info-Counter, die Besucher können dort spontan Bays anmieten und sich mit unserem Shuttleservice vom Centro direkt zu Topgolf fahren lassen. Wir führen zudem erste Gespräche mit umliegenden Golfclubs, da wir beiderseits profitieren können. Wir sind hier sehr offen und aufgeschlossen.

### ? Welche KPIs dienen zur Erfolgsmessung am neuen TopGolf-Standort?

**N. Janus:** Glückliche Kunden! (lacht)

**D. Speiser:** Absolut, die sogenannte Guest-Experience ist für uns entscheidend. Alle Gäste erhalten im Nachgang den von Topgolf entwickelten Fragebogen digital übermittelt und bekommen als Dankeschön für die Rücksendung einen Gutschein über 10 Euro. Das ist ein Haupt-KPI für das gesamte Team. Die weiteren KPIs hängen von den jeweiligen Aufgabenbereichen der Mitarbeiter ab. Wichtig ist uns aber, dass sich die Zufriedenheit der Mitarbeiter, die Qualität unserer Hardware und vieles mehr letztlich immer in der Kundenzufriedenheit wiederfindet. So entscheiden wir beispielsweise auch über einen Mitarbeiter-Pausenraum: Wie wirkt sich dies auf unsere Guest-Experience aus? Dank der Nutzung unseres eigenen Topgolf-Tools für das Feedback können wir unsere Daten ausgezeichnet mit den Kollegen aus aller Welt vergleichen – je nach Phase des Betriebs von der Eröffnung bis zum Regelbetrieb.

Herr Speiser, Herr Janus, herzlichen Dank für diese interessanten Einblicke und viel Erfolg mit diesem innovativen Konzept in Oberhausen.

(Anm. d. Red.: Weitere Informationen finden Sie unter [www.topgolfoberhausen.com](http://www.topgolfoberhausen.com).)

Das Gespräch führte  
unser Autor  
Michael Althoff.

## CCM-Jahrgang 2021 erfolgreich abgeschlossen – der GMVD gratuliert ganz herzlich!

Das System lebt! Immer mehr GMVD-Mitglieder erkennen den hohen Wert des 2008 vom GMVD eingeführten Graduierungssystems für ihre weitere berufliche Karriere im Golfmanagement. Gemäß dem Prinzip des lebenslangen Lernens ließen sich insgesamt 22 Mitglieder vom Graduierungsausschuss zum Certified Club Manager (CCM) einstufen, umstufen oder aktualisieren.

Ein wichtiges Motiv des Graduierungssystems zum CCM ist, die Weiterbildungsmotivation der ordentlichen GMVD-Mitglieder zu wecken und zu stärken. Lebensbegleitendes Lernen im Golfmanagement bedeutet, während der gesamten Lebensspanne die persönliche Bereitschaft sich veränderten Bedingungen in der Golfbranche zu stellen, neugierig zu bleiben und aktiv das persönliche, berufliche und gesellschaftliche Umfeld mitzugestalten. Es wird dabei die Selbst- und Informationskompetenz des Einzelnen gefordert und gefördert.

Der GMVD ist stolz, dass elf Einstufungen, zehn Umstufungen und eine Aktualisierung im aktuellen Jahrgang 2021 im GMVD-Graduierungssystem zum Certified Club Manager (CCM) eingereicht und vom Graduierungsausschuss bearbeitet wurden.



Nachfolgend eine Übersicht der insgesamt 22 erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen des diesjährigen Graduierungsverfahrens, denen der GMVD ganz herzlich zu ihrer jeweiligen Zertifizierung gratuliert!



Der diesjährige Graduierungsjahrgang

## Einstufungen:

- **Stefanie Almer**  
Golfclub Hohenpähl,  
CCM (cand.)
- **Tim Berendsen**  
Golfclub Mühlheim an  
der Ruhr, CCM 4 (2021)
- **Pia Eickmeier**  
Golfclub Schloß  
Monrepos, CCM (cand.)
- **Katharina Enkelmann**  
Golfclub Owingen-Über-  
lingen, CCM 4 (2021)
- **Jannik Holkenbrink**  
Golfclub Osnabrück-  
Dütetal, CCM 4 (2021)
- **Anja Käter**  
Golf Club Hanau-Wil-  
helmsbad, CCM 4 (2021)
- **Philipp Köpke**  
Green Hill Golf,  
CCM (cand.)
- **Patrice Schumacher**  
Golfclub Buchholz-  
Nordheide, CCM (cand.)
- **Simone Spindler**  
Golf-Club Kitzeberg,  
CCM 4 (2021)
- **Markus Strobl**  
Golfclub Klockerhof,  
CCM (cand.)
- **Tanja Taxis**  
Golfclub Urloffen,  
CCM 4 (2021)



*Stefanie Almer*



*Tim Berendsen*



*Pia Eickmeier*



*Katharina Enkelmann*



*Jannik Holkenbrink*



*Anja Käter*



*Philipp Köpke*



*Patrice Schumacher*



*Simone Spindler*



*Markus Strobl*



*Tanja Taxis*

## Umstufungen:

- **Stefan Kirstein**  
Mainzer Golfclub,  
CCM 2 (2021)
- **Korbinian Kofler**  
Wittelsbacher Golfclub,  
CCM 1 (2021)
- **Dieter Müller**  
Golfpark München  
Aschheim, CCM 3 (2021)
- **Fabian Otter**  
Golf Club Würzburg,  
CCM 4 (2021)
- **Marco Popp**  
Golfpark Migros,  
CCM 1 (2021)
- **Simon Schmutge**  
Stuttgarter Golf-Club  
Solitude, CCM 3 (2021)
- **Daniela Schön-Horder**  
Open.9 Golf Eichenried,  
CCM 1 (2021)
- **Markus Steinle**  
Golfclub Mangfalltal,  
CCM 3 (2021)
- **Hans-Peter Thomßen**  
GolfRange,  
CCM 1 (2021)
- **Saskia Zieschank**  
GolfPark Leipzig,  
CCM 2 (2021)



*Stefan Kirstein*



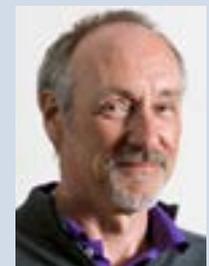
*Korbinian Kofler*



*Dieter Müller*



*Fabian Otter*



*Marco Popp*



*Simon Schmutge*



*Daniela Schön-Horder*



*Markus Steinle*



*Hans Peter Thomßen*



*Saskia Zieschank*

## Aktualisierung:

- **Marc Frederik Elsäßer**  
Hofkammer Golf,  
CCM 2 (2021)



Marc Frederik Elsäßer



*Korbinián Kofler, GMVD-Präsident und Vorsitzender des CCM-Graduierungsausschusses, gratuliert zusammen mit Andreas Dorsch, GMVD-Geschäftsführer, dem aktuellen Jahrgang per Videobotschaft – abzurufen über [www.gmvd-ccm.de](http://www.gmvd-ccm.de) oder direkt über den QR-Code.*

## Höchste Graduierungsstufe CCM 1:

Besonders erwähnen und gratulieren möchten wir denjenigen GMVD-Mitgliedern, die die höchste **Graduierungsstufe CCM 1** erklommen haben:

- Als erste Frau im GMVD hat dies **Daniela Schön-Horder** erreicht, Diplom-Kauffrau, Geschäftsführerin der OPEN.9 Golf Eichenried GmbH & Co. KG und seit 2021 Vizepräsidentin des Bayerischen Golfverbandes (BGV).
- **Hans Peter Thomßen**, Geschäftsführer zusammen mit Dr. Florian Bosch der GolfRange GmbH mit Hauptsitz in Germering bei München. Außerdem ist er Mitglied im Marketingausschuss des Deutschen Golf Verbandes (DGV).
- **Marco Popp**, Leiter Golfanlagen und Sportparks bei der Genossenschaft Migros und operativer Manager des Golfparks Oberkirch.
- **Korbinián Kofler**, Geschäftsführer Wittelsbacher Ausgleichsfonds Golfplatz GmbH & Co. KG, seit 2018 Präsident des GMVD und seit 2021 Vizepräsident des Bayerischen Golfverbandes (BGV).



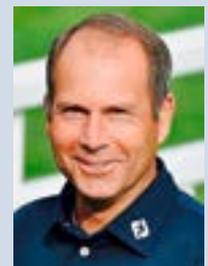
Daniela Schön-Horder



Hans Peter Thomßen



Marco Popp



Korbinián Kofler

Anfang des neuen Jahres werden seitens der Geschäftsstelle die Jahresinformation sowie die Aktivitätsauszüge für "Verbandsaktivität" und "Fortbildung" an alle GMVD-Mitglieder versendet.

Der Einsendeschluss für die **Graduierungsunterlagen des Jahrgangs 2022** ist bereits **Montag, 28. Februar 2022**.

Der Graduierungsausschuss, der sich aus Korbinián Kofler (Vorsitzender), Matthias Nicolaus (GMVD-Ehrenmitglied), Wolfgang Klingenberg (CCM-Experte) und Ralf Berlin (DGV, Fort- und Weiterbildung / Betriebswirtschaft) zu-

sammensetzt, freut sich auf Ihre Teilnahme und steht Ihnen für Auskünfte zur Verfügung.

CCM-Beratungstermine können über die Geschäftsstelle mit unserem CCM-Experten Wolfgang Klingenberg vereinbart werden.

*Ihr Ansprechpartner in der GMVD-Geschäftsstelle in Baiernbrunn-Buchenhain ist Michael Sälzler: [info@gmvd.de](mailto:info@gmvd.de) bzw. [ms@gmvd.de](mailto:ms@gmvd.de)*

[www.gmvd-ccm.de](http://www.gmvd-ccm.de)

## INFORMATIV, INNOVATIV UND ERFOLGREICH

# Online Golfkongress des GMVD übertrifft die Erwartungen



Vom 16. bis 18. November fand der erste GMVD-Online Golfkongress statt, der unter dem Motto „Drei Tage – Drei Themen – Zwölf Top-Referenten“ stand. 260 Personen aus dem deutschsprachigen Raum hatten sich zum bedeutendsten diesjährigen Weiterbildungsprogramm für im Golfmanagement tätige und daran interessierte Personen angemeldet.

Aufgrund der Pandemie-bedingt extrem unsicheren Situation bei der Planung einer Präsenzveranstaltung hatten sich GMVD-Vorstand und die Geschäftsführung dazu entschieden, den Golfkongress in diesem Herbst als Onlineveranstaltung anzubieten. Ein Experiment, denn so etwas hat es in der über 25-jährigen Geschichte des anerkannten Berufsverbandes, der stets auf Präsenzveranstaltungen und die persönliche Begegnung bei diesem Format mit überregionaler Bedeutung gesetzt hat, noch nicht gegeben.



GMVD-Präsident Korbinian Kofler (r.) und -Geschäftsführer Andreas Dorsch eröffneten die erfolgreiche Online-Tagung mit einem ausführlichen Jahresrückblick. (Foto: GMVD)

Das Vorhaben ging auf, denn die Resonanz der insgesamt 260 Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf die zwölf Vorträge der drei Themenblöcke „Werteorientiertes Personalmanagement“, „Nachhaltigkeit“ und „Digitalisierung“ an den drei Tagen war durchweg positiv. Das hat unter anderem die im Nachgang zur Veranstaltung durchgeführte Evaluierung in

Form einer digitalen Teilnehmerumfrage ergeben.

Nach kurzer Begrüßung und einem ausführlichen Gespräch zwischen GMVD-Präsident Korbinian Kofler und Geschäftsführer Andreas Dorsch zur abgelaufenen Golfsaison 2021 wurde der erste Kongresstag eingeleitet.

## 1. Seminartag

Veranstaltungstag 1 stand ganz unter dem Motto des GMVD-Jahresthemas 2021 „Werteorientiertes Personalmanagement – Erfolgsfaktor für zeitgemäße und erfolgreiche Mitarbeiterführung“. Hierbei kamen vier Referenten zu Wort – nachfolgend ihre Vortragstitel und zwei, drei Kernaussagen, die kompletten Vorträge finden Sie im GMVD-Login-Bereich unter [www.gmvd.de](http://www.gmvd.de):

### Hubert Oswald (Clubmanager/Anlagenleiter Golfclub Garmisch-Partenkirchen)

„Ich möchte mich herzlich für eine sehr gelungene Online-Veranstaltung bedanken. Interessante Vorträge, mit denen man etwas anfangen konnte und eine Vielzahl von interessierten Zuhörern spricht für die Auswahl der Themen und Referenten.“



### Prof. Dr. Olaf Bogdahn (Bogdahn Consulting):

Von der Söldnermentalität zur Teammentalität – drei wirksame Handlungsfelder für eine erfolgreiche Teamarbeit

„Ein Team ist ein komplexes System und nur bedingt beeinfluss- und steuerbar. Mit zunehmender virtueller Zusammenarbeit und komplexeren Anforderungen wird eine wirksame Teamsteuerung zum Schlüsselfaktor. Man kann ‚nicht nicht‘ auf sein Team wirken. Vor diesem Hintergrund empfiehlt es sich, Verantwortung zu übernehmen und intelligente Teamimpulse zu planen.“



**Dr. phil. Jacqueline Lemm (Senior Manager bei Drees + Sommer):** Attraktivität von Organisationen – Gestaltungsparameter für die Vereinsarbeit von morgen

*„Als Mehrwert von Golf(-vereinen) sind zu nennen: Golf eignet sich zum Stressabbau, verlängert das Leben, kann gesellig sein, fördert den gedanklichen Austausch, ist erschwinglich geworden.*

*Die Vereinsarbeit unterliegt einem großen Wandel und den Verantwortlichen obliegt es, Antworten auf das Vereinssterben aufgrund der Landflucht und der schrumpfenden, alternden Bevölkerung zu finden. Lösungsansätze für neue Organisationsstrukturen und -kulturen könnten sein, neues Denken zu implementieren, offener zu sein, neue Wege zu gehen, weg von hierarchischen Strukturen, agiles Management und Flexibilität in den Möglichkeiten zu partizipieren und mitzugestalten.“*



**Fabienne Bill:** Große Ziele brauchen kleine Schritte

*„Die Fragen, die es zu beantworten gilt, lauten u.a.: Wo stehe ich, wo steht mein Unternehmen (am Ende eines Jahres)? Welche Hebel habe ich, um meine Ziele zu erreichen? Wie hole ich mein Team dafür ins Boot? Habe ich Zeit für Reflexion? Was sind Werte und welchen Einfluss haben sie auf unser Unternehmen? Wobei unterstützen Werte? Ein wertorientiertes Personalmanagement sollte folgendes beinhalten: Langfristigkeit und Beständigkeit, Orientierung und Halt – besonders in herausfordernden Zeiten, motivierte Mitarbeiter sowie zufriedene Kunden. Wichtig hierbei ist, die Werte des Teams zu kennen!“*

*„Wir müssen lernen, kein ‚Innovationstheater‘ zu spielen, um nicht noch weiter hinter die internationalen Innovationsvorreiter und viele entstehende Startups zurückzufallen. Wir müssen uns eingestehen, dass wir (noch) nicht so innovativ sind, wie wir es gerne behaupten. Und wir müssen lernen, dass Innovation – vor allem die radikale Innovation – nicht als Nebenprodukt unseres Tagesgeschäfts entstehen kann. Innovation ist sehr schwer. Umso wichtiger ist es, richtig an diese Thematik heranzugehen.“*



**Jean-Philippe Hagmann:** Innovationen – Der Umgang mit der unbekanntem Zukunft

Bei dem viel beachteten und gelobten Keynote-Speaker Jean-Philippe Hagmann, Redner und Experte für radikale Innovationen aus Zürich, ging es darum, wie man sich auf eine unbekanntem Zukunft vorbereiten und dorthin navigieren kann.

*„Wir müssen lernen, kein ‚Innovationstheater‘ zu spielen, um nicht noch weiter hinter die internationalen Innovationsvorreiter und viele entstehende Startups zurückzufallen. Wir müssen uns eingestehen, dass wir (noch) nicht so innovativ sind, wie wir es gerne behaupten. Und wir müssen lernen, dass Innovation – vor allem die radikale Innovation – nicht als Nebenprodukt unseres Tagesgeschäfts entstehen kann. Innovation ist sehr schwer. Umso wichtiger ist es, richtig an diese Thematik heranzugehen.“*

## 2. Seminartag

Der zweite Online Golfkongresstag war ganz dem Thema „Nachhaltigkeit“ gewidmet. Hier referierten zu den auch immer mehr im Management bedeutenden Themen:



**Beate Licht (Golf Consulting):** Nachhaltigkeit im Golfbereich – Voraussetzungen, Ansätze, Möglichkeiten und Ausblicke

*„Nachhaltigkeit umfasst im Wesentlichen drei Bereiche: Ökologie/Umwelt/Naturschutz, Ökonomie/Wirtschaftlichkeit sowie Soziale Verantwortung/Gemeinschaft/Menschen. Treiber beim Thema Nachhaltigkeit sind der Klimawandel*

*bzw. veränderte Witterungsbedingungen, die Endlichkeit der Ressourcen – auch Land und Mensch – sowie die neue und verschärfte Gesetzgebung. Das Ganze hat Auswirkungen auf den Bau und Unterhalt der Golfanlagen. Golfanlagen sollen den künftigen Generationen als ein sportlich, ökologisch und gesellschaftlich positives Erbe hinterlassen werden, unter Sicherung von Bspielbarkeit und Qualität. Der Golfplatz ist und bleibt dabei ein Sportgelände in der freien Landschaft. Trotz aller Initiativen gilt es, den Sport an erster Stelle zu belassen: The name of the game is golf! Deshalb: Die Messlatte nicht zu hoch legen, keine Listen abhaken, sondern sinnvolle und erreichbare Ziele vereinbaren. Es geht um eine langfristige Strategie, die nur im Miteinander aller Beteiligten zu erfüllen ist! Der einzelne Mensch ist nicht nachhaltig. Wichtig ist, einen ersten Schritt zu tun und mit erreichbaren Zielen anzufangen!“*



**Petra Himmel (Journalistin und Betreiberin der Plattform Golf Sustainable):** An der Basis: Was Nachhaltigkeit auf Golfanlagen in der Realität bedeutet – ein Erfahrungsbericht nach zahlreichen Besuchen

Die über 30 Jahre als Journalistin tätige Petra Himmel hat sich in den letzten zwei Jahren verstärkt mit dem Thema

Nachhaltigkeit auf Golfanlagen auseinandergesetzt und insgesamt ca. 70 Golfanlagen angesehen. Themen, die die Golfer und Golfanlagen bewegen – und die sie in ihrem Vortrag behandelte –, sind demnach: Neue rechtliche Regularien und Vorgaben, Biodiversität, Klimawandel, Energie, Ressource Mensch, Kommunikation.

*„Insbesondere das Thema ‚Wasserentnahmemengen‘ ist ein großes Problem auf Golfanlagen. Anfragen seitens der Golfanlagen nach mehr Wasser werden in der Regel von den Behörden abgelehnt. Positiv: Der Golfsport punktet mittlerweile stark beim Thema Biodiversität. Der Klimawandel spielt auf allen Golfanlagen eine zunehmend wichtige Rolle, das Thema Wasser wird uns auf Dauer beherrschen und ich sehe hier ein Technologiethema auf unsere Anlagen zukommen, in den nächsten Jahren in diese Ausstattung infrastrukturell und personell zu investieren.“*



**Bastian Ziegelmeyer** **Yanis Vollert**

**Bastian Ziegelmeyer und Yanis Vollert (Inhaber der Golfcourses Lake Services, GCLS):**  
Gesunde, schöne, wirtschaftliche Seen & Teiche

„Seen und Teiche spielen auf Golfplätzen eine essenzielle Rolle – in der Regel erhalten sie aber viel zu wenig Pflege. Viele Gewässer befinden sich in einem schlechten ökologischen Zustand und sind zum Teil von massiver Verschlammung betroffen. Daraus ergeben sich Herausforderungen, wie z.B. übermäßige Ablagerungen organischer Masse am Gewässergrund. Dem Problem die Grundlage entziehen und die passenden Lösungen für Golfanlagen finden, sehen wir insbesondere im Reduzieren organischen Schlamms, in der Bindung pflanzenverfügbarer Nährstoffe und in der schrittweisen Wiederherstellung natürlicher Reinigungsprozesse des Gewässers.“



**Daniela Antoni (Baumsachverständige):**  
Bäume auf Golfplätzen – aktuelle Herausforderungen im Zuge der Globalisierung und des Klimawandels – Lösungsansätze für die Artenvielfalt und die Verkehrssicherheit

„Das Thema Baumkontrolle umfasst: Prävention, Gefahrenabwehr, Management und Perspektiven. Ähnlich wie bei der Streupflicht bei Schnee und Eis, hat der Ei-

gentümer auch bei seinen Bäumen eine Verkehrssicherungspflicht, die sich aus dem § 823, Abs. 1, ableitet. Generelle Empfehlungen für Klimabaumarten gibt es nicht, da dies von einer jeweiligen Vor-Ort-Untersuchung abhängt, sowie den dort herrschenden Klima- und Bodenverhältnissen. Zur Förderung der Artenvielfalt auf Golfanlagen zählt: Stubben belassen von Bäumen, die tatsächlich eine Fällung nötig hatten, Stammteile am Boden bzw. Rasen belassen, Spechthöhlen sichern, Unterstützung durch Nisthilfen und Fledermausboxen, Habitatbäume erhalten, Totholzbereiche einrichten.“

**3. Seminartag**

Der letzte und dritte Tag im Rahmen des Online Golfkongresses stand ganz unter dem Leitthema „Digitalisierung“. Hierbei wurden insbesondere GMVD-Partner-gestützte, interessante Vorträge angeboten.



**Daniel Neuß:**  
Customer Journey & mobile first – wie Sie Ihren Kunden auch digital begeistern

„Nach Oxford Languages ist ein Kunde jemand, der [regelmäßig] eine Ware kauft oder eine Dienstleistung in Anspruch nimmt [und daher in dem Geschäft, in der Firma bekannt ist]. Zu klären ist demnach: Wer sind meine Kunden und gibt es eine Priorisierung in der

Betrachtungsweise? Vernetzen Sie sich mit Anbietern und anderen Golfanlagen, um die Digitalisierung Ihrer Golfanlage voranzutreiben. Tauchen Sie ein in innovative Ideen und Lösungen, die den Golfmarkt der Zukunft gestalten – wir unterstützen gerne!“



**Pascal Braun:**  
Ist Onlinemarketing das Richtige für meine Golfanlage?

„**Marktsichtbarkeit erzeugen:** Eine gute Content-Planung und die richtige Vermarktungsstrategie auf Social Media sind der Schlüssel für mehr Reichweite und Interaktion. Sie haben direkten Einfluss auf die Performance von Marketingkampagnen – und somit auch auf das Unternehmenswachstum. **Kontinuierliche Leadgenerierung:** Durch einen planbaren Einsatz der Abschöpfungskampagnen werden messbar neue Interessenten für die Anlage generiert – genau dann, wenn sie benötigt werden. Mitgliederwachstum wird plan- und steuerbar. **Mentale Verankerung:** Nicht jeder Kontakt, der auf den Golfclub aufmerksam wird, konvertiert automatisch zum Interessenten. Durch ein zielgerichtetes Retargeting-System wird dafür gesorgt, dass potenzielle Neukunden nicht verloren gehen und regelmäßig auf den Golfclub gelenkt werden. So wird kontinuierlich die Zahl neuer Interessenten über das Jahr erhöht.“

„**Marktsichtbarkeit erzeugen:** Eine gute Content-Planung und die richtige Vermarktungsstrategie auf Social Media sind der Schlüssel für mehr Reichweite und Interaktion. Sie haben direkten Einfluss auf die Performance von Marketingkampagnen – und somit auch auf das Unternehmenswachstum. **Kontinuierliche Leadgenerierung:** Durch einen planbaren Einsatz der Abschöpfungskampagnen werden messbar neue Interessenten für die Anlage generiert – genau dann, wenn sie benötigt werden. Mitgliederwachstum wird plan- und steuerbar. **Mentale Verankerung:** Nicht jeder Kontakt, der auf den Golfclub aufmerksam wird, konvertiert automatisch zum Interessenten. Durch ein zielgerichtetes Retargeting-System wird dafür gesorgt, dass potenzielle Neukunden nicht verloren gehen und regelmäßig auf den Golfclub gelenkt werden. So wird kontinuierlich die Zahl neuer Interessenten über das Jahr erhöht.“



**Karl Würz:**  
Phishing, SPAM, CEO-Fraud – Zunehmende Bedrohung auch für Golfanlagen – Wie können Sie sich schützen?

„Meine Empfehlung: IT-Sicherheitsstruktur auf aktuellem Stand halten; Schulung aller Mitarbeiter: Vorsicht vor ‚kritischen‘ Mails, unbekannte Mails sofort löschen, ggf. IT-Beauftragten über Angriff informieren; regelmäßige Datensicherungen des gesamten Bestandes – eine Datensicherung sollte physikalisch vom Netz getrennt sein; Versicherung gegen Cyber-Angriff prüfen.“

„Meine Empfehlung: IT-Sicherheitsstruktur auf aktuellem Stand halten; Schulung aller Mitarbeiter: Vorsicht vor ‚kritischen‘ Mails, unbekannte Mails sofort löschen, ggf. IT-Beauftragten über Angriff informieren; regelmäßige Datensicherungen des gesamten Bestandes – eine Datensicherung sollte physikalisch vom Netz getrennt sein; Versicherung gegen Cyber-Angriff prüfen.“



**Sven Maurman**

**Sven Jakobsohn**

**Sven Maurman/ Sven Jakobsohn:**  
Der digitale Golfplatz am Bsp. des GK Braunschweig

„placeit bietet: Orientierung, Course Management, Information, Dokumentation sowie Greenkeeping – Digitalisierung gelingt ohne technische Vorkenntnisse! Die Benefits: Zentral, effizientere Zusammenarbeit, visuell aufbereitet, gemeinsame Informationsbasis, unterstützt Entscheidungen durch Informationen!“

„placeit bietet: Orientierung, Course Management, Information, Dokumentation sowie Greenkeeping – Digitalisierung gelingt ohne technische Vorkenntnisse! Die Benefits: Zentral, effizientere Zusammenarbeit, visuell aufbereitet, gemeinsame Informationsbasis, unterstützt Entscheidungen durch Informationen!“

Als besonders gelungene Variante eines Get-together oder „virtuellen Networkings“ würde ich den am ersten Veranstaltungstag angesetzten, geselligen „Online-Stammtisch“ bezeichnen. Er wurde von Korbinian Kofler aus dem Kaminzimmer des Wittelsbacher Golfclubs moderiert und es kamen aktuelle Themen aus der Golfbranche zur Sprache – das Bild des Teams aus der Geschäftsstelle, das seinem Aufruf zu „in Tracht“ sehr „individuell“ nachkam, spricht für sich.

### Fazit

Gerade in dieser von der Pandemie bestimmten schwierigen Zeit für Veranstaltungen, ist es dem GMVD gelungen, insbesondere das Thema „Digitalisierung“ nicht nur anzusprechen, sondern gleich aktiv umzusetzen: Waren wir bislang gewohnt, lange und anstrengende Seminartage in Kauf zu nehmen, empfand ich das angebotene Programm – neben der inhaltlichen Ausrichtung – als wohlthuend strukturiert. So konnte jeder



Die GMVD-Geschäftsstelle nach dem erfolgreichen 1. Seminartag „in Tracht“ (v.l.): Alexander Himmel, Michael Sälzler und Andreas Dorsch beim Online-Stammtisch. (Foto: GMVD)

Interessierte seinem individuell favorisierten Part die entsprechende Aufmerksamkeit schenken. Die nach jedem Vortrag eingeplanten, zahlreichen Pausen halfen, den dicht gedrängten Arbeitsalltag – zumindest grob – nebenher zu bewältigen. Ein Lob und Respekt an den GMVD-Vorstand, insbesondere aber an das engagierte Team der Geschäftsstelle um Geschäftsführer Andreas Dorsch:

Sehr gelungen und für mich persönlich eine neue Form von Online-Tagung – gerne wieder, gegebenenfalls in kürzerer Form und ergänzend zur regulären traditionellen Präsenzveranstaltung.

*Stefan Vogel,  
basierend auf den  
inhaltlichen GMVD-Ausführungen  
von Andreas Dorsch*

### Einige Stimmen zum Online Golfkongress:

#### Marc Frederik Elsäber (Leitung Golfanlagen Hofkammer Golf)

„Herzlichen Dank allen, die unseren Piloten haben zum Erfolg werden lassen! Tolle Referenten, klasse Organisation und informative Fragen von allen Teilnehmern. Eine super Plattform für Ehren- und Hauptamtliche!“

#### Saskia Zieschank, Clubmanagement GolfPark Leipzig GmbH & Co. KG

„Herzlichen Dank für die sehr gute Durchführung des 1. GMVD-Online-Golfkongresses. Man hat gesehen, wie schnell und professionell so eine kurzfristig geplante Veranstaltung umzusetzen ist! Herzlichen Dank für die ausgezeichneten Referenten, die perfekte Organisation, die interessante und unterhaltsame Moderation und die Zusammenstellung des Programms.“

#### Jean-Philippe Hagmann (Keynote Speaker)

„Ich muss sagen, dass ich noch selten eine so gute Stimmung an einer virtuellen Konferenz erlebt habe! Top Organisation. Danke, dass ich Teil davon sein durfte.“

#### Katja Ingenhoven (Clubmanagerin GC Verden)

„Sehr informative und top organisierte Tage. Herzlichen Dank! Gerne beibehalten.“

#### Frank Steyer (Clubmanager GC Ulm)

„Toll organisiert alles, vielen Dank für sehr interessante Vorträge!“

#### Dr. Hans-Heinrich Reinhardt (Strategieberater (IHK), Betriebspädagoge etc.)

„Zum außerordentlich gelungenen GMVD-Golfkongress möchte ich gratulieren, ein großartiges Programm mit hochqualifizierten Referenten und durch die Online-Variante auch gefahrlos durchgeführt. Ganz prima! Ich konnte zwar nicht komplett teilnehmen, was ich aber verfolgen konnte, war äußerst anregend und der Einblick in künftige Entwicklungen sehr spannend, obwohl ich aus Altersgründen mich nun langsam aus der Golfszene verabschieden sollte. Das fällt nach diesem Kongress natürlich schwer.“

#### Pascal Braun (FACEFORCE)

„Nochmals vielen Dank für einen sehr gut organisierten und strukturierten Online-Kongress, sowohl als Teilnehmer wie auch als Speaker!“



# Vereinsratgeber

In der Rubrik „Vereinsratgeber“ informieren Sie Peter Rücker und der Golfmanager über aktuelle, vereinsrelevante Themen und Entscheidungen aus den Bereichen Recht, Steuern usw. Gerne nehmen wir auch aus Ihren Reihen Interessantes für Ihre KollegInnen und die Golfszene mit auf – Nachrichten bitte direkt an: [redaktion@koellen.de](mailto:redaktion@koellen.de).



QR-Code zum Online-Vereinsratgeber unter [gmjk-online.de](http://gmjk-online.de)

## Corona-Update

### Verlängerung der Überbrückungshilfe

Im Zuge der fortdauernden pandemischen Lage hat die Bundesregierung die Überbrückungshilfe und die Neustarthilfe noch einmal bis zum 31.03.2022 verlängert. Die Überbrückungshilfe III Plus wird für die Monate Januar bis Ende März 2022 als Überbrückungshilfe IV fortgeführt.

Die derzeitigen Zugangsvoraussetzungen der Überbrückungshilfe III Plus bleiben auch für die Überbrückungshilfe IV weiterhin grundsätzlich bestehen. So gilt für Unternehmen bei einem Umsatzrückgang von mindestens 30% im Vergleich zum Referenzmonat 2019 eine umfassende Erstattung der Betriebskosten.

Hinweis: Auch Soloselbständige wie Golfpros erhalten weiterhin im Jahr

2022 pro Monat bis zu 1.500 Euro an direkten Zuschüssen. Für den verlängerten Förderzeitraum sind es also insgesamt bis zu 4.500 Euro.

### Verbesserte Regelungen beim KuG werden verlängert

Um aufgrund der gravierenden wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie weiterhin Arbeitsplätze sichern zu können, sind die **Möglichkeiten zum erleichterten Zugang und zur Bezugsdauer von Kurzarbeitergeld (KuG) erneut verlängert** worden. Die Voraussetzungen für den Zugang zum KuG bleiben weiterhin bis zum 31.03.2022 herabgesetzt:

- Die Zahl der Beschäftigten, die im Betrieb vom Arbeitsausfall betroffen sein müssen, bleibt von mindestens einem Drittel auf mindestens 10% abgesenkt und
- auf den Aufbau negativer Arbeitszeitsalden vor der Gewährung von konjunkturellem Kurzarbeitergeld und Saison-Kurzarbeitergeld wird weiter vollständig verzichtet.

### Steuerliche Themen zum Homeoffice

Für Arbeitnehmer sollen sich die steuerlichen Regelungen des Homeoffice bis zum 31.12.2022 verlängern – somit also auch der Ansatz der Homeoffice-Pauschale von 5 Euro pro Tag (jährlich maximal 600 Euro). Im Zuge des neuen Infektionsschutzgesetzes zur Eindämmung der vierten Corona-Welle sind unter anderem eine flächendeckende 3G-Regelung am Arbeitsplatz und im öffentlichen Personenverkehr sowie die Wiedereinführung der Homeoffice-Pflicht vorgesehen.

## Koalitionsvertrag 2021-2025 – Ausblick Steuerrecht

Der Koalitionsvertrag 2021-2025 der Ampelregierung beinhaltet unter anderem **diverse steuerrechtliche Änderungsvorhaben**. Nachfolgend finden Sie eine kurze Zusammenfassung (ohne den Anspruch auf Vollständigkeit) der interessantesten Vorhaben:

### Für Arbeitnehmer/Arbeitgeber

- Der Mindestlohn soll auf 12 Euro angehoben, die Minijob-Grenze auf 520 Euro und die Midi-Job-Grenze auf 1.600 Euro erhöht werden.
- Stärkere Ausrichtung der bestehenden Besserstellung von Plug-in-Hybridfahrzeugen bei der Dienstwagenbesteuerung für neu zugelassene Fahrzeuge auf die rein elektrische Fahrleistung. Hybridfahrzeuge sollen nur noch privilegiert werden, wenn das Fahrzeug überwiegend (mehr als 50%) auch im rein elektrischen Fahrantrieb betrieben wird.

### Für alle Steuerzahler

- Verlängerung der steuerlichen Regelung des Homeoffice für Arbeitnehmer bis zum 31.12.2022 (derzeit bis 31.12.2021)
- Überführung der Kombination aus den Steuerklassen III und V in das Faktorverfahren der Steuerklasse IV
- Anhebung des Sparerpauschbetrags zum 01.01.2023 auf 1.000 Euro bzw. 2.000 Euro bei Zusammenveranlagung

- Erhöhung des Ausbildungsfreibetrags (erstmalig nach 2001) von 924 auf 1.200 Euro

**Informationsrechte der Mitglieder und Datenschutz**

Dürfen die Mitglieder eines Vereins Auskünfte erhalten, die personenbezogene Daten von Beschäftigten des Vereins enthalten? Das Landgericht (LG) Frankfurt a.M. hält das für zulässig.

Der Fall betraf einen Verein, der seine Budgetplanung per E-Mail verschickte. Aus den Unterlagen ließ sich das Gehalt eines Trainers ersehen, der auch namentlich genannt war. Der Trainer verklagte daraufhin den Verein wegen Verstoßes gegen die Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) auf Schadenersatz. Das LG wies die Klage ab. Das LG stellt zunächst klar, dass die Datenweitergabe an die Mitglieder in den Anwendungsbereich der DS-GVO fiel. Es wurden nämlich durch die Übermittlung per E-Mail personenbezogener Daten i.S. der DS-GVO verarbeitet.

Rechtliche Grundsätze: Nach Auffassung des LG war die Datenverarbeitung aber nach Art. 6 Abs. 1 f DS-GVO zulässig. Nach dieser Regelung ist eine Datenverarbeitung ohne Zustimmung der betroffenen Person rechtmäßig, wenn sie zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich sind, sofern nicht die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person, die den Schutz personenbezogener Daten erfordern, überwiegen.

Bei Anwendung dieser Regelung ist aber zu prüfen,

- ob ein berechtigtes Interesse (hier des Vereins) bestand, die Daten zu verarbeiten,
- ob dieses Interesse gegen andere rechtliche Regelungen oder gegen datenschutzrechtliche Grundsätze verstößt und ob der Erforderlich-

keitsgrundsatz und das Gebot von Treu und Glauben eingehalten sind,

- ob die Interessen des Betroffenen nicht überwiegen.

Das Gericht prüfte allerdings nur Schadenersatzansprüche des Trainers. Eine mögliche Weitergabe der Informationen an Dritte war nicht Gegenstand der Verhandlung, weil sie nicht nachgewiesen war. Ein Verstoß gegen die DS-GVO kann auch durch die Behörden geahndet werden. Der Verein muss deswegen darauf achten, dass solche personenbezogenen Daten ausschließlich an Mitglieder weitergegeben werden. Weniger problematisch als der Versand der Informationen per E-Mail wird sicher die Bekanntgabe in der Mitgliederversammlung sein. Aus dem Urteil ergibt sich auch nicht, dass personenbezogene Daten von Vereinsmitarbeitern grundsätzlich den Mitgliedern offengelegt werden dürfen. Das kann nur so weit gelten, wie sie für die Mitglieder entscheidungsrelevant sind. *(Fundstelle: Urteil LG Frankfurt v. 01.11.2021, 2-01 S191/20)*

**Führungsakademie des Deutschen Olympischen Sportbundes**

**Das Weiterbildungsprogramm 2022 ist da!**

Das jährliche Weiterbildungsangebot der Führungs-Akademie unterstützt Führungskräfte und Mitarbeitende

von Sportorganisationen mit verschiedenen Seminarthemen aus den Kompetenzfeldern Fachkompetenz, Managementkompetenz sowie Führungs- und Persönliche Kompetenz. Bitte beachten Sie, dass sich die Termine aufgrund der Corona-Pandemie z.T. verschieben können. Die aktuellen Termine finden Sie unter [www.fuehrungs-akademie.de/weiterbildung/seminare](http://www.fuehrungs-akademie.de/weiterbildung/seminare).

**Veranstaltungen**

24./25.01.2022

Basiswissen „Öffentlichkeitsarbeit“ – PR für Quereinsteiger

10.02.2022

Prävention und Intervention sexualisierter Gewalt – Praxisorientiertes Interventionstraining für Fortgeschrittene

Februar/März 2022

Neue Qualifizierung „Eventmanagement im Sport“. Eine Ausschreibung für die jährlich stattfindende Qualifizierung wird es im Weiterbildungsprogramm 2022 der Führungs-Akademie geben, die dann für alle Interessierten zugänglich ist.

Infos und Anmeldung:

[www.fuehrungs-akademie.de](http://www.fuehrungs-akademie.de)

Peter Rücker

*rueckerconsult*

*managementberatung im sport*

[www.ruecker-consult.com](http://www.ruecker-consult.com)

**Vereinsratgeber online**

Seit mittlerweile genau neun Jahren (*golfmanager*-Ausgabe 6/12) informiert Vereins-Experte Peter Rücker im *golfmanager* über aktuelle, vereinsrelevante Themen und Entscheidungen aus den Bereichen Recht, Steuern usw. Neben diversen Praxisbeispielen und -Urteilen sind auch seine, für die Leser des *golfmanager* gesichteten, Termin- und Seminarvorschläge immer ein wichtiger Bestandteil dieser Rubrik „Vereinsratgeber“. **An dieser Stelle ein herzlicher Dank für die treue und langjährige Mitarbeit im Redaktionsteam dieses für die Golfszene wichtigen FachMagazins!**



Peter Rucker



Übrigens, alle „Vereinsratgeber“ seit 2016 finden Sie auch online über die Suchfunktion unter [gmgk-online.de](http://gmgk-online.de).

ARBEITSANREIZE FÜR JUNGE MITARBEITER SCHAFFEN

# Fachkräfte engagieren und Personalfluktuatation vermeiden

„Fachkräfte sichern Innovation und Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Beschäftigung, Wohlstand und Lebensqualität. Angesichts der demografischen Entwicklung ist die Sicherung des Fachkräftebedarfs eine der großen Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte für alle Akteure aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft.“ so das aktuelle Intro auf der Internetpräsenz des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz zum Thema.

Fachkräfte sind Menschen, die eine Ausbildung absolviert haben. Dass es bereits daran hapert, ist mehr als dramatisch für eine Gesellschaft, die ihren Wohlstand auf Dienstleistungen, nicht auf Rohstoffe, aufgebaut hat und zukünftig sichern muss.

Auch in den Golfsekretariaten haben wir einen latenten Fachkräftemangel. Lassen Sie uns gemeinsam ein Blick darauf werfen, woran das liegen mag und, welche Wege aus der Misere führen können.

Neben dem, dass nach wie vor rund 99,2% der deutschen Bevölkerung auf „Golf“ eine, u.a. durch TV-Serien, eher eindimensionale und mit eher negativen Attributen versehene Sicht auf den Betrieb einer Golfanlage und die dort tätigen Menschen haben, ist die berufliche Perspektive ein Problem. Perspektivisch in Bezug auf berufliche Entwicklung, Weiterbildung und Einkommen.

Die Einführung eines Graduierungssystems nach dem Vorbild der PGA sowie das Nachziehen des GVD mit einem eigenen Zertifizierungssystem, hat zu einer verbesserten Datenlage auf Seiten des GMVD geführt und dem Anspruch, den verschiedenen Weiterbildungsangeboten eine Struktur zu geben, geholfen. Jedoch haben diese Bemühungen vor dem Hintergrund eines Arbeitgebermarktes, der starken Fluktuationen aufgrund der vereinsdominierten Marktverhältnisse unterworfen ist, noch nicht zu einer maßgeblichen

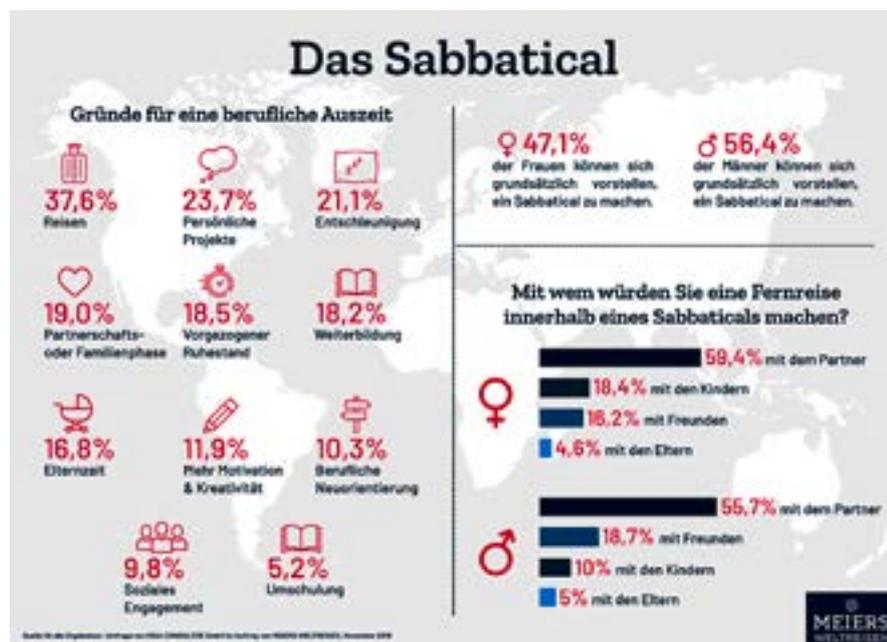
Orientierung für die potentiellen Arbeitgeber geführt. Hier fehlt es schlicht an einer „Schwarmintelligenz“, die diese Weiterbildungshintergründe transportiert und nachfolgenden Amtsträgern eine Orientierung bietet.

**Entscheidend ist die Arbeit vor Ort**

Eine nachhaltige Personalpolitik auf einer Golfanlage beginnt mit der Nachwuchsarbeit vor Ort. Also Ausbildung in einem anerkannten IHK-Ausbildungsberuf. An der vieler Orten fehlenden Ausbildereignung (AdA/AEVO) der führenden Mitarbeiter soll es nicht scheitern, das ist leicht zu bewältigen. Es muss jedoch gemacht werden. Und damit ist es nicht getan.

Seriös bildet der Betrieb aus, der an der persönlichen Entwicklung seiner Mitarbeiter interessiert ist. Das bedeutet, Engagement für den/die Auszubildenden, und somit auch persönliches und zeitliches Engagement einer fachlich und persönlich geeigneten Person. Der Vorteil liegt auf der Hand: Zum einen wird ein Mitarbeiter aus der Region in die betrieblichen Prozesse von Beginn an eingearbeitet und bleibt zumindest zwei Jahre dem Betrieb erhalten. Nur zwei Jahre, wenn es schlecht läuft. Ziel sollte die Personalentwicklung auf Dauer sein.

Im Gegensatz zu dem Golfmanager, der von extern kommt, bereits auf der maximal zu erreichenden Karrierestufe einsteigt und somit keine Entwicklungsmöglichkeiten (abgesehen von mehr formaler Verantwortung als Prokurist oder Geschäftsführer in einer Kapitalgesellschaft) mehr hat, ist bei Auszubildenden eine Fachkarriere möglich. Bei der überwiegend geringen Anzahl von Mitarbeitern im Se-



Gründe für ein Sabbatical (Quelle: Umfrage von INSA-CONSULERE im Auftrag von Meiers Weltreisen)

ekretariat einer Golfanlage, bieten sich alternative Karrierewege im Rahmen einer Fachkarriere an.

Die Vorteile liegen darin,

- Schlüsselkräfte an die Golfanlage zu binden,
- die Arbeitgeber-Attraktivität zu steigern,
- Mitarbeitern, die als Führungskräfte nicht geeignet sind oder keine Führungslaufbahn anstreben, eine Perspektive zu bieten,
- Know-how im Team zu erhalten und
- Mitarbeiter zu motivieren.

Eine entsprechende Struktur im Personalwesen einer Golfanlage zu etablieren, setzt ein Bewusstsein voraus, welches nicht überall zu finden ist. Es bedeutet, seine Mitarbeiter wertzuschätzen und aktiv die Weiterbildung zu fördern (z.B. indem der Arbeitgeber dem Mitarbeitenden den nicht geförderten Betrag beim Aufstiegs-Bafög erstattet) und Karrierewege aufzuzeigen. Zu erkennen, wer für welche Aufgabe geeignet ist.

Dass der golfspielende, einstellige Sohn des Spielführers, aufgrund seines exzellenten Schwungs, die Idealbesetzung für den vakanten Job des nach der letzten Vorstandswahl gefeuerten Golfmanagers ist, ist damit nicht gemeint. Vielmehr sollte Ziel sein, Mitarbeiter intern von qualifizierten Mitarbeitern und extern von Bildungsträgern zu schulen und das Geschulte auch anwenden zu lassen. Beispielsweise sollten Belege von Mitarbeitern vor Ort gebucht werden, damit ein tagesaktuelles Berichtswesen vorhanden ist. Also werden Mitarbeiter vor Ort in die Lage versetzt, dies qualifiziert tun zu können.

Zur dauerhaften Weiterbildung von Mitarbeitern, und um als Arbeitgeber dauerhaft attraktiv zu sein, muss man sich etwas einfallen lassen – zumal angesichts der begrenzten Zahl an Vollzahlern und

anderen Einkommensquellen die Vergütungsspirale nur begrenzt gedreht werden kann.

### Sabbaticals, um junge Mitarbeiter zu binden

Denken wir über Auszubildende nach, die dem Betrieb dauerhaft erhalten bleiben sollen, sind wir schnell bei der Generation Z, also junge Erwachsene, die ab 1995 geboren wurden. Gelingt es der Golfanlage, Mitarbeitende aus dieser Bevölkerungsgruppe zu gewinnen, ist die erste Hürde genommen. Bleibt der/die Mitarbeitende über die Probezeit und dem gelebten Realisieren von Wochenend- und Feiertagsarbeit, ist eine weitere Hürde realisiert.

Eine Möglichkeit, die Motivation aufrecht zu halten, ist – neben dauerhafter Aufmerksamkeit und Wertschätzung dem Menschen gegenüber –, beispielsweise die Option, nach der Ausbildung und weiteren ein/zwei Jahren im Job, ein bezahltes Sabbatical (Sabbatjahr/Auszeit) z.B. für sechs oder zwölf Monate einzulegen. Hierbei arbeitet der/die Mitarbeitende für einen vereinbarten Zeitraum in Vollzeit, wird jedoch nur in Teilzeit (z.B. 50% des Vollzeitgehalts) vergütet. Die daraus entstehenden Überstunden werden während des Sabbaticals als Freizeitausgleich abgeglichen.

Wenn der/die Mitarbeitende beispielsweise sechs Monate in Vollzeit arbeitet und während dieser Zeit nur 50 Prozent des Gehalts bezieht, bekommt er/sie während des sechsmonatigen Sabbaticals die anderen 50 Prozent ausgezahlt. So werden alle Sozialabgaben auch während des Sabbaticals bedient und der/die Mitarbeitende hat Geld zur Verfügung, um seine persönlichen Bedürfnisse zu erleben.

Bei einer Umfrage zu den Beweggründen für eine Auszeit haben rund 60% gesagt, dass sie diese Zeit für persönliche Projekte und Reisen nutzen würden. Vor dem Hintergrund der Ansprüche, die die Bevölkerungsgruppe der Generation Z hat, kann das ein Schlüssel für ein längerfristiges Beschäftigungsverhältnis sein. Die Ge-



**Adriaan A. Straten**  
Selbständiger Unternehmensberater  
GOLFPILOT – Strategien und Lösungen  
nach Maß

Ein Autorenporträt und Kontaktdaten  
finden Sie unter  
[gmgk-online.de/gm-autoren](https://gmgk-online.de/gm-autoren)

neration Z favorisiert Arbeitgeber, die unbefristete Arbeitsverträge anbieten und Sicherheit sowie Wertschätzung vermitteln. Als „Digital Natives“ sind sie es gewohnt, sofort eine Rückmeldung zu allem zu erhalten, was sie tun.

Nach der Studie des Jugendforschers Simon Schnetzer, „Junge Deutsche 2019“, dienen jungen Menschen der Generation Z als wichtigste Werte an Top 1 „Gesundheit“ und Top 2 „Freiheit“. Ein Teilzeitmodell für ein Sabbatical kann dazu dienen, den Arbeitgeber, der es anbietet, attraktiver als andere zu machen. In Kombination mit einer Fachkarriere, die individuell auf den Betrieb abgestimmt und authentisch gelebt wird, kann den Unterschied machen. Oder, um es mit dem französischen Schriftsteller, Philosophen und Nobelpreisträger Albert Camus zu sagen: *„Die wahre Großzügigkeit gegenüber der Zukunft besteht darin, in der Gegenwart alles zu geben.“*

*Adriaan A. Straten*

#### Quelle:

<https://www.aufstiegs-bafog.de>

<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/fachkraeftesicherung.html>

<https://www.meiers-weltreisen.de/sabbatical/allgemeines/gehalt>

<https://simon-schnetzer.com/generation-z/>



€ 39,90

**NEUERSCHEINUNG**

Rüdiger Falk

# Golfmanagement in Deutschland

Eine empirische Studie

- Wissenschaftliche Auswertung der Initialberatungen von 224 Golfanlagen in Deutschland.
- Aus dem „Programm 2018“ des DGV zur Stärkung des Managements vor Ort.
- DIN A5-Format mit 277 Seiten.



Jetzt bestellen auf: [www.koellen-golf.de](http://www.koellen-golf.de)

**VERSANDKOSTENFREI\***

\* innerhalb Deutschlands

PROFI MIT PERSÖNLICHKEIT

# Test: Dunkle Triade der Persönlichkeit

Der Selbsttest gibt Ihnen Hinweise auf Ihre Verteilung im Dreieck der im Folgenden näher beschriebenen dunklen Persönlichkeitsmerkmale.

**Narzissmus** ist generell gekennzeichnet durch eine starke Selbst-Bewunderung. Solche Personen beschäftigen sich i.d.R. überwiegend mit sich selbst und den eigenen Zielen. Sie ziehen ihre Motivation aus der Beachtung der eigenen Person durch andere und verfügen über eine große Überzeugungs-fähigkeit und Charisma.

**Machiavellismus** zeichnet bspw. Personen mit hohen Machtmotiven und manipulativem und berechnendem Verhalten gegenüber ihrer Umwelt aus. Sie sind selbstkontrolliert, planen, organisieren und kontrollieren gerne und verfügen über das Talent, andere zu täuschen.

**Psychopathie** bezeichnet einen Charakterzug, der u.a. sichtbar wird

durch geringe emotionale Reaktionen und einen Mangel an Empathie zu anderen Menschen. Diese Personen haben geringe Schuldgefühle, eine hohe Stresstoleranz und zeigen impulsives und nicht berechenbares Verhalten.

Zu beachten ist, dass sich diese Persönlichkeitsmerkmale im Berufsalltag nicht voll umfänglich und jederzeit zeigen bzw. ausleben lassen. Korrigierend wirken z.B. die Verhaltensweisen der Personen im sozialen Umfeld, die vorherrschende Unternehmenskultur, Compliance-Regeln und organisatorische Kontrollaktivitäten. Darüber hinaus unterliegen diese destruktiven und kontraproduktiven Verhaltensweisen einem zeitlichen Wandel und können situationsabhängig (z.B. bei Unternehmenskrisen und -übernahmen oder in Wachstumsphasen) unterschiedlich individuell wahrgenommen und bewertet werden.



Prof. Dr. Richard K. Streich

Executive-Coach und Geschäftsführer von COMMENT! – coaching + communication

Ein Autorenporträt und Kontaktdaten finden Sie unter [gmkg-online.de/gm-autoren](http://gmkg-online.de/gm-autoren)

Bewerten Sie alle Statements danach, in welchem Maße Sie diesen jeweils zustimmen. Folgen Sie – soweit möglich – bei der Beantwortung Ihrem ersten Impuls.

Nr.	Statements	Große Zustimmung	Überwiegende Zustimmung	Teilweise Zustimmung	Geringe Zustimmung	Keine Zustimmung
		4	3	2	1	0
1.	Geheimnisse sollte man für sich behalten.					
2.	Mein Umfeld sieht in mir eine natürliche Führungsperson.					
3.	Ich finde Gefallen daran, wenn ich an Autoritäten Rache nehmen kann.					
4.	Um etwas zu erreichen, setze ich gerne clevere Manipulationsstrategien ein.					
5.	Im Mittelpunkt zu stehen, liebe ich.					
6.	Gefährliche Situationen gehe ich gerne an.					
7.	Egal wie hoch der Preis ist, wichtige Personen muss man auf seine Seite bekommen.					
8.	Ohne mein Engagement gehen Gruppenaktivitäten nur schwerlich voran.					

Quelle: In Anlehnung u.a. an: JONES, D.N./PAULHUS, D.L.: Introducing the short dark triad (SD3): A brief measure of dark personality trait, in Assessment, 21(1), 2014, S. 28-41.

Nr.	Statements	Große Zustimmung	Überwiegende Zustimmung	Teilweise Zustimmung	Geringe Zustimmung	Keine Zustimmung
		4	3	2	1	0
9.	Wenn man sich rächen will, muss dies schnell und böse sein.					
10.	Konflikte mit anderen sind zu vermeiden, da diese nochmal wichtig für mich sein könnten.					
11.	Jeder sagt mir, ich sei etwas Besonderes und ich weiß dies auch.					
12.	Andere sagen mit oft, dass ich meine Kontrolle verliere.					
13.	Informationen sind im Hinterkopf zu behalten, damit sie später gegen bestimmte Personen eingesetzt werden können.					
14.	Wichtige Personen kennenzulernen, mag ich.					
15.	Es ist zutreffend, dass ich gemein sein kann.					
16.	Es ist ratsam, um sich zu rächen, auf den richtigen Zeitpunkt zu warten.					
17.	Wenn ich Komplimente bekomme, freut mich das.					
18.	Personen, die sich mit mir anlegen, bereuen dies immer.					
19.	Gewisse Dinge sollten im Verborgenen bleiben, damit die Reputation geschützt bleibt.					
20.	Ich werde schon mal mit berühmten Persönlichkeiten verglichen.					
21.	Mit dem Gesetz bin ich schon in Konflikt gekommen.					
22.	Man sollte sicherstellen, dass nicht anderen die eigenen Pläne Nutzen bringen, sondern einem selbst.					
23.	Ich bin eine besondere Person.					
24.	Ich mag es, mit Menschen sexuellen Kontakt zu haben, die ich kaum kenne.					
25.	Die meisten Personen kann man manipulieren.					
26.	Ich beharre darauf, von Personen den Respekt zu bekommen, der mir zusteht.					
27.	Um zu erreichen, was ich will, würde ich alles machen.					

Zur Testauswertung stellen Sie in einem ersten Schritt zunächst Ihre Punktwerte pro dunklem Persönlichkeitsmerkmal zusammen. Hierfür tragen Sie Ihre Werte pro Fragennummer (1-27) in das folgende Schema ein.

Nr.	Machiavellismus	Nr.	Narzissmus	Nr.	Psychopathie
1		2		3	
4		5		6	
7		8		9	
10		11		12	
13		14		15	
16		17		18	
19		20		21	
22		23		24	
25		26		27	
Σ	= Punktwert <b>Machiavellismus</b>	Σ	= Punktwert <b>Narzissmus</b>	Σ	= Punktwert <b>Psychopathie</b>

**Zur weiteren Vorgehensweise**

Addieren Sie zunächst alle Punktwerte und teilen Sie diesen Wert durch 3. Hierdurch erhalten Sie einen Hinweis auf die Höhe Ihres „antisozialen Kerns“ in der **Schnittmenge** der dunklen Triade.

Tragen Sie nun die einzelnen Summen der drei Persönlichkeitsmerkmale auf der zugehörigen Achse des folgenden Triaden-Diagramms ein.

Verbinden Sie danach die ermittelten einzelnen drei Punktwerte durch gerade Linien zu einem „**Spinnennetz-Dreieck**“ in das vorliegende Triaden-Diagramm. Hierdurch sehen Sie, wie Ihre drei dunklen Persönlichkeitseigenschaften in Beziehung stehen.

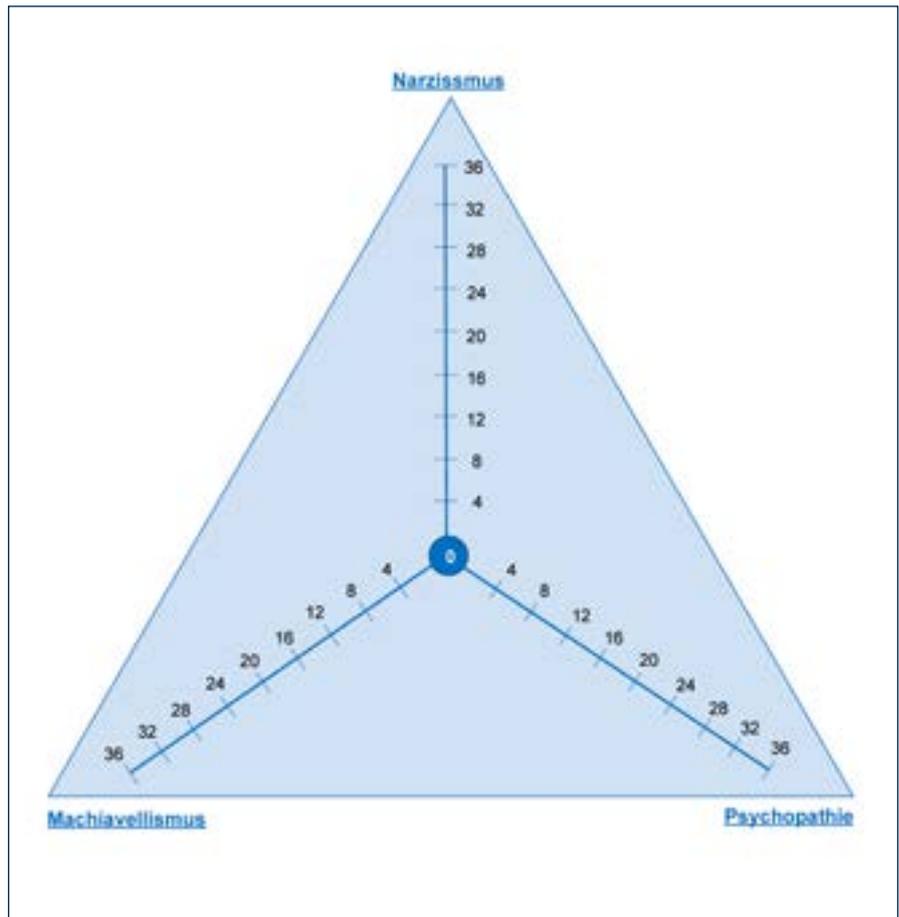
Weiterhin können Sie die **Gewichtung pro Triaden-Merkmal** einschätzen unter der Beachtung des jeweiligen Maximal-Punktwertes von 36 pro Merkmal. Liegen Sie oberhalb der Mitte (ab Punktwert 18), im oberen Drittel (ab Punktwert 24) oder im oberen Zehntel (ab Punktwert 33)?

Ziehen Sie zur Einschätzung Ihrer Werte nochmal die Beschreibungen der drei Merkmale aus der Test-Einweisung zu Rate.

Schauen Sie im Folgenden die von Ihnen hoch bewerteten Einzel-Statements (**Werte 3 bzw. 4 pro Triaden-Merkmal**) genauer an und überlegen Sie, welche Konsequenzen damit für Sie und Ihr soziales Umfeld verbunden sind.

Vergewissern Sie sich, inwieweit Ihre Punktwerte noch **sozial verträglich** sind, indem Sie Ihre Ergebnisse und Erkenntnisse mit Vertrauenspersonen besprechen.

Entwickeln Sie – falls Sie es für nötig halten – unter Berücksichtigung der bislang referierten Sachverhalte zur Dunklen Triade und Ihrer Testergebnisse **konkrete und zeitlich begrenzte** Vorgehensweisen zur Steigerung Ihrer sozialen Akzeptanz.



Triaden-Diagramm

Für besonders Interessierte sei darauf hingewiesen, dass ein berufsbezogener validierter Triaden-Test von SCHWARZINGER/SCHULER, der Top-Dark Triad of Personality at

Work, über den Hogrefe-Verlag bezogen werden kann.

Prof. Dr. Richard K. Streich

# SNAKE // S2

**ZUVERLÄSSIGKEIT, AUF DIE SIE SICH VERLASSEN KÖNNEN**

**SORGT FÜR PERFORMANCE**

- Bewährte, **übertroffene** Schnitt- und Streueigenschaften
- Gelenkige Mähdecks, **die Konturen folgen**
- **Wartungsarm** und einfach zu bedienen
- **3 Jahre Garantie** und eine Performance, auf die Sie sich verlassen können.

f t i y in v // **TRIMAXMOWERS.DE**

\*\*\*  
EINER  
BRANCHENFÜHRENDE  
GARANTIE

3

JAHRES

SPINDELN UND  
GETRIEBE UMFASST

ERFAHRENEN SERVICE-  
UND SUPPORT-  
NETZWERK

ABER VERLASSEN  
SIE SICH NICHT  
NUR AUF UNSER  
WORT...

## Liebe Mitglieder und Kooperationspartner des Bundesverband Golfanlagen e.V.,



bekanntlich ist eine Krise auch immer eine Chance. 2021 hatten wir genügend Anlass, über diese Weisheit nachzudenken – und sind zu dem Schluss gekommen: Es stimmt!

Wir haben in diesem Jahr einige Projekte angestoßen, die zu „normalen Zeiten“ im Alltagsgeschäft untergegangen wären, haben den Internationalen Golfkongress nach einem Jahr Pause

veranstaltet und auch verbandspolitisch hat sich einiges bewegt. Dass letztendlich doch noch alles geklappt hat, verdanken wir zu einem großen Teil Ihnen.

Unter der Devise „Digitalisierung, Innovation, Automatisierung“ standen die wichtigsten Herausforderungen und Entwicklungen der Digitalisierung für Golfplatzbetreiber im Mittelpunkt des 11. Internationalen Golfkongresses. Der Kongress präsentierte sich mit vielen Neuerungen und ermöglichte im Rahmen eines Golfplatzforums, Ihnen die neuesten Technologien und Innovationen für den Bereich „Greenkeeping“ „live“ auf der Golfanlage zu präsentieren.

Neben dem Digitalen Wandel stand das Jahr 2021 insbesondere im Zeichen der politischen und strategischen Lobbyarbeit. Im Dialog mit wirtschaftspolitischen Entscheidungsträgern, Experten und Industrievertretern hat der Bundesverband Golfanlagen e.V. dazu beigetragen, Erfahrungen und Forderungen aus der unternehmerischen Praxis von Golfanlagen in die Willensbildung politischer und wirtschaftlicher Entscheidungsgremien einzubringen.

Im Jahr 2021 wurde die Initiative „Golf in Bewegung“ gegründet, welche sich seit knapp einem Jahr mit den aktuellen und bevorstehenden Änderungen im Golfmarkt beschäftigt. Namhafte Experten haben sich dazu entschlossen, sich mit ihrem Wissen, ihrer Marktkenntnis und ihrer Erfahrung für eine eigene Meinungsbildung der betroffenen Vertreter von Golfclubs/Golfanlagen aktiv einzusetzen. Die Allianz bemüht sich um einen an den gemeinsamen Interessen orientierten Gedankenaustausch mit dem Ziel, Lösungsalternativen zur Diskussion zu stellen, alle sachlichen Gesichtspunkte der Marktteilnehmer in den Blick zu nehmen und den technischen Fortschritt und die gesellschaftlichen Veränderungen mit aufzunehmen. Auch der BVGA hat als Teil der Initiative „Golf in Bewegung“ mitgewirkt und die Interessen seiner Golfplatzunternehmer vertreten. Dies wurde von der gesamten Golfbranche entsprechend honoriert und gewürdigt.

Damit Sie als Golfplatzbetreiber auch die aktuellen Herausforderungen eines sich ständig veränderten Golfmarktes bewältigen und dementsprechend erfolgreich wirtschaften können, werden wir auch im kommenden Jahr die Stimme der Golfplatzunternehmer sein und mit Ihnen gemeinsam die Zukunft der Golfbranche gestalten.

Im Namen von Vorstand und Beirat sowie des gesamten Teams des Bundesverband Golfanlagen e.V. wünschen wir Ihnen von Herzen ein besinnliches Weihnachtsfest im Kreis Ihrer Lieben und einen guten Start in ein hoffentlich etwas weniger aufregendes neues Jahr!

*Mit besten Grüßen  
Herzlichst Ihr  
Christian von Oven  
Vorstandsvorsitzender des  
Bundesverband Golfanlagen e.V.*

**Es geht jetzt um die Zukunft der Golfbranche! Information – Meinungsbildung – Dialog – Aktion!**

# GOLF IN BEWEGUNG.de

Seit knapp einem Jahr beschäftigt sich die Allianz „Golf in Bewegung“ mit den aktuellen und be-

vorstehenden Änderungen im Golfmarkt. Namhafte Experten haben sich dazu entschlossen, sich mit ihrem

Wissen, ihrer Marktkenntnis und ihrer Erfahrung für eine eigene Meinungsbildung der betroffenen Vertreter

von Golfclubs/Golfanlagen aktiv einzusetzen. Es geht hier also um nicht mehr oder weniger als um die Zukunft der Golfbranche!

In einem ersten Schritt „**Information**“ wurden alle

wesentlichen Inhalte über Newsletter, Pressemitteilungen und eine eigene Internetseite ([www.golfinbewegung.de](http://www.golfinbewegung.de)) zu den anstehenden Änderungen kommuniziert.

In einem zweiten Schritt „**Meinungsbildung**“ wurde eine bundesweite Umfrage durchgeführt, an der sich über 240 Vertreter/innen von Golfclubs/Golfanlagen aktiv beteiligten. Das Ergebnis, siehe QR-Code zu diesem Beitrag, war eindeutig.

Im dritten Schritt „**Dialog**“ kam es zu einem offenen Meinungsaustausch zwischen Vertretern von „Golf in Bewegung“ und dem DGV. Die entsprechende

Rückmeldung, vom Deutschen Golfverband e.V. freigegeben, finden Sie ebenfalls auf der Internetseite [www.golfinbewegung.de](http://www.golfinbewegung.de).

Am 20. November lud der DGV zu einem Online-Hearing ein und machte noch einmal klar, dass zukünftig die Daten der Golfer/innen für die Finanzierung des DGV monetarisiert werden sollen.

Nun befindet sich „Golf in Bewegung“ in der Phase 4 „**Aktion**“. Konkret bedeutet dies, dass Experten/innen aus den einzelnen Arbeitsgruppen einzelne Anträge für den DGV-Verbandstag im kommenden Jahr u.a. zu folgenden Themenbereichen erarbeiten werden:

1. Zentrale Datenhaltung: Clubs müssen autonom bleiben und dezentral Zugriff auf die Daten ihrer Mitglieder behalten!

2. Zentrale Datenvermarktung: Verband darf nicht in einen wirtschaftlichen Wettbewerb mit seinen Mitgliedern treten!

3. Einsetzung eines Fachbeirates: Experten/innen aus der gesamten Golfbranche sollen zukünftig transparent und konstruktiv in einem Fachbeirat mitwirken!

Noch in diesem Jahr soll die Arbeitsgruppe „**Anträge**“ ihr erstes Arbeits-Meeting abhalten. Nutzen Sie die Möglichkeit, nehmen Sie sich Zeit für dieses wichtige



Thema und besuchen Sie die Internetseite [www.golfinbewegung.de](http://www.golfinbewegung.de), um sich umfänglich zu informieren und die entsprechenden Beiträge aus Ihrer Sicht zu kommentieren. Nur gemeinsam können wir die Zukunft der Golfbranche nachhaltig gestalten.

## Hotel Breitenburg – alles bestens.

Am 1.11.2021 eröffnete das Hotel Breitenburg auf dem gräflichen Gutshof zum Warm-up seine Türen. Und man kann sagen: Nicht nur das Hotel ist etwas ganz Besonderes, auch die Lage dürfte in dieser Form so schnell nicht wieder zu finden sein.

Hotel Breitenburg ist eingebettet in die wunderschöne Natur Schleswig-Holsteins, umgeben von altem Baumbewuchs und einem erstklassigen Golfplatz. Die ehemaligen Stallungen des gräflichen Gutshofes Breitenburg wurden aufwändig umgebaut, um 80 Zimmer auf gehobenem Niveau entstehen lassen zu können. Als Ensemble-Denkmal



blieben die Außenmauern der Stallungen erhalten. Der Rest des Hotels wurde komplett neu gebaut. Und das Ergebnis kann sich mehr als sehen lassen. Es ist ein gelungenes Zusammenspiel aus Tradition und Moderne.

### So lässt es sich wohnen.

80 komfortable Zimmer mit moderner Einrichtung laden zum Entspannen und Verweilen ein. Ob gemütliches Doppelzimmer, mehrstöckige Maisonette oder

großzügige Suite, hier lässt es sich wohnen. Warme Farben, edles Holz aus dem Breitenburger Forst und feine Stoffe sorgen für heimelige Gemütlichkeit und verleihen den lichtdurchfluteten Zimmern einen unverwechselbaren Charme.

### Perfekt für Golfer.

Der Golfplatz liegt direkt am neu entstandenen Hotel und eignet sich dadurch perfekt, um hier während des Urlaubs ein paar sportliche Stunden zu verbringen und dem hektischen Alltag zu entfliehen. Die 27-Loch-Anlage liegt in den wunderschönen Störniederungen und auf der hohen Geest. Durch die verschiedenen Landschafts- und

Platztypen ist das Spiel auf diesem Golfplatz besonders abwechslungsreich und interessant.

Es gibt wirklich viele gute Gründe, dem Hotel Breitenburg einen Besuch abzustatten. Buchungen und mehr Informationen gibt es auf der Website:



# Neue Mitglieder im Bundesverband Golfanlagen e.V.

## Golfanlage Residenz Rothenbach



Die im Jahre 1996 neu konzipierte 9-Löcher Golfanlage liegt westlich von Mönchengladbach ganz in der Nähe der Deutsch-Niederländischen Grenze. Seit 2020 verfügt der Golfplatz über eine Flutlichtanlage, die alle 9 Spielbahnen umfasst. Damit ist er in Deutsch-

land der einzige mit diesem besonderen Angebot, erklärt Investor Eduard Müllenbruch, der zusammen mit seiner Tochter Miriam das Gelände des Golfplatzes 2019 erworben hat. Gemeinsam wollen sie die Golfanlage attraktiver für neue Mitglieder und Gastspieler gestalten. 88 Lichtmasten mit über 600 für Insekten verträgliche LED-Strahler wurden dafür derzeit auf der Anlage montiert. Den Strom dafür erzeugt eine eigene Photovoltaik-Anlage auf

dem Dach des Golf-Club-Gebäudes, die aus über 300 Modulen besteht und eine Leistung von knapp 90 kWh hat. Nicht zuletzt hat auch die Driving Range eine Beleuchtung erhalten.

Abgerundet werden die Erneuerungsmaßnahmen durch Investitionen in mehr Umweltverträglichkeit des Gebiets mit Insektenhotel und Bienenstöcken sowie einer Obst- und Wildblumenwiese. Clubmanager Sascha Kreuzberg verfügt über



mehr als 16 Jahre Erfahrung als Betriebs- und Eventleiter im Bereich gehobener und traditioneller Gastronomie. Er versteht seine Rolle als „Gastgeber“ und sorgt mit seinem Team immer freundlich, kompetent und hilfsbereit dafür, dass sich Mitglieder und Gäste jederzeit wohlfühlen. ■

## Golfpark Bostalsee



Das Sankt Wendeler Land im Saarland begeistert ab der Saison 2022 mit dem neuen 18-Loch-Golfpark Bostalsee fünf Kilometer vom größten Freizeitsee Südwestdeutschlands entfernt und in unmittelbarer Nachbarschaft zum Nationalpark Hunsrück-Hochwald gelegen.

Auf 55 Hektar hügeligem Wald und vielen Wiesen entsteht ein spieltechnisch anspruchsvoller Golfplatz mit Clubhaus, Driving Range, Putting- und Chipping Green, Indoor-Golfanlage sowie einer Golf-Akademie für Jung und Alt. Neun neue und neun komplett überarbeitete Spielbahnen winden sich an Obstbäumen, Bachläufen, kleinen Seen und

kreativ präparierten Hindernissen vorbei. Auftraggeber ist die Golfpark Bostalsee GmbH, deren Gesellschafter Anette und Gottfried Hares auch Eigentümer der Seezeitlodge Hotel & Spa sind. Das Investitionsvolumen liegt im siebenstelligen Bereich und trägt dazu bei, die Attraktivität der Region für Einheimische und Gäste weiter zu steigern.

In Kooperationen mit der nahen Seezeitlodge Hotel & Spa steht einem erlebnisreichen Golfurlaub mit Top-Wellness und hochwertiger Kulinarik nichts mehr im Wege.

Für Eigentümer und Präsident Gottfried Hares sind es aufregende Zeiten. Viele Jahre der Planung und des Bauens finden in den nächsten Monaten ihren erfolgreichen Abschluss. Bis Ende 2021 werden alle baulichen

Maßnahmen abgeschlossen sein, das Grün sprießt und die Digitalisierung von Wegebeschreibung und Abschlagtafeln schreitet voran. „Wir freuen uns sehr auf diesen großartigen Golfplatz“, erklärt Gottfried Hares.

Die Verantwortung für die erfolgreiche Umsetzung des Projekts obliegt dem renommierten Golf-Architekten Diethard Fahrenleitner aus Tirol. Die Seezeitlodge Hotel & Spa liegt im Sankt Wendeler Land, direkt am Bostalsee — ein natürlicher Kraftort, eingebunden in die umgebende Mittelgebirgslandschaft und eng verknüpft mit der regionalen Kulturgeschichte. In exponierter Lage auf einem kleinen bewaldeten Kap versteht sich das Wellnessresort als Rückzugsort inmitten der Natur. Die Gäste erwartet



neben 98 modernen Zimmern und Suiten das Restaurant LUMI mit Terrasse und Community Table, die Bar NOX, eine Bibliothek, eine großzügige Lobby mit Lounge und Feuerstelle auf der Terrasse, drei Tagungsräume und das Seezeit Spa mit keltischem Saunadorf. Unter dem Credo „Echt schön. Schön echt.“ erschuf das Gastgeberpaar Kathrin und Christian Sersch mit viel Innovationskraft und Liebe zum Detail ein Hotel, das Wellnessurlauber, Sportler, Genießer sowie Kultur- und Naturliebhaber gleichermaßen begeistert. ■

*Im Namen von Vorstand und Beirat begrüßen wir Investor Eduard Müllenbruch sowie Sascha Kreuzberg mit seinem Team und Gottfried Hares mit seinem Team herzlich als neue Mitglieder im Bundesverband Golfanlagen e.V. und freuen uns auf eine erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit.*

**Termine für die Golfplatzunternehmertreffen 2022 stehen fest! Save the Date: Entscheidungsträger der Golfbranche treffen sich vor der Golfsaison 2022 zum regionalen Gedankenaustausch**

Nachdem sich im Rahmen des 11. Internationalen Golfkongresses eine Vielzahl von Golfplatzunternehmern, Managern und Kooperationspartnern eine Entzerrung der Veranstaltungstermine gewünscht hatten, wurden die für den Herbst 2021 geplanten Golfplatzunternehmertreffen auf den März bzw. April 2022 verlegt.

Liquiditätssicherung für einen wirtschaftlich nachhaltigen Geschäftsbetrieb, ein an die veränderten Bedürfnisse der Kunden angepasstes Preis- und Produktmanagement, Rechtssicherheit im Umgang mit Mitglieds-

beitragen und das neue World-Handicap-System werden die Entscheider in Zukunft sehr stark beschäftigen.

Auf der anderen Seite tauchen immer wieder neue Themen auf, mit welchen sich der Bundesverband Golfanlagen e.V. intensiv auseinandersetzt und entsprechende Ergebnisse bzw. Lösungen für die gesamte Golfbranche schafft.

Um diesen Herausforderungen erfolgreich zu begegnen, veranstaltet der Bundesverband Golfanlagen e.V. im kommenden Jahr elf regionale Golfplatzunternehmer-

treffen, eines davon sicher auch ganz in Ihrer Nähe.

Ziel der Treffen ist ein wertvoller Erfahrungsaustausch zu aktuellen Themen und Entwicklungen des Golfmarkts auf regionaler Ebene. Damit Sie, als Entscheidungsträger Ihrer Golfanlage, die Punkte diskutieren können, die Ihnen wichtig sind, werden individuelle Themenwünsche in einem Diskussionsforum ausführlich behandelt.

Auch bei kleineren Veranstaltungen müssen wir an unser wichtigstes Gut, die Gesundheit, denken. Rücksichtnahme und Verständnis füreinander sind für uns seit jeher selbstverständlich, aber in der aktuellen Situation sind wir gefordert, für noch mehr Sicherheit zu sorgen. Damit ein reibungsloser Ablauf gewährleistet werden kann, hat der BVGA e.V. eigens einen Hygiene-Leitfaden für Gastgeber und Teilnehmer entwickelt.

**Warum sollten auch Sie unbedingt dabei sein?**

- Sie sichern sich Ihren Wissensvorsprung und erfahren alles über neue Marktentwicklungen!
- Sie lernen beim wertvollen Erfahrungsaustausch Auswirkungen und Perspektiven für die Zukunftssicherung Ihrer Golfanlage!
- Sie erschließen neue Chancen und Potentiale für Ihr operatives Geschäft!
- Sie erweitern Ihr persönliches Business-

Netzwerk mit neuen Geschäftskontakten!

- Sie pflegen Ihre bestehenden Geschäftsverbindungen!

Damit Sie, als Entscheidungsträger Ihrer Golfanlage, die Punkte diskutieren können, die Ihnen wichtig sind, haben Sie zusätzlich die Möglichkeit, im Rahmen der Anmeldung Ihre Themenwünsche in der Rubrik „Wo drückt der Schuh?“ anzugeben.

**Teilnehmerkreis:**

Golfplatzunternehmer, Geschäftsführer und Manager von Golfanlagen, Direktoren von Golfhotels, BVGA-Experten.

Wir laden Sie gerne ein, an einem der Regionalkreistreffen teilzunehmen. Die Termine sowie den Programmablauf der einzelnen Veranstaltungen finden Sie unter [www.bvga.de](http://www.bvga.de). Wählen Sie Ihren Wunschtermin aus und senden Sie Ihre Anmeldung direkt an die Geschäftsstelle des Bundesverband Golfanlagen e.V. Wir freuen uns sehr, Sie auf einer der Veranstaltungen begrüßen zu dürfen.

**Hier geht's zu Programm und Anmeldung!**



Termine – Regionen – Austragungsorte 2022		
29.3.	Region Deutschland-Ost	Golfpark Schloss Wilkendorf
30.3.	Region Deutschland-Nord	Golfclub Hamburg-Holm
31.3.	Region Deutschland-Niedersachsen	Golf Gleidingen
05.4.	Region Deutschland-Bayern	Golfpark Gut Häusern
06.4.	Region Deutschland-Mitte	Golf-Club Hof Hausen vor der Sonne
07.4.	Region Deutschland-West	Golfanlage Clostermanns Hof
19.4.	Region Österreich-Ost	Golf Club Föhrenwald
20.4.	Region Österreich-Mitte	Golf Club Weitra
21.4.	Region Schweiz	Golf Club Davos
26.4.	Region Deutschland-Baden-Württemberg	Der Öschberghof
28.4.	Region Österreich-West	Golfclub Kitzbüheler Alpen Westendorf
Programmablauf:		
10:00 Uhr	Präsentation der Golfanlage durch Gastgeber	
10:30 Uhr	Neuigkeiten der Golfanlagen aus der Region	
12:00 Uhr	Business Lunch	
13:00 Uhr	Informeller Rundgang und Besichtigung der Golfanlage	
14:00 Uhr	Informationen über neueste und zukünftige Entwicklungen im Golfmarkt	
15:00 Uhr	Diskussionsforum mit den gewünschten Themen der Teilnehmer	
16:00 Uhr	Veranstaltungsende	

## Gestalten Sie Ihren individuellen DGV-Ausweis für Ihre Mitglieder! Sterne und Hotels auf dem Golfplatz – Logo erhältlich!

Mit der Ausgabe des DGV-Ausweises können, wie vergangenes Jahr, klassifizierte Golfanlagen die Logos der BVGA-Sterneklassifizierung auf den DGV-Ausweis drucken lassen.

Auch die Partner von der Marketingkooperation „Hotels auf dem Golfplatz“

erhalten dieses Jahr die Möglichkeit, das Marken-Logo zu platzieren. Dazu können Sie sich Ihr individuelles Ausweislayout mit dem richtigen Sterne-Logo und dem „Hotels auf dem Golfplatz-Logo“ im DGV-Serviceportal erstellen. Wichtig in dem Zusammenhang: Probeausweis

erstellen und anschließend bestellen.

Suzana Hopf: „Die Platzierung von den Logos auf den Ausweisen ist ein echter Mehrwert für alle klassifizierten Golfanlagen als auch für die Partner von „Hotels auf dem Golfplatz“. Mit dem international an-



erkannten Qualitäts- und Gütesiegel bieten Sie Ihren Mitgliedern eine Qualitätssicherung.“

## Grundsteuerreform auf Golfanlagen

Ab 2025 wird die Grundsteuer durch die Kommunen nach neuen Regeln erhoben. Die erste Hauptfeststellung (Feststellung der neuen Grundstücks- werte nach neuem Recht) erfolgt bereits auf den Stichtag 1.1.2022. Bis 31.12.2024 gelten noch die alten Regelungen. Die lange Übergangsregelung ist dem enormen administrativen Aufwand geschuldet. Neu ist insbesondere, dass die Grundstücke nach einem wertabhängigen Modell bewertet werden, wobei es vor allem auf folgende Faktoren ankommt:

- Wert des Bodens (Bodenrichtwert)
- Höhe der statistisch ermittelten Nettokaltmiete
- Grundstücksfläche
- Immobilienart und
- Alter des Gebäudes

**Beachten Sie:** Nach der Grundgesetzänderung haben die Bundesländer die Möglichkeit, vom Bundesrecht abweichend Regelungen zu treffen (sogenannte Öffnungsklausel).

**Bayern** hat schon früh im Gesetzgebungsverfahren angekündigt, die Grundsteuer wertunabhängig nach den Flächen von Grundstücken und Gebäuden erheben zu wollen.

Als erstes Bundesland hat **Baden-Württemberg** ein eigenständiges Landesgesetz zur Grundsteuer verabschiedet. Dabei handelt es sich um ein modifiziertes Bodenwertmodell.

Auch **Hamburg** strebt einen eigenen Weg an und will dabei sowohl die Fläche als auch die Lage des Grundstücks berücksichtigen.

**Niedersachsen** erwägt ein Modell, das auf dem Flächenmodell aufbaut und kommunale Lagefaktoren bei der Berechnung einfließen lässt.

Das **Saarland** will das Bundesmodell zwar weitgehend übernehmen. Die Öffnungsklausel soll aber dennoch genutzt werden.

Auch **Sachsen und Hessen** planen dem Vernehmen



nach mit einer Öffnungsklausel.

Demgegenüber gibt es in **Schleswig-Holstein, Berlin, Thüringen, Rheinland-Pfalz, Bremen, Sachsen-Anhalt und Brandenburg** Bestrebungen, das wertabhängige Konzept des Bundes zu übernehmen.

**Fazit:** Das Gesamtaufkommen der Grundsteuer soll sich nach den Vorstellungen des Gesetzgebers nicht verändern. Fest steht aber, dass

einige Golfanlagen mehr und andere weniger zahlen werden. Verlierer und Gewinner stehen aber noch nicht fest. Denn dies hängt zum einen davon ab, ob das jeweilige Bundesland von der Öffnungsklausel Gebrauch machen wird oder nicht. Zudem bleibt abzuwarten, ob bzw. welche Kommunen ihre Hebesätze anpassen werden.

Quelle:  
Sonderausgabe 01/21/  
IWW Institut

## Vorsprung durch Qualität: Golfanlagenklassifizierung für eine klare Marktpositionierung und ein optimales Qualitätsmanagement für Ihre Golfanlage

Vor mehr als fünfzehn Jahren wurde die bundesweit gültige Deutsche Golfanlagenklassifizierung eingeführt. Nach mehreren Aktualisierungen werden heute knapp 300 Kriterien in den folgenden Bereichen überprüft:

1. Platzpflege
2. Platzausstattung
3. Driving Range
4. Gastronomie
5. Clubhaus
6. Golfunterricht
7. Golf-Shop
8. Sport

9. Parkplatz
10. Caddiehalle
11. Umkleieräume
12. Zusätzliche Services

Zwischen Fehmarn und Oberstauen und zwischen Köln und Leipzig nehmen rund 150 Golfanlagen an der freiwilligen Golfanlagenklassifizierung teil. International ist die Marke bereits in 10 Nationen vertreten.

Die Klassifizierung gilt zunächst für drei Jahre. Für die Einordnung in eine der fünf international gültigen

Sternekategorien sind sowohl Mindest- als auch Einzelkriterien zu erfüllen.

**Mitglieder und Greenfee-Spieler** erhalten dadurch eine sichere und transparente Übersicht über die Qualität der Leistungen und Angebote, die ihnen eine klassifizierte Golfanlage bietet.

Die **Verantwortlichen von Golfclubs und Golfanlagen** erhalten mit der Sterneklassifizierung einen deutlichen Wettbewerbsvorteil, da sie



ihren Gästen klar präsentieren, welche Qualitätsstandards sie erfüllen. Zudem profitieren sie von einer klaren Marktpositionierung, der Öffentlichkeitsarbeit sowie den Marketingmaßnahmen rund um die Golfsterne in Deutschland und Europa. ■

## Marken-Award-Gewinner stehen fest! Semlin Golf Resort, Golfresort Strandgrün Timmendorfer Strand und Golfanlage Haus Bey auf dem Siegerpodest beim Marken-Check der Golfsterne!



Timmendorfer Strand (Silber). Die Golfanlage Haus Bey landete auf Platz drei und erhielt die Ehrung in Bronze.

Suzana Hopf sagt: „Es ist uns besonders wichtig, dass die Präsenz der Marke bei allen Partnern in allen Bereichen optimal umgesetzt wird. So erkennt der Gast die Zugehörigkeit der jeweiligen Golfanlage und die klar definierten Qualitätsmerkmale. Wichtige Aspekte für alle Golferinnen und Golfer bei der Auswahl ihrer Golfanlagen.“

In diesem Jahr hat die erfolgreiche Marketingkooperation „The International Golf Stars Classification“ drei Golfanlagen ausgezeichnet, die sich beim jährlichen Markencheck durch

besondere Leistungen für die Marke hervorragen haben.

Verliehen wurden drei Preise in den Kategorien Gold, Silber und Bronze,

die nach einem transparenten Punktesystem vergeben werden. Der erste Platz und damit die „Goldmedaille“ ging an das Golfresort Semlin am See, dicht gefolgt vom Golfresort Strandgrün

Vorstand und Beirat des Bundesverband Golfanlagen e.V. gratulieren allen Siegern zu dieser außergewöhnlichen Leistung und für ihr vorbildliches Engagement zur Weiterentwicklung der Golfsterne. ■

# Hotels auf dem Golfplatz

## Hotels auf dem Golfplatz – GOOD NEWS: PURE Resort Westendorf neuer Partner! Erfolgreiche Marketingkooperation weiter auf Expansionskurs

Zorneding bei München, 14. Dezember 2021. Unsere Erfolgsgeschichte geht weiter.

Seit dieser Woche ist das luxuriöse PURE Resort Westendorf (früher bekannt als Windau Lodge), welches im malerischen Westendorf bei Kitzbühel liegt, neuer Partner der Marketingkooperation „Hotels auf dem Golfplatz“.

Passend zu Weihnachten wurde die ehemalige Windau Lodge auf- und ausgebaut und öffnet am 24.12.2021 ihre Tore.

Eingebettet im Herzen eines der größten zusammenhängenden Skigebiete Österreichs sorgt das begeisterte Team des Resorts für einen entspannten und unbeschwertem Aufenthalt.

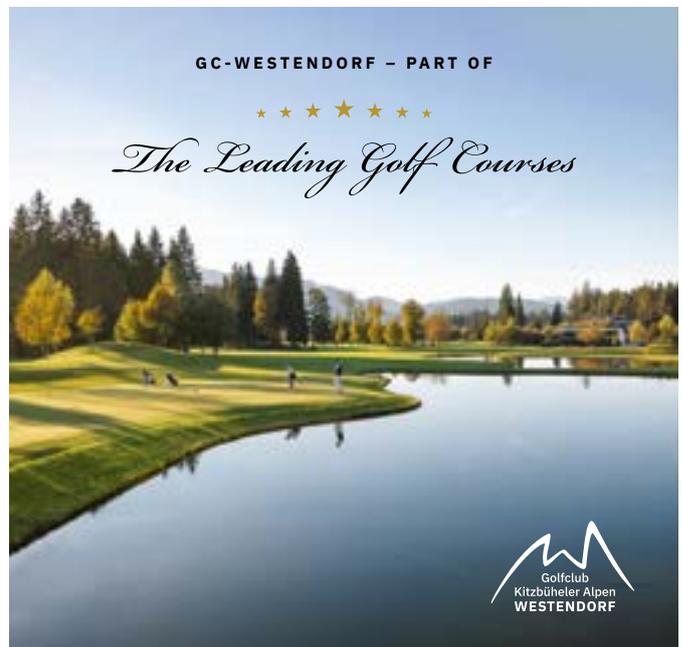
Das mehrfach ausgezeichnete Resort umfasst mittlerweile 52 luxuriöse Apartments, Penthouses, Suiten & Hotelzimmer inklusive Top-Einrichtungen, wie zwei Wellnessbereiche, zwei beheizte Außenpools, einen Fitnessraum und ein

Restaurant. Einer der Höhepunkte ist die spektakuläre Aussicht vom Infinity-Pool auf dem Dach!

Das PURE Resort Westendorf hat von außen eine moderne Ausstrahlung und bietet von Innen eine authentische österreichische Atmosphäre. Zudem offeriert der Golfclub Kitzbüheler Alpen eine traumhafte 18-Loch-Anlage, die 2021 „The Leading Golf Courses“ zur schönsten Golfanlage Österreichs gewählt wurde. Auf der Clubhaus-terrasse mit Blick auf die Tiroler Bergwelt können die Gäste Golftage bei einem Sundowner genießen und ausklingen lassen.

Auch die Langlaufloipen liegen gleich vor der Tür und der Skibus bringt die Schneeliebhaber innerhalb von zwei Minuten zum Skilift.

Geschäftsführer und Präsident Jakob Haselsberger: „Für uns, als Golfanlage mit angeschlossenen Hotel direkt auf dem Golfplatz, ist die Kooperation mit der internationalen

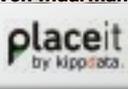
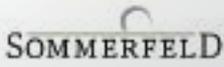


Golfanlagenklassifizierung des Bundesverband Golfanlagen e.V. ein wichtiges Marketingtool, um dem Tages- und Urlaubsgast ein besonderes Qualitäts- und Alleinstellungsmerkmal zu bieten. Die Marketingkooperation „Hotels auf dem Golfplatz“ eröffnet uns die Möglichkeit, Hotel und Golfplatz klar auf dem internationalen Golfmarkt zu positionieren. Hochwertige Qualität, erstklassiger Service und exklusive

Angebote sind für uns die Erfolgsfaktoren in der Gegenwart und in der Zukunft.“

Im Namen von Vorstand und Beirat begrüßen wir Jakob Haselsberger, General Manager Oliver Beyer und das gesamte Team des Golfresorts Westendorf herzlich als neuen Partner bei „Hotels auf dem Golfplatz“ und freuen uns auf eine erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit. ■



<p><b>Adventure Golf</b></p>  <p>Carsten Volpert</p> 	<p><b>Aus- und Weiterbildung</b></p>  <p>Benjamin Willems</p> 	<p><b>Bildung und Personal</b></p>  <p>Marcel Schumacher</p> 	<p><b>Digitalisierung</b></p>  <p>Sven Maurmann</p> 
<p><b>Golfcarts Österreich</b></p>  <p>Dieter Reitbauer</p> 	<p><b>Golfcarts</b></p>  <p>Frank Ockens</p> 	<p><b>Golfplatzausstattung</b></p>  <p>André Michael</p> 	<p><b>Golfplatzbau/-pflege</b></p>  <p>Frederik von der Heyden</p> 
<p><b>Golfplatzberegnung</b></p>  <p>Markus Blind</p> 	<p><b>Internet Medien</b></p>  <p>Andreas List G.K.M.B. Web+Media</p>	<p><b>Kommunikation</b></p>  <p>Matthias Gräf</p> 	<p><b>Leasing</b></p>  <p>Marcel Lude</p> 
<p><b>Pflegemaschinen</b></p>  <p>Micha Mörder</p> 	<p><b>Public Relations</b></p>  <p>Sascha Zelenka</p> 	<p><b>Pumpen &amp; Pumpensysteme</b></p>  <p>Stefan Klinger</p> 	<p><b>Rechtsberatung</b></p>  <p>Karsten Klug</p> 
<p><b>Software</b></p>  <p>Benedikt Schmedding</p> 	<p><b>Versicherungen – Agentur</b></p>  <p>Marc Lahaye</p> 	<p><b>Versicherungen – Makler</b></p>  <p>Kolja T. Zweering</p> 	

NICHT NUR FÜR FOTO-ENTHUSIASTEN: IM GESPRÄCH MIT JACOB SJÖMAN

## Die Kraft der Bilder



Trump International Golf Links, Schottland

(Alle Fotos: J. Sjömans)

**G**olf ist eine der wenigen Sportarten, bei der sich jede Anlage von der anderen unterscheidet. Daher spielt die Visualisierung von Golfplätzen eine wichtige Rolle im Marketing. Jacob Sjöman aus Schweden ist ein absoluter Köhner in dieser Disziplin. Seit 2010 arbeiten Golfplätze auf der ganzen Welt mit ihm zusammen, Plätze wie Tara Iti, Lofoten Links, Thracian Cliffs, Ballyunion, Cabot Links und viele mehr haben von den großartigen Bildern dieses Künstlers hinter der Linse profitiert. Vor allem seine weltberühmte Aufnahme von Loch Nr. 2 auf Lofoten Links mit den beeindruckenden Nordlichtern hat Sjöman weltweites Ansehen verschafft. Dennoch hat er eine starke Verbundenheit zu seinem Heimatland und den dortigen Golfanlagen. Sein Buch „Sveriges bästa och vackraste golfbanor“ (Schwedens beste und schönste Golfplätze) fasst 27 der schönsten Golfplätze des Landes zusammen – nicht nur hervorragend porträtiert, sondern auch mit

wunderbaren Texten von ihm versehen, in denen er erklärt, warum er den Platz und seine Annehmlichkeiten für sehenswert hält. Obwohl seine Golfplatz-Fotografien in der Branche hoch anerkannt sind, ist dies nicht das einzige Segment seines Portfolios: Golfstars wie Jack Nicklaus, Justin Rose und Dustin Johnson wurden von ihm portraitiert. Und auch Marktführer der Golfbranche wie Toro und Trackman vertrauen auf die Überzeugungskraft seiner Fotos. Doch Sjöman ist nicht auf die Golfbranche beschränkt – Werbefotografie, Porträts, Natur oder Hochzeiten gehören ebenso zu seinem breiten Portfolio. Seine Ausrüstung umfasst sowohl Kameras als auch Drohnen, so dass er nicht nur Standfotos, sondern auch hochkarätige Videos erstellt. Seine Arbeit hat ihn buchstäblich fast um die ganze Welt geführt, knapp 50 Länder hat er für Golfphotos bereist. Deshalb versucht der Vater von drei kleinen Kindern, so viel Zeit wie möglich mit seiner Frau Emelie und

seinen Kindern an seinem „Happy Place“ auf einer kleinen Insel östlich von Schwedens Hauptstadt Stockholm zu verbringen. *golffmanager*-Redakteur Michael Althoff hatte das Vergnügen, ihn dort zu treffen und mit ihm über seinen professionellen Ansatz, die Bedeutung guter Bilder für das Golfmarketing und den Unterschied zwischen guter und durchschnittlicher Golfplatzfotografie zu sprechen.

**?** Wie sind Sie zur Fotografie im Allgemeinen gekommen?

**!** *Ich habe mich schon immer für die Fotografie begeistert. Ich habe eine Menge Comics gelesen und Filme gesehen. Als ich 20 Jahre alt war, habe ich mir die Digitalkamera meines Vaters geliehen. Leider habe ich damit nicht nur ein paar Fotos gemacht, sondern sie in einen See fallen lassen, und danach funktionierte sie nicht mehr richtig. Mein Start war also eher durchwachsen ... (lacht).*



**Jacob Sjömans bekanntestes Foto: Loch Nr. 2 auf Lofoten Links (Norwegen) mit den Nordlichtern**



**Neben Landschaftsaufnahmen ist Jacob Sjöman auch für seine Golfstar-Porträts – hier Dustin Johnson – bekannt.**

**? Haben Sie eine spezielle Ausbildung in Fotografie absolviert?**

**!** Nach einer ersten Einführung habe ich erkannt, wie wichtig die technische Seite ist, und wollte die Grundlagen lernen. Auch wenn man eine großartige Kamera hat, muss man die Werkzeuge beherrschen. Es ist wie bei einem Schreiner, der wissen muss, wie er sein Werkzeug einsetzen muss, um das Holz so zu formen, wie er es will oder braucht. Daher belegte ich einen Kurs mit dem Titel „Werbefotografie für Zeitschriften“ in Schweden. Ich habe viel von großartigen Lehrern gelernt, vor allem über die Bedeutung von Licht.

**? Was war zuerst da: das eigene Golfspiel oder das Fotografieren von Golfplätzen?**

**!** Ich spiele Golf, seit ich elf Jahre alt bin. Aber erst 2010 habe ich begonnen, mein Hobby mit der Fotografie zu kombinieren. Davor habe ich Porträts und Werbefotos gemacht, aber nichts mit Golf. Meine Frau begann zu dieser Zeit in einem Golfclub zu arbeiten, und ich begleitete sie an einem schönen, nebligen Morgen zu ihrer

Arbeit im Hills Golf Club in Göteborg. Die Fotos wurden großartig und ich dachte: „Oh, das könnte etwas werden!“ Einige Golfmagazine und auch der Golfclub kauften diese Fotos, und so begann ich von da an, mehr mit Golf zu arbeiten.

**? Sind Sie selbständig tätig?**

**!** Ich führe mein eigenes Unternehmen, aber ich habe viele Kooperationen und Partnerschaften geschlossen. Oft beauftragen mich Kunden für eine bestimmte Arbeit oder ein bestimmtes Projekt.

**? Welche Rolle spielt die Golfplatzfotografie für das Branding und den Vertrieb einer Anlage?**

**!** Die beste Kombination ist, wenn man ein Foto produziert, das eine Botschaft aussendet, die mit der Marke übereinstimmt und auch eine klare Botschaft an den Gast, den Golfer, vermittelt.

**? Wie bereiten Sie einen Fotoauftrag auf einem Golfplatz vor und führen ihn aus?**



**Zu Jacob Sjömans persönlichen Top 3-Liebingsplätzen aus Sicht eines ... und Tara Iti (Neuseeland) mit seiner unglaublichen Umgebung. Fotografen gehören neben Lofoten Links: Ballybunion Old Course (Irland) ...**

**!** Zunächst spreche ich gerne mit Vertretern der Anlage, um bereits vor meiner Anreise so viele Informationen wie möglich zu erhalten. Außerdem schaue ich auf Karten nach, zu welcher Jahreszeit und bei welchem Wetter der Platz am besten aussieht. Für mich ist es sehr wichtig, dass der Platz sauber und gut gepflegt ist, auch was die Bunker und Wasserhindernisse angeht. Wir wollen, dass der Platz so gut wie möglich aussieht! Wenn ich auf dem Platz ankomme, versuche ich, mehrere Standorte zu besuchen, also jeden Stein umzudrehen und zu überprüfen – ich versuche buchstäblich, die Extrameile zu gehen und die Dinge anders zu machen. Bis zu einem gewissen Grad ist das eine einfache Try- and Error-Methode.

**?** Eines Ihrer berühmtesten Bilder ist Loch Nr. 2 auf Lofoten Links mit den Nordlichtern. Wie lange haben Sie sich vor Ort aufgehal-

ten – und war das geplant oder ein „Glückstreffer“?

**!** Tatsächlich dauerte mein Aufenthalt auf Lofoten Links nur 16 Stunden. Ich war gerade mit einem anderen Auftrag über Schwedens nördlichsten Golfclub beschäftigt und hatte noch etwas Zeit übrig, also beschloss ich, auf die Lofoten zu fahren, was etwa fünfeinhalb Stunden dauerte. Als ich Mitte September gegen ein Uhr nachts dort ankam, war es stockdunkel, aber ich hatte während meiner gesamten Reise schon Nordlichter gesehen. Also stellte ich drei Kameras auf Stativen auf dem Platz auf und ließ sie im Serienbildmodus fotografieren. Das berühmte Bild ist eine Doppelbelichtung: Der Teil mit den Nordlichtern wurde in der Nacht aufgenommen, der Teil mit dem Loch im ersten Tageslicht am frühen Morgen. Ich habe auch einige Fotos mit dem Golfplatz in der Nacht, aber das Kompositbild ist das berühm-

teste. Insgesamt habe ich etwa 2.000 oder 2.500 Fotos gemacht – ich liebe den Platz und die Gegend, es war eine bemerkenswerte Erfahrung!

**?** Welche Rolle spielt die Postproduktion bei der Golfplatzfotografie, welche Grenzen sehen Sie bei der Postproduktion?

**!** Die Nachbearbeitung spielt eine große Rolle, denn man möchte, dass die Farben stimmen. Als ich 2010 meine Karriere begann, war ich mehr mit der Nachbearbeitung beschäftigt als heute. Trotzdem ist sie immer noch ein wichtiges Werkzeug für das Gesamtpaket. Natürlich möchte man das perfekte Foto machen, das man nicht bearbeiten muss. Da ich im RAW-Format (Anm. d. Red.: Format zum verlustfreien Speichern von Bildern mit unkomprimierten Daten) fotografiere und dieses eine Menge Informationen



**Die Kunst herausragender Fotos: Den perfekten Moment erwischen, eine Vielzahl Bilder aus verschiedenen Perspektiven „schießen“, eine geeignete Auswahl treffen und ggf. in der Nachbearbeitung die Besonderheiten hervorheben. Links: Barnbougale Dunes Golf Links (Tasmanien) und rechts: Trump International Golf Links (Schottland)**



**Auch das Format ist entscheidend: Wird eine Aufnahme für eine Desktop-Website oder ein Zeitschriftencover benötigt? Gerade im Social Media-Bereich sind hochformatige Bilder gefragt.**

enthält, sieht das unbearbeitete Bild ziemlich grau und flach aus, da keine spezifischen Einstellungen und Entwicklungskurven darauf angewendet wurden. Um Kontrast und Farben zu erhalten, muss man es bearbeiten. Ich liebe es, mit Beispielen wie der Doppelbelichtung auf den Lofoten an die Grenzen zu gehen, aber ich ziehe es immer noch vor, den entscheidenden Moment zu suchen, in dem der Golfplatz im perfekten Licht am besten aussieht. Und man muss geduldig sein, wenn man das perfekte Foto sucht ... Zu viel Bearbeitung kann ein schlechtes Foto nicht retten.

**?** Wie unterscheidet sich die Produktfotografie für Kunden wie

**Toro und TrackMan von der Golfplatzfotografie?**

**!** Ursprünglich war meine Karriere sehr auf Werbung und Menschen ausgerichtet. Ich glaube, dass es bei allen Produkten auch um Menschen geht. Egal, ob es sich um Rasenmäher oder Bewässerungsanlagen handelt – letztendlich geht es um die Menschen, und das muss man hervorheben. Wenn man dies hervorheben kann, wird es interessanter. Bei TrackMan sind es die Golfer und Pros, die das System nutzen. Produkte sollten in ihr natürliches Umfeld integriert werden, das kann ein Simulator, eine Range oder ein Golfplatz sein. Ich möchte mich nicht nur auf die Golfplatzfotografie

beschränken, es ist wichtig, ein wenig „frische Luft“ zu schnappen und neue Dinge zu lernen.

**?** Sehen Sie Unterschiede bei Fotos für Print, Web oder soziale Medien? Wenn ja: welche?

**!** Normalerweise zeigt man einen Golfplatz im Querformat, weil es ein Spiel ist, bei dem man von links nach rechts abschlagen kann. Aber in den sozialen Medien ist man viel mehr auf Hochkant-Formate beschränkt, denn so navigiert man üblicherweise mit seinem Mobilgerät. Ich versuche daher, verschiedene Versionen für verschiedene Zwecke anzubieten. Auch im Druckbereich sind manchmal vertikale Formate erforderlich, beispielsweise für Zeitschriftencover. Soziale Medien sind für meine Kunden und natürlich auch für mich selbst wichtig, um meine Arbeit hervorzuheben, und mit einem Foto im Hochformat kann man hohe Reichweiten und Anerkennung erzielen. Soziale Medien sind heute Teil des Marktes, man muss sich darauf einstellen, aber ich bevorzuge immer noch Print.

**?** Wie würden Sie Ihren Stil und Ihre Herangehensweise an die Golfphotografie beschreiben?

**!** Meine Vision und mein Ziel ist es immer, ein Maximum an Vision und Qualität zu liefern. Bei jedem Auftrag versuche ich, etwas anderes zu machen. Ich gehe vor Sonnenaufgang auf den Platz und komme oft erst nach Mitternacht zurück, das ist mein üblicher Tagesablauf. Ich bin auf den Anlagen zum Arbeiten, nicht um selbst Golf zu spielen oder mich zu amüsieren. Mein Hauptziel ist es, das perfekte Bild zu machen, bei dem man so viel wie möglich in ein Foto einbringen kann.

**?** Welches waren bisher Ihre 3 Lieblingsplätze aus der Sicht des Fotografen?

**!** Auf jeden Fall Lofoten Links, denn ich liebe diesen Platz, die Natur und die Berge ringsum. Ich mag auch Ballyunion Old Course, weil ich mit diesem Platz sehr verbunden bin. Und



**Ein schmaler Grat: Fotos für Marketingzwecke sollen Golfplätze möglichst spektakulär wirken lassen, gleichzeitig müssen die Bilder aber auch realitätsnah bleiben und bei einem Besuch nicht zu Enttäuschung führen. Links: Thracian Cliffs Golf & Beach Resort (Bulgarien) und rechts: Fairmont Jasper Park Lodge Golf (Kanada).**

Nummer drei, wenn ich mich auf drei Plätze festlegen müsste, wäre Tara Iti, ich liebe die pure Umgebung, die dort geboten wird.

**?** In Anbetracht Ihrer Wahl: Ist es einfacher, Fotos von einem Golfplatz zu machen, auf dem es nicht viele Cart-Wege oder andere, nicht zum direkten Spielbereich gehörende Bereiche gibt?

**!** Ich mag es, wenn es ziemlich minimalistisch und natürlich ist. Wenn ich einen Platz spiele, möchte ich auch nicht zu lange Wege von Loch zu Loch zurücklegen, es sollte sich ganz natürlich anfühlen. Deshalb liebe ich Plätze wie Tara Iti, wo man vom zweiten Grün zum dritten Abschlag geht, ohne es sofort zu erkennen. Für mich sollte sich ein Golfplatz natürlich anfühlen.

**?** Sprechen wir über Produktplatzierung in der Fotografie: Schlägerhersteller zahlen Millionen pro Spieler, um ihre Ausrüstung zu benutzen, aber man sieht die Marke nur selten auf den Bildern – im Gegensatz zu Skiwettbewerben, wo die Skier bei Fernsehinterviews deutlich zu sehen sind. Gibt es eine Möglichkeit, dies zu ändern?

**!** Das ist eine interessante Frage. Man muss sich ein klügeres Konzept überlegen, eine offensichtliche Lösung gibt es nicht. Wenn ein Profi-

golfer von Marke A zu Marke B wechselt, werden die meisten Zuschauer oder Amateurgolfer das nicht sofort bemerken. Man muss die Marke deutlicher machen und eine Verbindung zwischen dem Spieler und der Marke herstellen. Ich bin davon überzeugt, dass es neue Wege geben wird, aber dazu bedarf es weiterer Überlegungen und Reflexionen. Ich habe noch nicht die perfekte Antwort, aber die Hersteller können sich an mich wenden und wir werden gemeinsam einen neuen Ansatz finden ... (lacht).

**?** Wie kann die Fotografie dazu beitragen, dass ein Golfplatz interessant aussieht?

**!** Nun, das ist ein schmaler Grat, denn man kann einen Golfplatz auf so viele verschiedene Arten zeigen. Das Layout ist der Schlüssel, denn wenn man ein gutes Layout hat, ist es viel einfacher, es richtig zu präsentieren. Aus der Sicht eines Golfspielers muss es ein unterhaltsamer Golfplatz sein, der Spaß macht. Manche Golfplätze sind landschaftlich sehr reizvoll, haben aber kein so interessantes Layout – das kann eine Herausforderung sein, denn man kann zwar eine schöne Aussicht zeigen, aber auf dem Bild sieht der Platz vielleicht viel besser aus, als der Golfer ihn beim Spielen bewerten wird. Als Fotograf möchte ich einen Platz auf ehrliche Art und Weise in Szene set-

zen. Ich möchte einen Platz so gut wie möglich aussehen lassen, aber es gibt viele Dinge, die einen Platz zu einem guten oder schlechten Erlebnis machen können, die ich nicht auf einem Foto festhalten kann. Ich möchte keine Fotos machen, die Golfer dazu bringen, weit zu reisen und dann enttäuscht zu sein. Vielleicht hätte ich, nachdem ich einige Plätze gespielt habe, einige Aufträge in der Vergangenheit nicht annehmen sollen – denn das, was ich gerade erwähnt habe, ist meine Einstellung von heute. Ich lege Wert darauf, dass eine Golfanlage das Spiel mit Leidenschaft betreibt und es nicht nur als reines Geschäft sieht. Die menschliche Note macht den Unterschied zwischen guten und hervorragenden Plätzen aus. Rückmeldungen und Gästebewertungen helfen den Golfplätzen sehr, ihre Entwicklung voranzutreiben. Golfplätze, Resorts und alle anderen sollten auf ihre Kunden hören, das hilft ihnen, sich weiterzuentwickeln. Andererseits muss ich natürlich darauf achten, dass ich meine Aufträge erfülle, vor allem unter den aktuellen Umständen der Pandemie. Es ist eine schwierige Zeit für einen internationalen Fotografen, seit fast anderthalb Jahren sind meine Reisen fast zum Erliegen gekommen – es ist also manchmal eine schwierige Entscheidung.

**?** Wie wichtig ist der Platz für die gesamte Erfahrung?

**!** Er ist nur ein natürlich sehr wichtiger Teil. Glücklicherweise hat fast jeder Platz sein eigenes Highlight, sei es das Layout, die Landschaft oder ein bestimmtes Loch. Aber letztendlich wird das Erlebnis auch von anderen Komponenten wie dem Service und der Kundenerfahrung geprägt. Manchmal haben Golfer ein süß-saures Verhältnis zu einem Platz, das einfach auf persönlichen Erinnerungen an den Ort, aber nicht auf den Platz selbst oder den angebotenen Service zurückzuführen ist. Die Leute werden über ihre Erfahrungen sprechen, letztendlich muss jeder den Platz selbst erleben.

**?** Soll ein Bild den Golfer oder den Nicht-Golfer ansprechen?

**!** Das ist eine wirklich gute Frage! Ich denke, es sollte auch Nicht-Golfer ansprechen. Wir alle mögen die Natur und die Landschaft, daher können Fotos nicht nur Golfer, sondern auch andere Menschen ansprechen. Golfbilder sollten den Golfsport in Bildern widerspiegeln, es geht um Gefühle – Golfer könnten darüber nachdenken, wie sie diese Lage bewältigen oder wie sie diese Herausforderung angehen würden.

**?** Wie wichtig sind Menschen auf Bildern?

**!** Ich mag es, wenn Menschen auf den Fotos zu sehen sind – man muss sie nicht erkennen, aber ich mag es, wenn der Betrachter das Gefühl hat: „Diese Person könnte ich sein, wenn ich über das Fairway gehe.“ Wenn man Menschen zu einer Szene hinzufügt, erhält man einen guten Vergleich und einen guten Maßstab. Ohne Menschen als Referenz kann man zum Beispiel nicht beurteilen, wie groß oder klein ein Bunker ist.

**?** Warum ist bei vielen Anlagen die Bereitschaft, in herausragende Bilder zu investieren, so gering – obwohl die Plätze Investitionen in Millionenhöhe erfordern?

**!** Das ist mir nur zu gut bekannt! Noch heute erhalte ich Anfragen, die Tauschgeschäfte anstelle von Bezahlung anbieten. Aber ich bin ein

professioneller Fotograf, und mit Tauschgeschäften kann ich meine Rechnungen leider nicht bezahlen ... Viele Menschen sind auf eine gute Präsentation der Golfplätze angewiesen, denn Golfplätze sind auch Arbeitgeber. Aber die Golfplätze sollten akzeptieren, dass es qualitativ hochwertige, professionelle Bilder nicht umsonst gibt – Sie würden wahrscheinlich auch keinen Hobby-schreiner mit dem Bau ihres Clubhauses beauftragen, warum investieren sie also nicht in eine angemessene visuelle Visitenkarte für ihre Veröffentlichungen? Diejenigen, die den Wert guter Fotos und deren Verwendung im Rahmen eines intelligenten Marketingkonzepts erkannt haben, haben einen großen Vorteil im Wettbewerb.

**?** Inwieweit können Golfplätze ihre Bilder selbst machen, beispielsweise durch ihre Mitarbeiter?

**!** Meines Erachtens: „Ja, das können sie!“ Anlagen können diese Bilder nutzen, um Mitglieder und Gäste über

Veranstaltungen zu informieren, und auch Greenkeeper können das Marketing mit Fotos unterstützen. Das ist eine willkommene Ergänzung und sollte sich darauf konzentrieren zu zeigen, was man im Club macht. Aber es muss die Philosophie und die Marke unterstützen, die der Club definiert hat. Auch Beiträge in den sozialen Medien sind Teil des Entscheidungsprozesses anderer Golfer, einen Platz zu besuchen oder nicht. Wenn der Platz also nicht in perfektem oder zumindest gutem Zustand ist, sollten Anlagen keine aktuellen Fotos in den sozialen Medien posten – jede Veröffentlichung zahlt auf das Markenbild ein.

**?** Wie hat die Drohnenfotografie die Branche verändert?

**!** Nun, es gibt Vor- und Nachteile. In gewisser Weise kann man damit zeigen, wie Golfplätze aussehen. Man kann beispielsweise ein komplettes Par 4 oder Par 5 viel besser einfangen. Aber zu viele Luftaufnahmen bedeuten



**Yamaha Drive2 AC 2021 Golfcart**  
Inkl. Dach, Scheibe, viele Extras



**Lithium  
Batterien  
ab 2022**

Kauf, Leasing und Saisonmiete auf Anfrage!



GPS System  
YamaTrack



**cartshop<sup>24</sup>**

**Kontakt:** DMH Electric Mobility GmbH  
Marie-Curie-Str. 20 · 40822 Mettmann  
Tel. +49(0)2104 / 8316432 · Mail: info@dmhmobility.de

www.dmhmobility.de

eine Verlagerung von der Golfplatz-hin zur Landschaftsfotografie. Golfer wollen den Platz erleben, also mache ich mehr Fotos vom Boden aus als mit der Drohne. Interessanterweise finden Drohnenfotos in den sozialen Medien großen Anklang – vielleicht, weil man einen Golfplatz beim Spielen normalerweise nicht aus dieser Perspektive sieht. Das ist auch der Nachteil: Sie zeigen den Platz nicht so, wie ein Golfer ihn erlebt. Der Einsatz einer Drohne hat unserer Arbeit eine neue Dimension verliehen: Man muss keine teuren Hubschrauber mehr mieten, kann selbst navigieren und variable Objektive verwenden. Es ist eine neue Welt, auch wenn man nicht vergessen sollte, dass es sich um das Golfspiel handelt.

### ? Warum hat die 360-Grad-Fotografie in der Golfbranche so wenig Erfolg?

! Meines Erachtens betrachtet man einen Golfplatz in einer bestimmten Ansicht und in einer bestimmten Richtung. Deshalb möchte ich persönlich einen Golfplatz nicht in 360 Grad erleben. Außerdem gibt es, wie wir alle wissen, kaum einen Golfplatz, der in allen 360 Grad gut aussieht. Aus künstlerischer Sicht wäre das auch sehr schwierig. Natürlich können Sie es verwenden, aber Sie werden nicht viel positives Feedback erhalten, wenn Sie auf „diese erstaunliche 360-Grad-Ansicht auf diesem Golfplatz“ verweisen. Bei der Golfplatzfotografie geht es vor allem darum, den besten selektiven Blickwinkel zu finden, unter Berücksichtigung des Lochs und des Hintergrunds. Selbst Golfplatzarchitekten unterstützen diese selektiven Ansichten durch ihre Entwürfe.

### ? Was sind die Do's und Don'ts bei der Golfplatzfotografie?

! Nun, ich bin eher für die „Do's“ als für die „Don'ts“. Meine Empfehlungen sind:

- Versuchen Sie, Ihren Platz bei schönem Licht zu fotografieren, wenn das Licht das Layout hervorhebt und die Formen betont. Das ist oft bei Sonnenaufgang oder Sonnenuntergang der Fall, hängt aber auch vom Standort



Drohnenfotos haben die Fotografie verändert, sie zeigen den Platz aber nicht so, wie ihn der Golfer erlebt und können deshalb nur Ergänzung sein. Im Bild: der Golfplatz Ile aux Cerf, Mauritius.

und der Umgebung, beispielsweise Bergen, ab. Fotografieren Sie nach Möglichkeit nicht mitten am Tag, wenn das Licht den Platz meist nicht optimal in Szene setzt.

- Seien Sie wählerisch! Sie werden wahrscheinlich eine Menge Fotos machen, aber zeigen Sie Ihrem Publikum nur die wirklich Guten.

- Achten Sie auf Details in der Komposition. Fotos erfordern ein feines Gleichgewicht.

- Nutzen Sie das Prinzip Try & Error. Probieren Sie verschiedene Blickwinkel aus, versuchen Sie verschiedene Aufnahmepositionen. Nicht alle werden zu einem großartigen Ergebnis führen, aber Sie sollten es ausprobieren und werden so immer mehr über den Platz lernen.

- Überlegen Sie, wie Sie das Foto aufwerten können, indem Sie zum Beispiel jemanden beim Bunkerschlag zeigen, eine Familie auf dem Platz abbilden oder mit anderen Elementen Ihre Botschaft unterstützen.

- Beschränken Sie sich nicht auf einen bestimmten Tag, den Sie vorher ausgewählt haben. Fotos sind wetter- und lichtabhängig, daher sollten Sie Ihr Timing entsprechend anpassen.

- Schauen Sie sich andere Fotos an und lassen Sie sich von ihnen inspirieren – was gefällt Ihnen an ihnen, wie könnten Sie es auf Ihren Platz übertragen?

### ? Welche Ausrüstung benutzen Sie?

! Ich fotografiere mit Canon für die Fotografien, ich benutze eine R5, eine 5DS und eine 5D Mark III als Back-up-Kamera. Manchmal verwende ich alle drei auf Stativen, um gleichzeitig im Serienbild-Modus zu fotografieren, da wir nur begrenzte Zeit mit ähnlichem Licht auf einem Platz haben. Bei den Drohnen verwende ich die DJI Inspire 2 mit der X7-Kamera, die ich oft für Videos verwende, sowie die DJI Mavic 2 Pro. Aber es sieht so aus, kommt bald die Mavic 3 Pro ... Für die Videos und Interviews habe ich auch eine Blackmagic-Kamera. Und nicht zu vergessen: Objektive. Ich verwende zwischen acht und neun verschiedene Objektive.

Herr Sjöman, vielen Dank für diese außergewöhnlichen Einblicke, die sicher nicht nur für Fotografie-Enthusiasten interessant sein dürften.

Das Gespräch führte  
unser Autor  
Michael Althoff.

**Ein besonderer Dank an Jacob Sjöman, der uns die Fotografien für diesen Beitrag zur Verfügung stellte.**

## Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen, liebe GMVD-Mitglieder,



**Marc Frederik Elsäber**  
GMVD-Vizepräsident

ein Jahr mit einer sehr langen und sicherlich auch bei Ihnen sehr intensiven Saison geht zu Ende. Nun könnte ich Ihnen schöne Weihnachten und ein gutes, gesundes neues Jahr wünschen, am besten im Zusammenhang mit Sprichworten wie „jedem Anfang wohnt ein Zauber inne ...!“. So leichtfertig möchte ich Sie weder in die Winterpause noch ins Neue Jahr ziehen lassen – werfen wir gemeinsam einen Blick zurück:

Ein extremes Jahr, Corona zum Dritten, in einigen Bundesländern galten die teils umfassenden Einschränkungen bis weit ins Jahr hinein, die Golfanlagen an der schweizerischen Grenze konnten bis zum Sommer ihre eidgenössischen Mitglieder nicht empfangen und dann hatten wir auch noch einen nasskalten Sommer. Als hätte das alles nicht gereicht zerschlug sich die Hoffnung auf einen Corona-bedingt einschränkungsarmen Winter 2021/2022 ziemlich massiv. Für unsere Golfanlagen und im Besonderen und noch viel extremer für unsere Golfclubrestaurants und Golfshops.

Als unser Jahresthema haben wir für 2021 folgendes gewählt „Werteorientiertes Personalmanagement – Erfolgsfaktor für zeitgemäße und erfolgreiche Mitarbeiterführung“; weil wir als GMVD-Vorstand mit Geschäftsführung davon überzeugt sind, dass es das aktuell bedeutsamste Thema für die Zukunft unserer Golfbranche ist! Wir sind serviceorientierte Dienstleister und es ist Fakt, dass eine Service- und Dienstleistung eben nicht lagerbar ist, sondern stets im Moment und in direktem Zusammenspiel mit dem Kunden/Mitglied erbracht wird. Die Dienstleistung erbringt aber nicht die Golfanlage, sondern das Personal auf ebendieser.

Wie also können wir unseren Kolleginnen und Kollegen auf den Golfanlagen helfen, sie unterstützen, motivieren und die Arbeitsbedingungen so gestalten, dass sie mit Freude und Zuverlässigkeit Tag für Tag zu ihrer Arbeitsstätte kommen und ihren Beruf als Berufung erleben können? Wir haben im gesamten Jahr sehr viele hochinteressante und teils auch besonders praxisorientierte Vorträge und Workshops organisiert. Alle mit dem Ziel, unseren Mitgliedern und Interessierten (z.B. den ehrenamtlich Tätigen) Zugang zu Themen wie „New Work“, „Teams führen“, „Work-Life-Balance“ und „die

Generation von Morgen“ zu ermöglichen. Ganz bewusst haben wir den erstmalig online aufgezogenen Golfkongress allen Golfverantwortlichen in Deutschland kostenfrei angeboten – um das Bewusstsein für diese Themenfelder zu stärken.

Wie wichtig und doch noch erstaunlich wenig bewusst das Thema in vielen Golfclubs bzw. bei den dortigen Verantwortlichen ist, wurde u.a. bei verschiedenen Regionalkreistreffen des GMVD deutlich. Nur die wenigsten lassen Gedanken zu, wie z.B., dass in ein paar Jahren eben keine zwei Sekretärinnen mit vielen Überstunden den Club durch die Saison mit einer Sieben-Tage-Woche führen, sondern aufgrund Personal-mangel vielleicht mit vier bis fünf Mitarbeitern:innen in Teilzeitanstellungen klarkommen werden müssen. Ein Ansatz könnte sein, dass sich künftig verschiedene Golfclubs einen hochqualifizierten Clubmanager „teilen“, welcher möglichst standardisierte Prozesse einführt und dadurch die Anlagen professionell leiten und das Ehrenamt entlasten kann. Frau Dr. Jacqueline Lemm referierte beim Online Golfkongress über „Change“ als „Chance“ zu verstehen und sieht ein „Mindset, welches Veränderung als Chance zur kontinuierlichen Verbesserung der Organisation annimmt und diese Sichtweise in die Organisation hineinträgt“ als elementar an, um dem steten Wandel standhalten zu können.

Dieses Mindset wünsche ich auch Ihnen, liebe Kolleginnen und Kollegen. Aus eigener Erfahrung kann ich Ihnen sagen, dass eben genau diese Gedanken auch trainiert werden können und es oft sehr befreiend ist, sich „vom Alten“ zu lösen.

Nehmen Sie sich über die Weihnachtstage Zeit! Zeit für sich und Ihre Familie, Zeit zum Gedanken schweifen lassen und Zeit für Ruhe – Ihre Ruhe! Ich wünsche Ihnen, dass Sie viel Kraft tanken werden – Sie und wir alle werden diese brauchen, um 2022 die Herausforderungen in den Golfclubs zu meistern.

Abschließend danke ich Ihnen allen sehr herzlich für Ihr Engagement für die Golfbranche. Vielen Dank, dass Sie unser einzigartiges Produkt „Sport mit Ball in der freien Natur“ mit Begeisterung organisieren, verkaufen und leben.

Bleiben Sie gesund, mit herzlichen Grüßen

Ihr  
Marc Frederik Elsäber, CCM 2 (2021)  
GMVD-Vize-Präsident  
Leitung Golfanlagen, Hofkammer.Golf

## Golf Management Verband Deutschland e.V.

### Geschäftsstelle:

GMVD e.V. • GMVD Marketing GmbH  
Isarstraße 3 • 82065 Baierbrunn-Buchenhain

**Andreas Dorsch** • Geschäftsführer  
Tel.: 089/99017630 • Fax: 089/99017634  
ad@gmvd.de • www.gmvd.de

### Der Vorstand:

**Korbinian Kofler** • Präsident  
Wittelsbacher Ausgleichsfonds Golfplatz GmbH & Co. KG  
korbinian.kofler@gmvd.de

**Marc Frederik Elsaßer** • Vizepräsident  
Hofkammer Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG  
marc-frederik.elsaesser@gmvd.de

**Jochen Hornig** • Vizepräsident  
Golf- und Country Club Seddiner See AG  
jochen.hornig@gmvd.de

**Uwe Neumann** • Schatzmeister  
Golfanlage Ullersdorf GmbH & Co. KG  
uwe.neumann@gmvd.de

**Sabina Gräf** • Schriftführerin/Pressereferentin  
Golfclub Leverkusen e.V.  
sabina.graef@gmvd.de

### GMVD-Regionalkreise:

#### NORD

**Carolin Lessau** • Golf Gut Glinde  
Tel.: 040/7100506 • carolin.lessau@golf-gut-glinde.de

**Simone Spindler** • Golf-Club Kitzberg e.V.  
Tel.: 0431/232324 • info@golf-kiel.de

**David Müller** • Club zur Vahr e.V.  
Tel.: 0421/20 44 80 • mueller@czvb.de

#### OST

**Saskia Zieschank** • GolfPark Leipzig  
Tel.: 0341/5217442 • saskia.zieschank@golfparkleipzig.de

**Thomas Mönch** • Spa & Golf Resort Weimarer Land  
Betriebsgesellschaft mbH  
Tel.: 036459/61640 • thomas.moench@golfweimar.de

#### WEST

**Oliver Röckerath** • Aachener Golf-Club 1927 e.V.  
Tel.: 0241/12501 • roeckerath@agc-ev.de

**Achim Lehnstaedt** • Golf- und Land-Club Köln e.V.  
Tel.: 02204/927612 • clubmanager@gickoeln.de

#### MITTE

**Gerd Petermann-Casanova** • Golf-Club Neuhof e.V.  
Tel.: 06102/327010 • gpetermann@golfclubneuhof.de

**Stefan Kirstein** • Mainzer Golfclub GmbH & Co. KG  
Tel.: 06139/29300 • kirstein@mainzer-golfclub.de

#### SÜDWEST

**Katharina Enkelmann**  
Golfclub Owingen-Überlingen Hofgut Lughof e.V.  
Tel.: 07551/83040 • katharina.enkelmann@golfclub-owingen.de

**Markus Eblen** • Golfclub Domäne Niederreutin GmbH  
Tel.: 07457/94490 • markus.eblen@golf-bondorf.de

#### SÜDOST

**Herbert Fritzenwenger** • Golfclub Ruhpolding e.V.  
Tel.: 08663/2461 • hf@golfclub-ruhpolding.de

**Guido Hoferer** • Golfclub Lauterhofen e.V.  
Tel.: 09186/1574 • hoferer@gc-lauterhofen.de

### Termine 2022

Der Termin für die **28. GMVD-Mitgliederversammlung** wurde bereits fixiert. Sie wird am **Freitag, 22. April im Frankfurt Marriott Hotel** stattfinden. +++ Einen Tag nach der GMVD-Mitgliederversammlung wird ebenfalls im Frankfurt Marriott Hotel der **DGV-Verbandstag** ausgetragen. +++ Am **Montag, 11. Juli** findet das **Treffen der wirtschaftlichen Partner** im **Spa & GolfResort Weimarer Land** statt. Und einen Tag später an gleicher Stelle am **Dienstag, 12. Juli** die **26. GMVD-Meisterschaft** +++ Der Termin für den diesjährigen **GMVD-Golfkongress** steht auch schon fest. Der bedeutendste Branchentreff für im professionellen Golfmanagement tätige Personen, ehren- und hauptamtliche Golfclub-Vertreter sowie Verbands-/Golfindustrie-Repräsentanten im deutschsprachigen Raum ist in diesem Jahr vom **12. bis 14. November** im **Dorint Kongresshotel Mannheim** angesetzt. Wir hoffen auf eine Präsenzveranstaltung und ein gesundes Wiedersehen mit Ihnen. +++ Weitere Termine und Veranstaltungen finden Sie stets aktuell aufgelistet im GMVD-Veranstaltungskalender auf gmvd.de. +++

### Wir begrüßen im GMVD:

#### Einzelmitglieder

##### MITTE

Jana Böttcher,  
Mainzer Golfclub GmbH  
& Co. KG

Markus Rott,  
Golfplatz Altenstadt  
GmbH & Co. KG

##### SÜDOST

Maximilian Marten,  
Marten Management  
Consulting

Nadja Spielewoy,  
Golfclub Schloss  
Guttenburg e.V.

Jannik Heine,  
Golf Club Hohenpähl  
e.V.

Christian Engelhardt  
Pliening b. München

Andreas R. Neef,  
Krailling b. München

#### Betreiber/ Clubmitglieder

##### MITTE

Golfclub  
Rhein-Main e.V.

##### SÜDWEST

Golfclub  
Kaiserhöhe e.V.

##### POOL-Partner

DATAcrea s.r.o.,  
Alexander Timko  
und Axel Moll

Hüsken Textil-  
veredelung Golf  
and More GmbH,  
Stephanie &  
Mike Hüsken

Greenway,  
Karuna Technology UG,  
Erik & Lukas Kaiser

Pardis Exklusiveline,  
Pardis Spencer

## Veranstaltungen

### Gelungene Premiere beim Online Golfkongress

Der GMVD-Online Golfkongress, der vom 16. bis 18. November stattfand, hat die Erwartungen übertroffen. 260 Personen hatten sich zum bedeutendsten diesjährigen Weiterbildungsprogramm für das professionelle Golfmanagement im deutschsprachigen Raum angemeldet. Das Motto lautete: „Drei Tage – Drei Themen – Zwölf Topreferenten“. Siehe auch den ausführlichen Bericht zu der Veranstaltung im allgemeinen Teil des *golfmanagers* auf den Seiten 18-21.



Andreas Dorsch und Korbinian Kofler eröffnen den Online Golfkongress am 16. November (Foto: GMVD)

### Regionalkreis WEST tagte im G&LC Köln



Am Montag, 22.11.2021, trafen sich über 20 Teilnehmer:innen im Golf- und Land-Club Köln e.V. zum Herbstseminar des Regionalkreises WEST. Die Regionalkreisleiter Oliver Röckerath, Clubmanager des Aachener GC, und Achim Lehnstaedt, Clubmanager des GLC Köln, begrüßten mit Dr. phil. Jacqueline Lemm eine promovierte Soziologin, die über fünf Jahre als Lehrstuhl- und Projektmanagerin am Lehrstuhl der Technik- und Organisationssoziologie der RWTH Aachen tätig war. Sie ist eine erfahrene Fachfrau in der Beratung von Unternehmen in Personal und Organisation. Aktuell leitet Jacqueline Lemm als Senior Managerin bei Drees & Sommer mit Sitz in Stuttgart den

Bereich Bildung, Wissenschaft und Forschung.

Nachdem sich alle anwesenden Personen einem Corona-Schnelltest unterzogen hatten, begrüßten Oliver Röckerath und Achim Lehnstaedt über 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer im großzügigen Clubhaus. Beide freuten sich außerordentlich über das große Interesse an diesem Präsenzseminar im Spätherbst 2021. Ganz nach dem Motto des Themas „Mit Struktur, Kultur und Kompetenz zum effizienten Teamwork“ startete Dr. Jacqueline Lemm mit ihrem Seminar, das das GMVD-Jahresthema „Werteorientiertes Personalmanagement“ perfekt aufgriff. Im ersten Teil stand die Struktur der eigenen Golfclub-Organisation und deren verantwortlichen Mitglieder sowie die daraus folgende Rollenverteilung im Fokus. Durch Lemms partizipative Seminarleitung ergab sich schnell eine Diskussion



Zufriedene Gesichter im G&LC Köln

zwischen unter den Anwesenden, der einen hohen Bedarf an klarer Organisation und Wunsch nach schlüssiger Struktur offenbart hat. Sie zeigte auf, durch welche Tools und Maßnahmen in Teams hier eine Klarheit geschaffen werden kann und somit jeder Einzelne sich diesem Aspekt punktgenau mit dem Ziel annähern kann, eine Verbesserung des jeweiligen Status quo zu erzielen.

Gestärkt durch eine Mittagspause mit italienischer Kulinarik gingen alle in den zweiten Seminarteil. In diesem erläuterte Lemm, wie durch eine professionelle Arbeitsplatzgestaltung, eine

Stärkung der Kommunikationskultur und einer Vertiefung der fachlichen und sozialen Kompetenz des Einzelnen ein leistungsfähigeres Miteinander erzeugt werden kann. Durch hohe Beteiligung aller und fachliches Know-how von Dr. Lemm ist dieser Seminarblock als Mehrwert bei den teilnehmenden Clubmanagern und Geschäftsführern von Golfanlagen in Erinnerung geblieben.

Im Anschluss stellte Klaus Pfannkuch, GMVD-Mitglied seit 1995, den Golfmanagementbericht des DGV auf Basis der Studie von Prof. Dr. Falk vor. Im Besonderen ging Pfann-

kuch auf die Schlüsse zu den Aspekten Personal und Führung ein. Im Zusammenhang mit diesen empirischen Ergebnissen wurden viele aktuelle Angebote der am Golfmarkt beteiligten Player zum Teil kritisch hinterfragt. Gegen 17:00 Uhr endete ein inhalt-

lich vielfältiger Seminartag im GLC Köln.

Ein ganz besonderer Dank geht an Achim Lehnstaedt, der nicht nur einen idealen Rahmen gestellt hat, sondern auch bewusst für das leibliche Wohl mit Café, Wasser, Croissants und Obst

gesorgt hat. Aufgrund des sehr praxisorientiert geführten Seminars konnten die teilnehmenden Manager und Geschäftsführer viel Wissenswertes für den beruflichen Alltag mitnehmen. Besonders der regionale Austausch unter den Kolleginnen und Kollegen sowie die

Informationen aus den zuvor gehörten Vorträgen stellte einen großen Mehrwert dar, welcher mit verdientem Applaus bedacht wurde.

Oliver Röckerath,  
CCM 4 (2016),  
RK-Vorsitzender WEST

### Regionalkreis OST On- statt Offline



Die Corona-Pandemie sorgte beim RK OST erneut für ein Online-Herbst-Meeting. Geplant war nach mehr als eineinhalb Jahren wieder ein Präsenz-Meeting in der Sport- und Messestadt Leipzig, verbunden mit einem Besuch auf dem dortigen Weihnachtsmarkt. Doch wie bei den letzten Terminen musste auch dieses Regionalkreis-Seminar in OST aufgrund der Corona-Pandemie am 23. November 2021 online stattfinden. Die dynamische

Entwicklung und die sächsische Corona-Verordnung machten eine Präsenz-Veranstaltung unmöglich.

Als Referentin konnten die RK-Verantwortlichen Saskia Zieschank und Thomas Mönch diesmal Nanni Glück gewinnen. Als Rednerin, Autorin, Trainerin, Coach mit ihrem eigenen Unternehmen „Glückslachen“ und dank 20-jähriger Berufserfahrung referierte sie über ein sehr wichtiges Thema, das nicht nur nach jeder Golfsaison für alle Beschäftigten brandaktuell ist: „Stress lass nach - der Weg zu mehr Gelassenheit“.

In einem kurzweiligen Vortrag schaffte es Nanni

Glück, die Theorie mit der Praxis so zu kombinieren, dass die Teilnehmer:innen viele Übungen direkt ausprobieren konnten. In Erinnerungen blieben unter anderem die Lach-Skala, der Gorilla oder die Happy-Moves. Sollten Sie davon noch nichts gehört haben, empfehlen wir Ihnen auf jeden Fall die Aufzeichnung des Webinars (im Login-Bereich unter „Downloads“).

Nach vielen Impulsen ging es anschließend zum direkten Austausch in kleinerer Runde weiter. In dieser kam es u.a. zu Themen wie die Corona-Pandemie, der Verbandstag des Golfverbandes Sachsen und Thüringen, den Fachkräftemangel und die stärkere sowie verbesserte Ausstrahlung unserer



Nanni Glück schenkte uns ihr Lachen

Golfbranche. Letzteres soll, so von den **Teilnehmern:innen** gewünscht, vor allem im nächsten Jahr mit den anderen Golfverbänden stärker in den Fokus rücken.

Saskia Zieschank,  
CCM 2 (2021),  
RK-Vorsitzende OST

[www.glueckslachen.de](http://www.glueckslachen.de)

### Klönsschnack-Treffen im Regionalkreis NORD



Seit knapp zwei Jahren konnten aufgrund von Corona keine Netzwerktreffen stattfinden. Webinare und Videokonferenzen helfen, die Kontakte aufrecht zu erhalten, aber den persönlichen Austausch, gerade in diesen herausfordernden Zeiten,

können sie nicht ersetzen. So wurde nach Anregung von Carolin Lessau im RK NORD die Idee zum „Klönsschnack“ geboren. Um das Netzwerken zwischen Sekretariatsmitarbeiter:innen und Golfmanagern:innen wieder zu fördern, finden im Winter monatliche Treffen bei Kaffee und Kuchen in den drei Hauptregionen Küste, Hamburger Raum und Bremen statt.

Der erste „Klönsschnack“ fand am 8. November auf

der Golfanlage Gut Glinde mit 22 Teilnehmer:innen statt. Gefolgt vom zweiten Klönsschnack am 22. November im Club zur Vahr sowie am 08. Dezember auf Gut Kaden. Die Teilnehmer:innenzahlen sprachen für sich. Alle Teilnehmer:innen konnten nach Herzenslust und ohne Agenda endlich einmal wieder schnacken und klönen. Die Nachmittage vergingen wie im Flug und der persönliche Kontakt mit den Kollegen und Kolleginnen stand endlich wieder einmal im Vordergrund.



Die Initiatorin des „Klönsschnacks“ Carolin Lessau, CCM 4 (2019)

Der RK NORD freut sich auf weitere interessante „Klönsschnack-Treffen“ im kommenden Jahr.

Simone Spindler,  
CCM 4 (2021),  
RK-Vorsitzende NORD

GMVD INTERN

## Personalien



**Bernhard Lindenbuß** (Foto: GP Meerbusch) **Eric Marschke** (Foto: GC Main-Taunus) **Frank Riedel** (Foto: GC Main-Taunus) **Martin Arzberger** (Foto: privat) **Kolja Hause** (Foto: GVSH) **Gary Oortwyn** (Foto: privat) **Elmar Claus** (Foto: privat)

### Bernhard Lindenbuß feiert Jubiläum

Seit 20 Jahren ist Bernhard Lindenbuß, CCM 1 (2013), Geschäftsführer im Golfpark Meerbusch. Der GMVD gratuliert seinem Ehrenmitglied ganz herzlich zu diesem heute nicht mehr ganz alltäglichen Berufsjubiläum.

Der 65-Jährige ist Gründungsmitglied des GMVD (1994 in Bonn), erster Präsident unseres anerkannten Berufsverbandes (von 1994 bis 2004) und seit 2021 verdienentermaßen Ehrenmitglied (zusammen mit Matthias Nicolaus und Horst Schubert).

### Wechsel in der Funktion des Geschäftsführers

Eric Marschke folgt auf Frank Riedel, der sein Engagement im GC Main-Taunus zum Jahresende beendet. Frank Riedel, der als Geschäftsführer die Geschicke der MT Golfanlagen GmbH & Co. KG fast 7 Jahre hauptverantwortlich leitete, wird zum Saisonbeginn das Clubmanagement im Golfclub Kaiserhöhe e.V. mit seinen 33 Bahnen übernehmen.

Eric Marschke ist noch bis Jahresende als Clubmanager im GC Main-Taunus angestellt und wird ab 2022 die Doppelfunktion übernehmen.

### Martin Arzberger hat einen neuen Club gefunden

Martin Arzberger wird den Golfclub Kaiserhöhe e.V. zum 31. Dezember 2021 verlassen und ab dem 1. Januar 2022 seine neue Stelle als Clubmanager des Golf- und Landclubs Haghof e.V. antreten.

### Kolja Hause wird Nachfolger von Wolfgang Hens

Kolja Hause wird zum 1. Januar 2022 als neuer Leiter der Geschäftsstelle

des Golfverbands Schleswig-Holstein e.V. (GVSH) seine Arbeit aufnehmen. Er folgt auf Wolfgang Hens, der sein Amt beim GVSH am 1. Oktober 1998 aufnahm und es insgesamt 23 Jahre innehatte. Zum 30. Juni 2022 geht er dann in Altersteilzeit und scheidet offiziell zum 31. Dezember 2023 aus dem Verband aus. Danach wird sich Wolfgang Hens intensiv dem Golfspielen widmen.

### Gary Oortwyn hat einen neuen Arbeitgeber

Gary Oortwyn, CCM 4 (2019), wird den Golf- und Landclub Haghof zum Jahresende verlassen und ab dem 1. Januar 2022 die Stelle als Clubmanager des Golfclubs Rickenbach e.V. neu besetzen.

### Elmar Claus nun in Hessen

Seit dem 1. November 2021 ist Elmar Claus, CCM 1 (2011), Geschäftsführer des Royal Homburger Golf Club 1899 e.V., den er mit den Verantwortlichen des Vorstandes sowie den Kolleginnen und Kollegen in den nächsten Jahren strategisch weiterentwickeln möchte. Dazu gehören u.a. die digitale Transformation einzuleiten sowie das TrackMan Range-System samt Indoor-Golfhalle zum Profit Center ausbauen. Ziel ist es laut Elmar Claus, den RHGC unverändert erfolgreich unter den besten Golfanlagen im Rhein-Main-Taunus Gebiet zu etablieren.

*Kostenlose Vermittlung von qualifizierten Fach- und Führungskräften für das professionelle Golfmanagement unter [ad@gmvd.de](mailto:ad@gmvd.de)!*

## Social Media



1.306 Abonnent:innen



970 Follower:innen



166 Follower:innen



100 Follower:innen

**Folgen Sie dem GMVD auch auf unseren Social Media-Kanälen. Wir freuen uns auf zahlreiche weitere Follower:innen. Herzlichen Dank!**

Stand 18.12.2021

## BMW und GMVD verlängern Partnerschaft



**B**MW und der GMVD haben ihre langjährige Partnerschaft um ein weiteres Jahr verlängert.

BMW, PREMIUM-PLUS- und offizieller Automobil-Partner des GMVD, bietet im Rahmen der umfassenden Kooperation im Jahr 2022 weiterhin attraktive Vorteile für alle GMVD-Mitglieder. Die seit Juni 2011 bestehende Partnerschaft zwischen dem Münchner Automobilhersteller und dem GMVD wird 2022 fortgesetzt. „Wir sehen den Mehrwert, die Kontinuität und die positive Weiterentwicklung der langjährigen Zusammenarbeit mit dem GMVD“,

sagt Christian Masanz, Leiter Sportmarketing, BMW Deutschland, zur kürzlich erfolgten Vertragsverlängerung.

„Wir wissen es im GMVD sehr zu schätzen, dass wir mit BMW seit nun über zehn Jahren einen wichtigen, hochwertigen und zuverlässigen Partner an unserer Seite haben. Wir

freuen uns auf die weitere Kooperation mit der Weltmarke BMW“, ergänzt GMVD-Geschäftsführer Andreas Dorsch.

BMW fördert die Mobilität von GMVD-Mitgliedern und bietet insbesondere Vorteile bei der Anschaffung von Neufahrzeugen. Die Kooperation ermöglicht GMVD-Mitgliedern unter

anderem, Neufahrzeuge der Marken BMW (bis zu 20 Prozent Rabatt) und MINI (bis zu 17 Prozent Rabatt) zu günstigen Sonderkonditionen zu beziehen.

**Interessenten wenden sich bitte an Ralf Schoch:**  
 +49 89/ 3822 5315  
 Ralf.Schoch@bmw.de  
 www.bmw.de



Grün 18 bei den BMW International Open, die vom 22.06.-26.06.2022 erneut im GC München Eichenried stattfinden

## Der GMVD freut sich, weitere fünf neue POOL-Partner in seinen Reihen begrüßen zu dürfen:

### DATAcrea neuer POOL-Partner

**D**as Unternehmen DATAcrea aus der Slowakei mit Sitz in Košice beschäftigt sich unter anderem mit 3D-Animationen im Golfbereich.

DATAcrea wurde im Jahr 2002 gegründet und beschäftigte sich zunächst mit der Entwicklung einer Maschinenbau-Software und



Modellierung von Maschinenbau-Teilen.

Im Jahr 2007 hat DATAcrea die Software Creative Golf 3D für Golf-Simulatoren entwickelt und konzentriert sich seitdem auf Produkte für die Golf-Industrie. Die Golf-Simulator-Software Creative Golf 3D gehört weltweit zu den erfolgreichsten ihrer Art, mit integrierten und bekannten Mess-Systemen für den

Golfball-Flug der Hersteller Indoor Sport Systems, Foresight Sports, FlightScope, SkyTrak, Uneekor usw.

Darüber hinaus bietet DATAcrea den Golfclubs die Digitalisierung der Golfplätze an, mit Erstellung digitaler Golfplatz-Modelle für das Golfen im In-



door-Golf-Simulator und graphischer Produkte wie Birdiebooks, Golf Boards, Website-Videos und die Applikation Digital Caddie für Golfer. Das erfolgreiche Ergebnis ist die Modellierung von bisher rund 200 Golfplätzen.

[www.creativegolf3d.com](http://www.creativegolf3d.com)  
[www.datacrea.sk/en](http://www.datacrea.sk/en)  
[www.indoor-sport-systems.com](http://www.indoor-sport-systems.com)

**Greenway neuer POOL-Partner**



Die Karuna Technology UG aus Frankfurt hat sich mit Greenway auf satellitenbasiertes Golfplatzmanagement spezialisiert.

Bei einem Gespräch mit einem passionierten Golfspieler und Golfclubpräsidenten entstand die Idee zu Greenway: Ein tägliches, hochaufgelöstes Bild der Vegetationsgesundheit des Golfplatzes. Keine Messungen, keine Wartezeiten oder Vorbereitungsmaßnahmen stattdessen aktuelle und historische Aufnahmen direkt auf den Schreibtisch der Verantwortlichen. Seitdem ist das Team hinter Greenway stetig gewachsen, besteht heute aus interdisziplinären Menschen und deckt Kompetenzen, wie beispielsweise Erdbeobachtung, Data Science, Geowissenschaften und IT-Management & Services ab.

**Das Problem:**

Wasser wird immer knapper. Die Sommer werden heißer, die Niederschläge weniger und heftiger und können vom Boden nicht schnell genug aufgenommen werden. Gleichzeitig ist es schwerer geworden geeignete Fachkräfte für die Platzpflege zu finden. Außerdem erfordern die zunehmenden Beschränkungen zur Verwendung von Pflanzenschutzmitteln ein intelligenteres und vorausschauendes Wirtschaften mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen. Trotz der Herausforderungen verlangen die Golfer ein perfektes Grün und einen ausgezeichneten Zustand des Platzes.

**Leistungen:**

Wir bieten Ihnen ein hochauflösendes, aktuelles Bild Ihrer Abschläge, Fairways, Grüns oder Wasserhindernisse. Sie sehen die Vegetationsgesundheit der Pflanzen im Nahinfrarotbereich oder die Qualität Ihrer



Wasserflächen und können kleinste Veränderungen wahrnehmen, bevor es mit dem menschlichen Auge möglich ist. Auf die Informationen können Sie bequem per PC, Laptop oder mobilem Endgerät zugreifen.

**Technologie:**

Wir verwenden hochauflösende, tägliche Satellitendaten unserer Partner. Wir können auf ca. fünf Jahre Historie zurückgreifen und haben dadurch den Vorteil auch "in die Vergangen-

heit" schauen zu können. So können Sie Veränderungen über die Zeit sichtbar machen oder die Entwicklung des Platzstatus in einem besonders trockenen Sommer nachvollziehen. Die Erhebung der Daten per Satellit geschieht dabei völlig automatisch und störungsfrei für den Spielbetrieb des Platzes.

*Ansprechpartner:*  
Erik Kaiser,  
[e.kaiser@karuna.technology](mailto:e.kaiser@karuna.technology)  
<https://greenway.karuna.technology>

**Ludi Noack Fotografie neuer POOL-Partner**



Ludi Noack

„Ludi Noack Fotografie“ aus Baierbrunn bietet vielseitige Service- und Dienstleistungen rund um die Erstellung von Foto- und Videomaterial an.

Durch langjährige Erfahrung bei verschiedenen großen Medienhäusern kann Firmeninhaber Ludwig Noack auf umfangreiches Wissen auch in der Beratung zu Marketingthemen und zu neuen Techniken zurückgreifen. Mit einem gut ausgestatteten Studio direkt im Haus

des GMVD-Sitzes in Baierbrunn-Buchenrain erstellt Ludi Noack Fotografie Mitarbeiter:innenfotos, Video-Interviews, Imagefilme und Drohnenaufnahmen. Neu im Portfolio sind schnelle FPV-Drohnen, die spektakuläre und ungewöhnliche Aufnahmen von z.B. Golfanlagen ermöglichen.

Eine Webseiten-Erstellung, auch als Komplettpaket mit Foto- und Videomaterial, rundet das Portfolio ab. Speziell im Bereich Golf erstellt Ludi Noack Fotografie

derzeit kleinere Videos, die zum guten Image des Sports beitragen und neue Zielgruppen erschließen sollen.

*Machen Sie sich gerne auch ein Bild von der Arbeit von Ludwig Noack Fotografie auf:* [www.noack.tv](http://www.noack.tv)



## Hüsken Textilveredelung Golf and More GmbH neuer POOL-Partner



Die Hüsken Textilveredelung Golf and More GmbH mit Sitz im oberbayerischen Wolfratshausen ist eine Full-Service-Agentur rund um das Thema Stickerei und Textildruckerei.

Für Geschäftsführer Mike Hüsken, der von 1999 bis 2009 Manager der Golfanlage Dresden Ullersdorf war, ist in Deutschland für seine Kunden kein Weg zu weit. Wenn es um Vereinsbedarf, Druck, Textildruck, Werbetechnik, Marketing und Web und Unterstützung bei der Marketingplanung geht, bietet die Hüsken Textilverede-

lung Golf and More GmbH ein Plus an Qualität, Auswahl, Service und Nähe.

Der Golfbereich liegt Hüsken als Single-Handicapper besonders am Herzen. Insbesondere auf Arbeits- und Mannschaftskleidung mit Club-Logo ist man in Wolfratshausen spezialisiert, aber auch auf bestickte Teambags. Bekannte und hochwertige Bekleidungshersteller wie z.B. Cutter & Buck, Titleist, FootJoy und Callaway sind bei Golf-Mannschaften sehr beliebt und bei der Hüsken Textilveredelung in allen Variationen lieferbar.

Darüber hinaus ist auch der Bereich umfangreiche Turnierausstattung das Metier von Mike Hüsken und seinem Team. Dazu gehören



Die Textilveredelungsstätte

(Foto Hüsken)

Beachflags, Lochfahnen, aufblasbare schwimmende Golfbälle, Give-aways wie Logobälle, bedruckte Regenschirme, Golfhandtücher, Tees und vieles mehr.

Wir begrüßen Mike Hüsken und seine Frau Stephanie ganz herzlich im GMVD

und im Regionalkreis SÜD-OST!

*Hüsken Textilveredelung  
Golf and More GmbH  
Mike Hüsken  
Pfaffenrieder Straße 1  
82515 Wolfratshausen  
08171/9194123  
info@textil-veredelung.com  
www.textil-veredelung.com*

## Pardis Exclusiveline ist neuer POOL-Partner des GMVD

Pardis Spencer, Geschäftsführerin der Pardis Exclusiveline, ist die Ansprechpartnerin des weltweit führenden Herstellers von Funktionsschuhen der HAIX Group Deutschland für Greenkeeper, Golfer sowie Unternehmen, die ihre Mitarbeiter:innen mit dem besten Schuhwerk ausstatten möchten.

Seit über 20 Jahren ist Pardis Spencer erfolgreich in der Golfbranche tätig, unter anderem im Proshop der Golfanlage Holledau. Seit Oktober 2021 ist der Wittelsbacher Golf Club offizielle Partner von Pardis Exclusiveline.

Seit diesem Jahr ist Pardis auch die Ansprechpartnerin bei HAIX für die Golf-

branche. Die hochwertigen HAIX-Schuhe werden weltweit u.a. für Feuerwehr und Rettungsdienste, Polizei, Militär oder Handwerk hergestellt und eingesetzt.

Vor über 70 Jahren fügte Firmengründer Xaver Haimerl das X seines Vornamens an die ersten drei Buchstaben seines Nachnamens und begann im bayerischen Mainburg Wander- und Arbeitstiefel zu fertigen. 1992 entwickelte sein Sohn Ewald Haimerl den ersten Feuerwehrstiefel aus Leder. Vom lokalen Schuhmacherbetrieb hat sich HAIX zum Global Player entwickelt. Heute ist das Unternehmen einer der innovativsten und erfolgreichsten Hightech-Schuhhersteller der Welt. Die HAIX Firmenstra-



Pardis Spencer, Ihr Kontakt für das Profi-Schuhwerk im Greenkeeping von HAIX.

(Foto: Privat)

tegie ist tief verwurzelt in ihrer bayerischen Heimat. Am Stammsitz in Mainburg sind die wichtigen Abteilungen Research and Development – die Kreativwerkstatt der Schuhentwicklung – angesiedelt. In hochmodernen Forschungs- und Prüflabors entwickeln die Schuhspezialisten und Ingenieure die neuesten Trends und Funk-

tionen. Auch ein Teil der Produktion befindet sich am Firmensitz.

*info@pardis-exclusiveline.de  
www.pardis-exclusiveline.de  
www.haix.de*



# Husqvarna Profi-Akku-Serie und Fleet Services

## – Mehr Leistung und Nachhaltigkeit in der professionellen Grünpflege

Die Husqvarna Profi-Akku-Serie bietet Leistung und Komfort für jeden Einsatzbereich. Die akkubetriebenen Geräte verrichten Arbeiten ohne Abgase und geräuscharm, sind leicht

und auf Benutzerfreundlichkeit ausgelegt - auch bei langen Arbeitseinsätzen. Mit niedrigen Betriebskosten und einer langen Akkulaufzeit erzielen sie eine hohe Produktivität und opti-

male Ergebnisse. Die Husqvarna Fleet Services Lösung ermöglicht Flottenmanagement auf höchstem Niveau. Die Technologie sorgt dank Digitalisierung für mehr Effektivität, mehr Übersicht

und mehr Nachhaltigkeit in der Profi-Grünpflege. Mit Hilfe von Sensoren kann die Nutzung der gesamten Maschinenflotte kontrolliert, ausgewertet und verbessert werden.

### Profi-Akku-Serie – Bereit für harten, zuverlässigen Einsatz

#### Mehr Leistung

Die professionelle Husqvarna Akku-Serie bietet hohe Kapazität und Leistung auf Augenhöhe mit den leistungsstärksten Benzinmaschinen. Der kraftvolle Elektromotor liefert eine beeindruckende Power mit vollem Drehmoment ab Start. Die aktive Kühlung verlängert die Lebensdauer der Akkuzellen bei hohen Temperaturen. Darüber hinaus verfügen die Maschinen über zusätzliche intelligente Funktionen, die die Arbeit noch effizienter und produktiver machen.

#### Komfort und Nachhaltigkeit

Die Vorteile der Husqvarna Akku-Geräte sind klar ersichtlich, wie beispielsweise bei den Akku-Kettensägen T540i XP und 540i XP. „Keine Abgase, kein gefährliches Starten im Baum, geringe Vibrationswerte, weniger Lärmbelastung und überzeugende Power erleichtern die Arbeit ungemindert“, so Grünpfleger Michael Daub, Inhaber der Daub Galabau GmbH. Das macht auch die Profi-Akku-Geräte zur Grünpflege, wie die Rasenmäher LB 548i und LC 551iV, den

Laubbläser 530iBX oder die Motorsense 535iRXT, ideal für Arbeiten in geräuschsensiblen Umgebungen und schont gleichzeitig die Anwender beim täglichen Einsatz. „Wir haben uns für die Akkutechnik von Husqvarna entschieden, um auch während des laufenden Schul- und Kindergartenbetriebs alle Arbeiten ohne Lärm ausführen zu können“, meinen die Landschaftsgärtner der Stadt Weißenfels.

#### Wirtschaftliche Vorteile

Die Investition in Akku-Geräte führt zu geringeren

Betriebskosten, denn jede Akku-Ladung kostet nur einen Bruchteil des Kraftstoffpreises. Zudem ist der Wartungsbedarf der Akku-Geräte minimal. Das universelle Akku-System verschafft mehr Flexibilität bei der Nutzung von verschiedenen Geräten. Abgerundet wird die Husqvarna Profi-Akku-Serie durch leistungsstarke Akkus, verschiedene Ladegeräte, den Akku-Gürtel Flexi und rückentragbare Akkus.

Mehr Informationen unter [www.husqvarna.de/profi-akku](http://www.husqvarna.de/profi-akku)

### Fleet Services – Die gesamte Maschinenflotte auf einen Blick



„Profi-Akku-Fleet-Service“



(Alle Fotos: Husqvarna)

#### Mehr Übersicht und Effektivität

Husqvarna Fleet Services ermöglicht professionellen und kommunalen Grünpflegern, die gesamte

Geräteflotte im Blick zu behalten. Auswertungen und Mitteilungen erinnern daran, wann sich um was gekümmert werden muss. Dank Sensoren ist immer

Gewissheit, wo sich die Maschinen befinden, wie viel sie verwendet wurden und wann sie gewartet oder ausgetauscht werden müssen. Außerdem wer-

den Serviceintervalle eingehalten und das Risiko für ungeplante Ausfallzeiten minimiert. Mit Hilfe der Maschinenauswertungen können die Arbeitseinsätze

besser geplant und die Produktivität des Unternehmens gesteigert werden.

### Weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen

Mit dem Tool „CO<sub>2</sub>-Rechner“ bietet Husqvarna Fleet Services noch mehr Einblicke in die Maschinenflotte. Neben den bewährten Funktionen zur Prozessoptimierung unterstützt der CO<sub>2</sub>-Rechner Anwender bei der Reduzie-

rung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes. Dabei kann der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck über einen definierten Zeitraum analysiert werden, um Trends offenzulegen. Der Nutzer kann wählen, ob er die Daten für die gesamte Flotte oder nach verschiedenen Bereichen wie Anwendungsgebiet, Produktkategorie, Motorentyp und Standort aufgeteilt einsehen möchte.

### So funktioniert es

Die einzelnen Geräte werden mit Maschinensensoren ausgestattet, die alle Daten sammeln und diese übermitteln, sobald eine Bluetooth-Verbindung mit der Fleet Services App hergestellt wird. Die App lädt die Daten anschließend per Internetverbindung in die Cloud hoch, wo Sie dann über das Fleet Services

Webportal von jedem Ort aus abgerufen werden können. Bei Husqvarna Profi-Automower Modellen wie dem 535 AWD werden die Daten direkt in die Cloud hochgeladen. Hier ist kein Zwischenschritt über die App notwendig.

Mehr Informationen unter [www.husqvarna.de/fleet](http://www.husqvarna.de/fleet)

## Der Perfect Generations Cup geht in die nächste Runde



Ob Vater und Tochter ...



... oder Vater und Sohn, alle haben Spaß beim Perfect Generations Cup.

Die erste Saison der generationenübergreifenden Turnierserie war ein voller Erfolg und sorgte auf zahlreichen Golfplätzen in Österreich und Deutschland für große Emotionen. Die würdigen Gesamtsieger wurden vor traumhafter Kulisse im Rahmen eines rundum gelungenen Final-Events ausgezeichnet.

Egal ob der Vater mit dem Sohne, die Großmutter mit dem Enkel, das perfekte Mutter-Tochter-Gespann oder die angeheiratete Tante mit ihrem Lieblings-Neffen: jeder einzelne der 14. Turniertage des Perfect Generations Cup by Perfect Eagle stand 2021

ganz im Zeichen der (goldenen) Familie.

Gespielt wurde auf vielen der schönsten Golfplätze in Deutschland und Österreich im beliebten 2er-Texas Scramble Zählwettspielmodus. Perfekt also, um sich gemeinsam über großartige Schläge und gelochte Putts zu freuen – ganz egal, welches Handicap man mitbrachte.

Zum großen Finale des Perfect Generations Cup 2021 lud Perfect Eagle Golf alle Sieger:innen der Qualifikationsturniere in den Golfclub Kitzbühel-Schwarzsee-Reith, um vor traumhaftem Bergpan-

orama und bei strahlendem Sonnenschein am Fuße des Kitzbühler Horns um den Gesamtsieg der Turnierserie zu spielen. Die glücklichen Gewinner durften sich am Ende über wertvolle Sachpreise freuen.

Die Resonanz der teilnehmenden Golferinnen und Golfer, aber auch der ausrichtenden Golfclubs war über das gesamte Jahr hinweg durchwegs positiv bis überwältigend. Mit dem Ziel, noch mehr familiäre Flights auf die Golfplätze zu schicken, unvergessliche Momente und große Emotionen zu kreieren, laufen bei Perfect Eagle die Planungen für das kommende Jahr be-

reits auf Hochtouren. Eines kann man aber schon jetzt verraten: 2022 warten noch mehr Austragungsorte, großartige Sachpreise und ganz viel Spaß auf die goldenen Familienmitglieder!

Holen Sie den Generations Cup 2022 in Ihren Club!

Jetzt anmelden unter: [office@perfectgenerations-cup.com](mailto:office@perfectgenerations-cup.com)





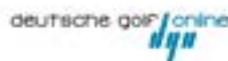
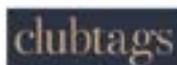
Offizieller PREMIUM-PLUS-Partner des GMVD



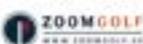
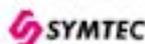
**PREMIUM-Partner**

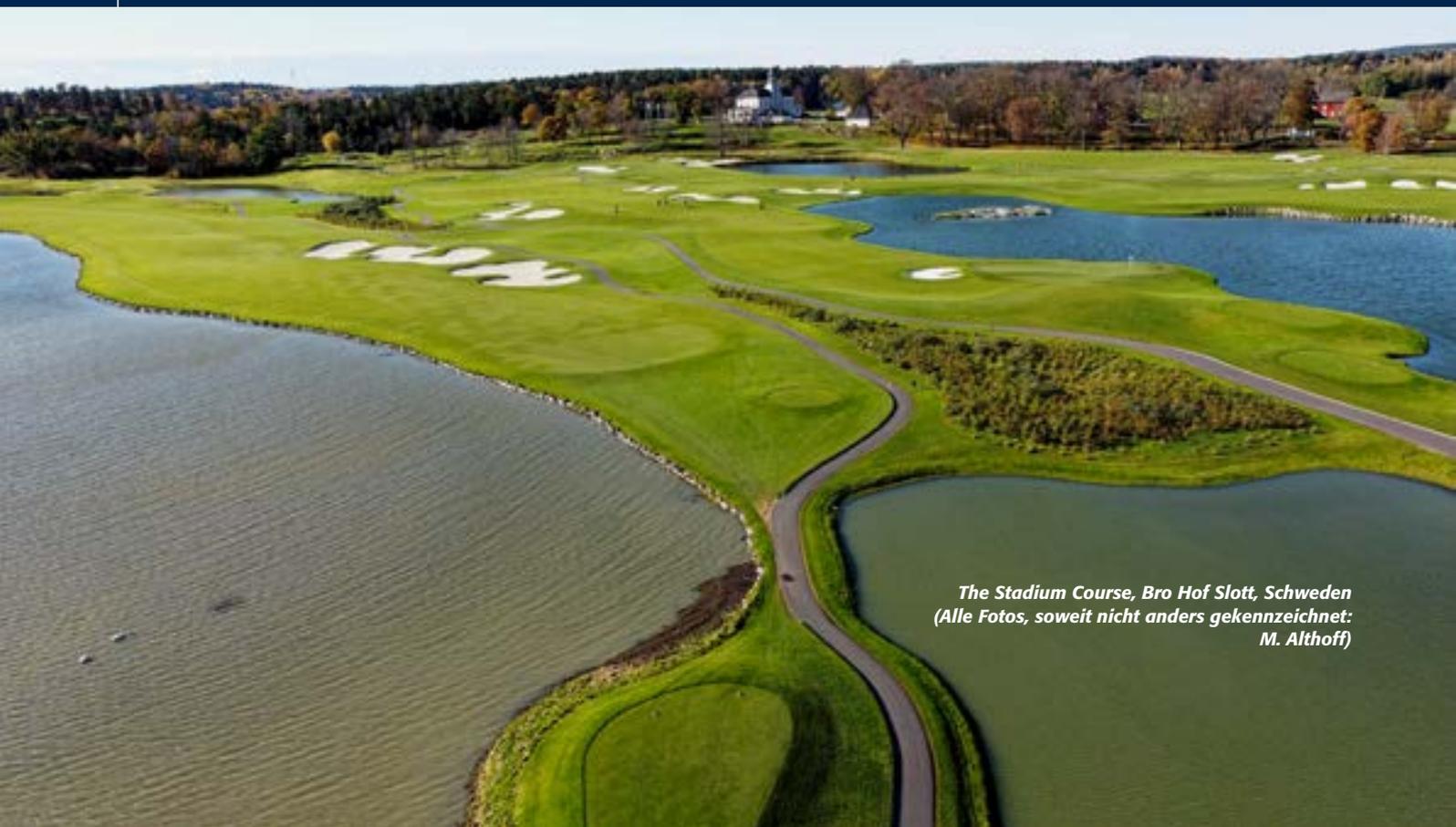


**KOOP-Partner**



**POOL-Partner**





*The Stadium Course, Bro Hof Slott, Schweden  
(Alle Fotos, soweit nicht anders gekennzeichnet:  
M. Althoff)*

## GOLF IN SCHWEDEN: JUNG UND SPORTLICH

# Bro Hof Slott, Schwedens führender Golfclub

Der schwedische Golfsport hat im Jahr 2020 rekordverdächtige Zahlen gemeldet. Nach Angaben des schwedischen Golfverbands stiegen die Mitgliedschaften auf 538.962 (bei 505.768 Golfern), was einem Anstieg von 11,2% im Vergleich zu 2019 entspricht. Darin enthalten sind mehr als 94.000 neue Golfer. Etwa 4,89% aller schwedischen Einwohner spielen Golf – zum Vergleich: In Deutschland liegt diese Quote bei nur 0,78%. Auch die Zahl der gespielten Runden ist deutlich gestiegen und erreichte insgesamt 11,6 Millionen. Die von Mitgliedern gespielten Runden stiegen um 51%, während die von Gastspielern gespielten Runden um 33% wuchsen. Aufgrund der Pandemie gingen die Turnierrunden von 1,33 auf 0,98 Millionen Runden zurück, aber die Privatrunden verzeichneten einen unglaublichen Anstieg von 6,85 auf 10,70 Millionen. Pro Jahr spielen die Mitglieder in Schweden durchschnittlich mehr als 23 Runden auf

heimischem Boden. Der größte Zuwachs an Mitgliedschaften wurde in der Altersgruppe der 22- bis 30-jährigen erzielt. Das durchschnittliche Handicap der schwedischen Golfer liegt bei 25,1 (für Statistikliebhaber: Der Median liegt bei 23,9). Golf in Schweden kann also als „jung und sportlich“ bezeichnet werden. Dieser großen Nachfrage stehen insgesamt 448 Golfclubs gegenüber (-6 im Vergleich zu 2019), so dass die durchschnittliche Mitgliederzahl pro Club bei 1.203 Personen liegt. Vor allem die Region um Schwedens Hauptstadt Stockholm weist eine hohe Golfplatz-Dichte auf: Mehr als 70 Golfclubs befinden sich im Umkreis von 50 Kilometern. Das Angebot ist sehr vielfältig und reicht von 9-Löcher-Plätzen mit einem Greenfee von rund 15 Euro bis hin zu international ausgezeichneten Weltklasse-Anlagen. Benchmark ist der mehrfach mit dem World Golf Award ausgezeichnete „Bro Hof Slott“ mit seinen bei-



*Maria Bengtsson, Club- und  
Marketingmanagerin Bro Hof Slott  
(Foto: Bro Hof Slott)*

den Weltklasse-Golfplätzen. Beide Plätze der Anlage wurden von Robert Trent Jones Jr. entworfen. Auf dem „The Stadium Course“ wurden bereits zahlreiche Turniere des Nordea Masters, einem Event der European Tour, ausgetragen. Mit bis zu 7.266 Metern ist der Platz einer der längsten Par-72-Plätze in Europa – häufiger starker Wind und viele Wasserhindernisse machen diesen Platz zusätzlich



**The Stadium Course, Bro Hof Slott, Schweden**

schwierig. Der zweite Platz, der „The Castle Course“, ist etwas einfacher, hat weniger Wasserhindernisse und ist insgesamt 6.129 Meter lang. Aber Bro Hof Slott ist nicht nur ein echter Test für das Golfspiel, sondern auch ein ausgezeichnetes Erlebnis, das sowohl im Land als auch außerhalb anerkannt ist. Der golfmanager traf Maria Bengtsson, Club- und Marketingmanagerin von Bro Hof Slott, um über die Erfolgsfaktoren von Bro Hof Slott und das enorme Wachstum in den letzten Jahren zu sprechen.

**? Wie ist Bro Hof Slott generell aufgestellt?**

**!** Wir sind ein semi-privater Golfclub. Aktuell haben wir 650 Anteilseigner und etwa 300 Jahresmitglieder sowie 200 Firmenmitglieder.

**? Wer kann eine Jahresmitgliedschaft beantragen?**

**!** Als Jahresmitglied brauchen Sie einen Aktionär, der Sie empfiehlt. Aber dieses Modell wird in den nächsten zwei Jahren auslaufen. Das Modell stammt aus der Zeit, als wir mit der Mitgliederwerbung zu kämpfen hatten, also haben wir unseren Gesellschaftern angeboten, Jahresmitglieder – gebunden an ihren Anteil – mit aufzunehmen. Nun haben wir in den letzten zwei Jahren 300 Anteile verkauft und werden das Jahresmodell auslaufen lassen! Das Gelände von Bro Hof Slott selbst gehört einer einzigen Person, Björn Örås, und er vermietet das Gelände an den Golfclub.

**? Welchen Stellenwert haben Mitgliedschaften in Ihrem Konzept, wie wichtig sind Gastspieler?**

**!** Gastspieler machen etwa ein Drittel unserer Einnahmen aus, sie sind daher ziemlich wichtig. Wir veranstalten viele Events für Firmenmitglieder, sie machen ein weiteres Drittel aus. Das restliche Drittel stammt aus unseren Mitgliedschaften. Alle Gäste von Mitgliedern zahlen ein ermäßigtes Greenfee, das ist ein wichtiger Teil unserer Greenfee-Einnahmen.

**? Gilt die Mitgliedschaft für beide Plätze oder pro Platz?**

**!** Die Mitgliedschaften gelten für beide Plätze. Alle Mitgliedschaften beinhalten unbegrenzte Spiele und Üben. Einzige Einschränkung: Sie können jeweils nur zwei Abschlagzeiten gleichzeitig buchen. Dies ist wichtig, um eine ausreichende Verfügbarkeit für alle Mitglieder zu gewährleisten. Unser Angebot befindet sich auf einem sehr hohen Niveau, denn es umfasst nicht nur zwei Weltklasse-Plätze und hervorragende Trainingseinrichtungen, sondern auch adäquate unterstützende Komponenten. Zum Beispiel ist unsere Range mit Pro V1-Bällen ausgestattet, die wir jedes Jahr austauschen. Außerdem sind auf beiden Plätzen pro Tag acht Abschlagzeiten exklusiv für unsere Aktionäre reserviert.

**? Welches sind die wichtigsten Quellmärkte für Gastspieler?**

**!** Die meisten von ihnen kommen aus der Region Stockholm. Im Sommer begrüßen wir viele Spieler aus ganz Schweden. Aber auch andere Länder sind für uns von Bedeutung. Wir haben eine wichtige Änderung vorgenommen und beschlossen, unsere Kommunikation (mit Ausnahme einiger Mitgliederinformationen) auf Englisch umzustellen, einschließlich der Beschilderung auf den Plätzen, da wir dies für den internationalen Markt als wichtig erachten. Derzeit sind unsere Plätze immer ausgebucht, aber in Zukunft werden Gastspieler wieder relevanter werden, um diese hohe Auslastung zu sichern.

**? Wie würden Sie das „typische“ Bro Hof Slott-Mitglied beschreiben?**

**!** Wir haben in den letzten fünf Jahren eine große Veränderung beobachtet. Heute sind die meisten unserer neuen Mitglieder junge Männer im Alter von 35 bis 45 Jahren mit sehr guten Jobs – und ihre Einstellung könnte man als „Golf-Nerds“ bezeichnen. Sie werden hoffentlich auch mehr junge Frauen in den Club bringen, denn wir würden gerne mehr jüngere Golferinnen in unserer Gemeinschaft begrüßen. Wir registrieren auch eine steigende Nachfrage von Junioren, die unserem Club beitreten wollen. Übrigens: Wir haben 81 Plus-Handicapper, unser Durchschnittshandicap liegt bei 10,66 – unsere Golfer scheinen also im Allgemeinen recht gut zu sein.

**? Wie stehen die Durchschnittsgolfer zum The Stadium Course?**

! Die meisten von ihnen bevorzugen den Castle Course, da er etwas weniger anspruchsvoll ist. Aber wir haben einige Änderungen an den Abschlägen des The Stadium Course vorgenommen, um ihn etwas kürzer zu machen, und wir hatten eine sehr gute Resonanz darauf. Die meisten Golfer spielen den The Stadium Course von den gelben Abschlägen, die besseren Golfer greifen auf die weißen zurück – und natürlich bieten wir auch die schwarzen Abschläge an, was ein sehr gutes Training für die Pros und sehr guten Amateure ist.

? Wie viele Golfbälle pro Jahr landen im Wasser auf dem berühmten Loch Nr. 17 des The Stadium Course?

! Wir haben eine Firma, die alle „Wasserbälle“ auf unserem Platz einsammelt. Sie sammeln etwa 30.000 Golfbälle auf 3 Löchern ein. Wir haben Loch 17 vor einigen Monaten geleert, und einer unserer Greenkeeper fand weitere 3.000 Golfbälle auf dem Boden – die meisten davon übrigens Pro V1. Wir verkaufen eine Menge Golfbälle in unserem Pro-Shop und haben eine gute Beziehung zu Titleist (lacht).

? Welche Rolle spielen Umweltaspekte in Ihrer Strategie, sind Sie GEO-zertifiziert oder beabsichtigen Sie dies zu tun?

! Die Umwelt ist für uns sehr wichtig. Wir haben eine Menge Bäume gepflanzt. Für das nächste Jahr werden wir auch Ladestationen für E-Autos auf unseren Parkplätzen einrichten. Aber wir haben uns noch keinem offiziellen Umweltprogramm angeschlossen.

? Während einer Runde auf dem The Stadium Course kommt man viermal am Halfway-House vorbei. War das geplant oder ein zufälliges Ergebnis?

! Das war von Beginn an geplant. Man passiert das Halfway-House nach den Bahnen 4, 8, 11 und 14. Wir brauchen also keinen Getränkewagen auf diesem Platz. Wenn man ein großes Mittagessen essen möchte, sollte man es nach Bahn 8 bestellen und nach Bahn 11 genießen. Wir legen großen Wert auf das Essen im Halfway-House und wollen nicht, dass es ein durchschnittlicher Snack ist. So können Sie bei uns auch Kaviar während Ihrer Runde genießen.

? Wie wird Ihre Anlage bei den Golfern beworben?

! Wir haben früher viel Print-Werbung gemacht und waren in vielen Zeitschriften präsent. Dieses Jahr machen wir alles digital und haben keine Anzeigen in Zeitschriften geschaltet. Natürlich nutzen wir auch die sozialen Medien. Da sich Covid-19 stark auf unsere Auslastung ausgewirkt hat, ist es schwer zu entscheiden, ob diese Strategie erfolgreicher war oder nicht. Mir persönlich macht es mehr Spaß, eine Zeitschrift in den Händen zu halten, als vor der Pandemie, daher denke ich, dass wir in Zukunft eine Mischung aus beiden Wegen nutzen werden.

? Welche Rolle spielen Reiseveranstalter und Reisebüros in Ihrem Vertriebskonzept?

! Vor Covid-19 machten sie einen großen Teil unseres Geschäfts aus. Vor allem im Sommer fahren viele schwedische Golfer nach Spanien oder zu anderen Mittelmeerdestinationen, so dass wir hier beispielsweise im Juli einige zusätzliche freie Startzeiten haben. Internationale Kunden über Reiseveranstalter haben uns geholfen, die Lücke zu füllen, in Deutschland arbeiten wir beispielsweise sehr gut mit golf.extra zusammen. Ich denke, dass wir nach der Pandemie wieder zu diesem Ansatz zurückkehren werden. Letztendlich ist Mund-zu-Mund-Propaganda die erfolgreichste Werbung, und internationale Gäste, die ihren Golf Freunden von ihren Erfahrungen hier erzählen, werden uns helfen, mehr Buchungen vom internationalen Markt zu bekommen.

? Welche Rolle spielen Onlinebuchungen im Vertrieb?

! Wir machen fast alles online und nutzen das vom schwedischen Golfverband bereitgestellte Tool. Internationale Gäste und Gruppen schicken uns oft eine E-Mail und wir wickeln die Buchung über unser Serviceteam ab.

? Gibt es Kooperationen mit Hotels, sind Golf- und Übernachtungspakete Teil des Angebots?

! Wir haben einige Kooperationen mit verschiedenen Hotels. Wir konzentrieren uns auf Essen und Trinken, denn eine Unterkunft muss nicht immer sehr luxuriös sein, aber sie muss authentisch sein, und Essen und Trinken müssen erstklassig sein!



The Stadium Course, Bro Hof Slott, Bahn 17, Schweden

**? Vermieten Sie auch die typisch schwedischen Häuser auf dem Gelände des Clubs?**

**!** Sie gehören uns zwar, aber dort wohnen unsere Greenkeeper. Manchmal brauchen wir sie auch nachts, wenn beispielsweise ein Elch auf dem Platz gesichtet wurde. Wenn man hier wohnt, ist es viel einfacher, fast rund um die Uhr auf sie – wenn nötig – zuzugreifen.

**? Welche Rolle spielen Corporate-Events in Ihrer Strategie?**

**!** Das ist ein sehr wichtiger Teil unseres Geschäfts. Wir veranstalten über 100 Firmen-Events pro Jahr, viele davon aus der Automobilbranche. Zwischen Mai und September finden die Veranstaltungen in der Regel von Montag bis Freitag statt. Unsere Mindestteilnehmerzahl für einen Kanonenstart liegt bei 30 Personen, die Veranstaltungen haben zwischen 25 und 140 Teilnehmern. Aufgrund der steigenden Mitgliederzahlen werden wir die Firmenveranstaltungen in Zukunft auf Montag bis Mittwoch beschränken, um unseren Mitgliedern genügend Abschlagzeiten zu bieten.

**? Nehmen Sie an einem Rabattsystem teil?**

**!** Wir nehmen an keinerlei Rabattsystem teil! Wenn Sie gemeinsam mit einem Mitglied spielen, zahlen Sie weniger, der Preis beträgt etwa 50% des regulären Preises. Aber wir gewähren keine Rabatte auf Mitgliedsbeiträge oder Greenfees, auch wenn Sie Teil der Golfindustrie sind oder mit dem Verband zusammenarbeiten, müssen Sie unsere veröffentlichten Preise bezahlen.

**? Wie rekrutieren Sie Ihre Mitarbeiter?**

**!** Bei Greenkeepern schalten wir eine Anzeige auf der Website des Greenkeeper-Verbandes. Außerdem veröffentlichen wir offene Stellen in den sozialen Medien und auf LinkedIn. Für Golfprofis gehen wir über die PGA of Sweden. Außerdem halte ich immer Ausschau nach Mitarbeitern,

wenn ich in einem Hotel oder auf einem Golfplatz bin. Wenn ich der Meinung bin, dass jemand in unser Team passt, werde ich diese Person ansprechen. Die Golfbranche Schwedens ist recht übersichtlich, daher sind wir in der Branche gut bekannt, und auch unsere Mitarbeiter kennen viele Mitarbeiter von anderen Anlagen. Da wir eine starke Saisonabhängigkeit haben, versuchen wir, mit dem wachsenden Segment der Indoor-Golfanlagen zusammenzuarbeiten, damit unsere Mitarbeiter im Winter dort arbeiten können.

**? Wie führen Sie neue Mitarbeiter ein?**

**!** Sie durchlaufen individuelle Programme. Wir haben eine sehr gute, kostenlose Online-Schulung des Verbandes. Alle Mitarbeiter an der Rezeption durchlaufen sie, ebenso für das Tee-Sheet-System. Außerdem haben wir ein Markenbuch, das nicht nur unser Corporate-Design und unsere Kommunikation enthält, sondern auch Verhaltensrichtlinien, die den Umgang mit schwierigen Situationen von Feuer bis hin zu sexueller Belästigung beinhalten. Die Greenkeeper gehen meist mit dem bestehenden Personal auf die Anlage, es ist also ein reines Training on the Job. Das Restaurant arbeitet eigenständig – wir gehen mit ihnen die Speisekarte und die Öffnungszeiten durch, der Rest wird von ihnen entschieden.

**? Wie viele Mitarbeiter haben Sie?**

**!** In der Saison haben wir etwa 30 Greenkeeper, 5 in der Rezeption plus unsere Verwaltung – also insgesamt etwa 45.

**? Wie wichtig ist das Nordea Masters für den Erfolg von Bro Hof Slott?**

**!** Es hat sehr zu unserem Erfolg beigetragen, vor allem international. Es war eine hervorragende Präsentation des The Stadium Courses. Wir sollten auch das Scandinavian Mix ausrichten, aber wegen der Pandemie wurde das Turnier leider abgesagt. Wir werden sehen, ob wir in Zukunft weitere

**PFAFFGOLF**  
kompetent | zuverlässig | stark

**GOLFPLATZAUSSTATTUNG**



**WIR MACHEN AUS JEDEM BESTEHENDEN PRINT BIRDIE BOOK EIN**

**INTERAKTIVES BIRDIE BOOK**

Das ultimative Tool für Ihre Webseite mit umfangreichen Funktionen.

**DEMO**



**06449.9220-0**  
[www.pfaffgolf.de](http://www.pfaffgolf.de)



**The Castle Course, Bro Hof Slott, Schweden**

Veranstaltungen ausrichten werden. Aber wir sind sehr stolz darauf, berühmte Spieler wie Dustin Johnson oder Rickie Fowler hier beherbergt zu haben.

**? Welche KPIs (Anm. d. Red.: Key Performance Indicators) nutzen Sie im Management, wie wichtig ist das Spieltempo?**

**!** Die meisten Daten erhalten wir aus unserem IT-System. Wir stützen uns auf zahlreiche Indikatoren rund um die Anzahl der gespielten Runden. Für das Spieltempo nutzen wir unsere beiden Marshals. Sie erstellen zahlreiche Auswertungen, zum Beispiel zu Firmenveranstaltungen. Sie sagen uns, wie lange die erste und die letzte Gruppe auf dem Platz waren. Natürlich ist das Spieltempo auf dem The Castle Course schneller. Wenn wir den The Stadium Course verkürz-

ten, könnten wir auch dort schneller spielen. Unsere Empfehlung für diesen Platz ist 04:30 Stunden, aber die meisten Golfer brauchen etwa 5 Stunden, was wir für zu lang halten. An den Wochenenden positionieren wir die Pins in der Regel an eher einfachen Positionen, um das Spieltempo zu erhöhen.

**? Verwenden Sie ein Feedback-Tool, um die Kundenzufriedenheit zu bewerten?**

**!** Ja – wir nutzen Players1st. Die Kundenzufriedenheit und alle anderen Rückmeldungen sind für uns sehr wichtig! Einige Leute geben wirklich gute Anregungen, wie man das Erlebnis verbessern kann, das hilft uns sehr!

**? Was sind die Hauptvorteile einer Mitgliedschaft bei IMG Prestige für Bro Hof Slott?**

**!** Da wir im Norden ansässig sind, reisen viele unserer Mitglieder. Für sie ist es eine großartige Gelegenheit, auf anderen Plätzen zu spielen – und sie werden auf Plätze im Ausland aufmerksam, von denen sie vorher vielleicht noch nichts gehört haben. Es unterstützt also unser Marketing und den Service für unsere Mitglieder. Es geht nicht so sehr um die Rabatte, die sie auf IMG-Prestige-Plätzen erhalten, aber sie finden es toll, dass wir beispielsweise die Buchung für sie von Schweden aus vornehmen können. Das ist ein großer Vorteil für unsere Mitglieder!

Frau Bengtsson, herzlichen Dank für diese interessanten Einblicke!

Das Gespräch führte unser Autor Michael Althoff.

**The Castle Course, Bro Hof Slott, Schweden**



*International Olympic Academy Course, Costa Navarino, Griechenland  
(Alle Fotos: M. Althoff)*



## VOM RESORT ZUR DESTINATION

# Costa Navarino erweitert Kapazität

Das renommierte und besonders bei deutschen Gästen beliebte griechische Golfresort Costa Navarino baut seine Kapazitäten weiter aus. Derzeit wird das Golfangebot von 36 auf 72 Bahnen ausgeweitet. Die beiden neuen Plätze gehören zum Gebiet „Navarino Hills“ und wurden von Major-Sieger und Ryder Cup-Captain José Maria Olazábal entworfen. Beide neuen Plätze sollen im Februar 2022 in den Regelbetrieb gehen. Der erste der beiden Plätze, der „International Olympic Academy Course“, feierte seine Vorab-Premiere bereits im Rahmen des 5. Messinia Pro-Ams Ende November 2021. Wie der Name des neuen Platzes andeutet, steht dahinter nicht nur eine Erweiterung des Spielangebots, sondern eine umfassende Initiative der International Olympic Academy, des griechischen Olympischen Komitees HOC und von Costa Navarino. Mit dem Namen soll die Verbindung zwischen Olympia und Golf unterstrichen werden.

Ziel der Initiative ist sowohl eine Förderung der olympischen Idee und ihrer Werte als auch die Förderung des Golfsports. Dies drücken die Partner in ihren gemeinsamen Werten aus: Nachhaltigkeit, persönliches Wohlergehen, Bildung und Wachstum.

Der weltweit erste Golfplatz der Internationalen Olympischen Akademie fand im Rahmen des ProAms große Anerkennung. Mehr als 200 Golfer traten in 75 Teams auf den drei Plätzen von Costa Navarino an, auf jedem Platz wurde eine Runde gespielt. Sieger bei den Profis wurde der Portugiese Vitor Lopes, der deutsche Pro Georg Schultes wurde mit nur einem Schlag Rückstand Zweiter. Die Teamwertung ging nach Österreich (Doolley, Stritecky, Komarek und Komarek), hier belegten Schultes und sein Team einen hervorragenden dritten Platz – Zweiter wurde ein Team aus Irland. Im Rahmen des ersten Turniers auf dem neuen International Olympic

Academy Course gelang dem für ein englisches Team startenden Amateur Adolf Bachlea auf Bahn 12 sogar das erste Hole-in-One auf diesem Platz.

### Weiterer Course sowie zwei Hotels folgen

Der zweite, von Olazábal designte Platz wird nach aktueller Planung im Februar kommenden Jahres eröffnet und trägt den Namen „Hills Course“. Gemeinsam mit dem International Olympic Academy Course haben beide Plätze ein eigenes Clubhaus, hoch über dem seit vielen Jahren beliebten Bay Course gelegen. Fairways und Grüns waren im Spätherbst bereits gut eingewachsen, die Arbeiten an den Bunkern werden in den kommenden Wochen abgeschlossen. Doch Costa Navarino baut sein Angebot nicht nur in Bezug auf Golfplätze aus, auch das Hotelangebot wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Entwicklung konzentriert sich

### Impressionen vom neuen International Olympic Academy Course, Costa Navarino, Griechenland



dabei, neben Navarino Hills, auf zwei weitere Gebiete: „Navarino Bay“, das bereits heute den Bay Course beheimatet, wird 2023 um ein neues, absolutes Luxushotel mit 99 Suiten und Poolvillen erweitert. Bereits im Sommer 2022 wird in „Navarino Waterfront“, etwas nördlich von Navarino Bay gelegen, ein 13 Hektar umfassendes Lifestyle-Konzept realisiert, zu dem unter anderem ein Hotel mit 200 Einheiten zählt. Teil dieses neuen Angebots ist erneut eine Agora, im Unterschied zum Marktplatz von Navarino Dunes mit dem The Westin Resort und dem The Romanos jedoch direkt am Wasser gelegen. Diese enormen Investitionen zeigen, dass Golf in den strategischen touristischen Planungen Griechenlands weiter an Bedeutung gewinnt (siehe dazu auch das Interview mit der Direktorin der Griechischen Zentrale für Fremdenverkehr, Nikoleta Lekanidi).

### Drei Themen-Resorts sollen Angebot abrunden

Noch in Planung ist aktuell ein fünftes Gebiet: „Navarino Blue“. Diese auf der anderen Seite der Landzunge gelegene und nur zehn Minuten vom



Abseits vom Golf laden insbesondere die antiken Stätten von Olympia zum Besuch ein.

Flughafen Kalamata entfernte Region soll mit drei Themenresorts zur Luxus-Ferienstimmung entwickelt werden, bei denen ebenfalls Sport und Unterhaltung eine große Rolle spielen. Damit setzt Costa Navarino weiter auf eine große Angebotsvielfalt, zu der neben Golf auch zahlreiche andere Sportangebote, aber auch Wellness und andere Freizeitaktivitäten für Nichtgolfer zählen. Noch nicht so bekannt in Deutschland sind die ausgezeichneten Tagungsmöglichkeiten in Navarino Dunes samt House of Events. Hier können Unternehmen, Verbände und andere Interessenvertretungen Veranstaltungen für mehrere hundert Teilnehmer abhalten. Jüngst nutzte der Deutsche Reiseverband (DRV) die Location zu seiner Jahrestagung 2021.

### Fazit

Mit dem erweiterten Angebot wächst die Attraktivität von Costa Navarino – und die Entwicklung vom Resort zur Destination wird auf höchstem Qualitätsniveau fortgesetzt. Die vielfältigen Angebote eignen sich nicht nur für golfende Individualreisende, sondern auch für Pro-Reisen sowie Gruppen- und Mannschaftsreisen. Auch nicht-golfende Mitreisende finden ein riesiges Angebot, für Golf-freie Aufenthaltstage gibt es zahlreiche Aktivitäten, von der Oliven- oder Wein-Ernte über Wanderungen im Peloponnes bis hin zum Besuch der antiken Stätten von Olympia.

Michael Althoff

Der neue Costa Navarino Hills Course soll im Februar 2022 eröffnet werden.



## IM GESPRÄCH MIT NIKOLETA LEKANIDI

## Golftourismus-Boom in Griechenland

Ergänzend zum Beitrag mit den interessanten Entwicklungen von Costa Navarino befragten wir Nikoleta Lekanidi, Direktorin der Griechischen Zentrale für Fremdenverkehr (Visit Greece).



Nikoleta Lekanidi

**?** In der Vergangenheit konzentrierte sich die Tourismuswerbung für Griechenland auf seine Strände, sein kulturelles Erbe und den Genuss von Speisen, Wein und Olivenöl. Wird Golf in Zukunft Teil der Werbemaßnahmen sein?

**!** Ja, selbstverständlich. Wir haben bereits einige sehr schöne Golfangebote auf unseren berühmten Inseln, aber derzeit wächst das Angebot auf dem Festland rasant. Mit dem erweiterten Angebot werden wir den Golfsport in unser Marketingportfolio integrieren und Griechenland auch als Golfreiseziel bewerben.

**?** Warum ist Golf eine wichtige Ergänzung zum bestehenden, sehr breiten Angebot der griechischen Tourismuswirtschaft?

**!** Erstens hilft uns der Golfsport, unsere Saison zu verlängern, da sowohl der späte Winter und das Frühjahr, als auch der Herbst in unserem Land noch gute Spielmöglichkeiten bieten – meist besser als in vielen Teilen Kontinentaleuropas. Zweitens ist der Golftourismus Teil des gehobenen Marktes, was perfekt zu unserer Gesamtstrategie, Griechenland als ein hochwertiges Produkt zu positionieren, passt.

**?** Wie unterscheiden sich die griechischen Golfanlagen von anderen Angeboten in Europa?

**!** Mit Ausnahme von Glyfada in der Nähe von Athen, wo auch der griechische Golfverband und die PGA of Greece beheimatet sind, befinden sich fast alle Golfplätze in hochinteressanten, anerkannten Tourismusregionen. Insbesondere die Plätze auf dem Festland sind gut mit anderen Reiseangeboten wie Stränden oder unserer umfangreichen Geschichte verbunden. Wir sprechen also eindeutig den freizeitorientierten Golfer an, der einen Urlaub mit mehr als nur Golf genießen möchte.

**?** Costa Navarino hat gerade seinen dritten Golfplatz eingeweiht, der vierte soll im kommenden Februar folgen. Sind weitere neue Anlagen in Planung?

**!** Ja, auf dem Festland gibt es derzeit zwei sehr interessante neue Projekte. Die geplante neue Golfanlage in Desfina soll eine einzigartige Lage in atemberaubender Landschaft bieten – nicht nur in der Nähe der historischen Stätte von Delphi, sondern auch bestens geeignet zum Wandern oder sogar zum Skifahren im Winter. Darüber hinaus wird das laufende Golfprojekt in Kilada auf dem Peloponnes unserem Land ein Resort im US-Stil mit einem Jack-Nicklaus-Golfplatz bringen.

**?** Werden diese neuen Entwicklungen von der Regierung unterstützt oder basieren sie auf privatem Kapital?

**!** Soweit mir bekannt ist, werden alle Golfplätze vollständig privat finanziert – entweder von privaten Investoren oder von privaten Beteiligungsgesellschaften.

**?** Wie groß ist der griechische Inlands-Golfmarkt?

**!** Nach Angaben des griechischen Golfverbands sind in Griechenland etwa 2.000 Golfer registriert,

Golf ist also eine sich entwickelnde Freizeitaktivität. Aber durch Covid-19 haben wir eine steigende Nachfrage nach diesem Sport festgestellt, da er nicht nur Covid-konform ist, sondern auch einen starken Schwerpunkt auf die Gesundheit im Allgemeinen legt. Darüber hinaus gibt es viele nicht-organisierte Golfer, die keinem Golfclub beitreten wollen, aber das Spiel gerne von Zeit zu Zeit ausüben. Sie genießen das Spiel auch während eines Kurztrips in unserem schönen Land und nutzen die Tourismus-orientierte bezogene Golfinfrastruktur.

**?** Wie wird Visit Greece Germany das stetige Wachstum des Golftourismus in Griechenland unterstützen, insbesondere mit den beiden neuen Golfplätzen in Costa Navarino und den zusätzlichen Unterkunftsmöglichkeiten dort?

**!** Griechenland ist ein Reiseziel mit einer einzigartigen Vielfalt in verschiedenen Bereichen. Ein Vorteil unseres Reiseziels ist, dass zum Beispiel Familien in einem Urlaub verschiedene Interessen miteinander verbinden können, indem sie am selben Ort wohnen. Golf wird also eine weitere wunderbare Facette zu unserem reichen Angebot hinzufügen. Wir sind davon überzeugt, dass Golfer häufig auf die professionellen Dienstleistungen von Golfreiseveranstaltern zurückgreifen werden. In der Vergangenheit haben wir uns mehr auf die großen Reiseveranstalter konzentriert. In Zukunft werden wir ein neues Konzept für die Zusammenarbeit mit spezialisierten Golfreiseveranstaltern entwickeln, um die wachsende Nachfrage nach Golfreisen in Griechenland zu bedienen.

Schönen Dank für diese interessanten Einblicke und viel Erfolg auf Ihrem Weg, Griechenland zum Golf-Mekka zu entwickeln.

Das Gespräch führte unser Autor Michael Althoff.

## ÄNDERUNG IM BEREICH KUNDENGELDABSICHERUNG

## Neues Insolvenzrecht für Pauschalreisen

Zum 01. November 2021 trat eine wichtige Änderung bei der Kundengeldabsicherung für Pauschalreisen in Kraft. Reiseveranstalter ab 10 Mio. Jahresumsatz müssen seit diesem Termin Kundengelder über den im Mai gegründeten Deutschen Reise-Sicherungsfonds (DRSF) absichern. Anbieter mit weniger Umsatz können die Kundengeldabsicherung wahlweise ebenfalls beim DRSF vornehmen oder auf die Angebote von Spezial-Versicherern zurückgreifen. Dies hat auch Auswirkungen auf bestehende Buchungen, da vor allem bei den Veranstaltern, die nun über den DRSF abgesichert sind, der bisherige Absicherer häufig einen sogenannten Haftungsschnitt vorgenommen hat; somit liegt die Absicherung auch für bestehende Buchungen nun beim DRSF. Für diesen Fall benötigen die Kunden einen neuen Sicherungsschein. Die neue



Regelung gilt auch für alle Golf-Pauschalreisen, sofern die Kundenzahlung vor Reiseende erfolgt und die Reise den Rücktransport umfasst. Auch für Mannschafts-, Gruppen- und Trainingsreisen sollte man daher unbedingt prüfen, wie bestehende Buchungen mit Abreise in 2022 abgesichert sind und ob die für künftige Reisen gewählten Anbie-

ter über eine Absicherung nach den neuen Rechtsvorschriften verfügen. Wer Details zur neuen Regelung benötigt, kann dazu den ausführlichen Beitrag (mit gleicher Headline) über die Suchfunktion unter [gm-gk-online.de](http://gm-gk-online.de) abrufen.

Michael Althoff

# gm-gk

## INFOBOX



In dieser Rubrik weisen wir auf weitere interessante Beiträge in unseren FachInformationen hin; diese finden Sie neben anderen auch online – über die Suchfunktion – unter [gm-gk-online.de](http://gm-gk-online.de) oder direkt über den jeweiligen QR-Code.



Bild: I. Hagemann

### Nadelbäume – nicht nur an Weihnachten eine Zier

Im Herbst fallen die Blätter von den Laubbäumen, fast alle Nadelbäume hingegen haben das ganze Jahr über ihre Nadeln. Deshalb spielen sie bei uns im Winter eine besondere Rolle. Sie werden als Weihnachtsbaum geschmückt und zieren unsere Wohnungen. Auch als Gestecke sind ihre Zweige, kombiniert mit farbigen Früchten und Zapfen, sehr beliebt. Worin sich Tannen und Fichten unterscheiden und welche Bedeutung sie auf Golfplätzen haben, finden Sie im Beitrag unserer Autorin Dr. Isolde Hagemann unter [gm-gk-online.de](http://gm-gk-online.de).



### Zugelassene und genehmigte Pflanzenschutzmittel

Auf Flächen, die für die Allgemeinheit bestimmt sind, dürfen nach § 17 Pflanzenschutzgesetz nur bestimmte Pflanzenschutzmittel (PSM) angewendet werden: Zugelassene PSM, deren Eignung in einem Zulassungsverfahren vom BVL (Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit) festgestellt, oder die für die Anwendung genehmigt worden sind. Dabei handelt es sich um Biologische Kontaktfungizide, Wachstumsregulatoren, Fungizide, Herbizide und Insektizide. Eine ständig aktualisierte Liste finden Sie unter [gm-gk-online.de](http://gm-gk-online.de).



## GEFAHR HOCHWASSER FÜR GOLFANLAGEN

## Was tun bei Starkregen und Überflutung?



**E**xtreme Wetterereignisse mit Starkregen treten zunehmend häufiger auf und können lokal zu großen Beeinträchtigungen führen. Hohe Niederschlagsmengen verursachen besonders umfangreiche Schäden, wenn sie auf Böden fallen, die zu diesem Zeitpunkt bereits wassergesättigt sind. Bei einem derartigen Ereignis können die Wassermassen

nicht mehr versickern und im Extremfall kann es zu Überflutungen kommen.

Neben den schnell sichtbaren Schäden an Wegen, Bunkern oder baulichen Einrichtungen, kann stehendes Wasser zu direkten oder indirekten Schädigungen an Gräsern führen. Grundsätzlich toleriert ein Grasbestand eine Überflutung für eine gewisse Zeit

ohne größere Probleme. Trotzdem kann aber keine pauschale Einschätzung eines möglichen Schadens erfolgen, da es auch darauf ankommt, wie vital der Grasbestand ist und in welcher Jahreszeit das Ereignis stattfindet. Überflutungen im Frühjahr oder Herbst, zum Zeitpunkt der Vegetationsruhe, richten geringere Schäden an, als im Sommer, bei Sonnen-

einstrahlung und hohen Temperaturen. Von großer Bedeutung ist zudem, welche Gräserarten betroffen sind. Während *Agrostis stolonifera* relativ widerstandsfähig gegen stehendes Wasser ist und bei kühlen Temperaturen sogar fünf bis sechs Tage überstehen kann, muss *Lolium perenne* dagegen in der Regel nachgesät werden. Einfluss hat vor allem



Foto: GC Wasserburg Anholt e.V.

auch die Dauer der Überflutung, sowie die Höhe des Wasserspiegels. Eine komplette Überflutung des Grasbestandes ist erheblich schädigender, als wenn noch wenigstens ein Teil der Blattmasse oberhalb der Wasserkante steht.

**Grundsätzlich gilt es, den Schadenhergang, die Schäden und auch alle anfallenden Maßnahmen, sowie deren Zeitbedarf zu dokumentieren, durch Fotos und Aufzeichnungen. Dies ist hilfreich in Bezug auf Versicherungsleistungen sowie Kostenvoranschläge und dient auch zur internen Kommunikation!**

Foto: GC Schloss Miel

### Vorgehen im Katastrophenfall

Als Erstes gilt es, dafür zu sorgen, dass das Wasser abläuft. Je nach Jahreszeit und Umfang dauert es zu lange, auf die natürliche Versickerung zu warten und deshalb müssen Pumpen eingesetzt werden. Ein Betreten oder Befahren ist zu diesem Zeitpunkt zu minimieren, um den wassergesättigten

Boden zu schonen. Nach dem Abtrocknen kann mit den Maßnahmen zur Instandsetzung begonnen werden:

1. Alle groben Anschwemmungen, wie Unrat, Steine, Äste usw. gilt es, zu entfernen. Waren bei der Überflutung Teiche betroffen, so kann es dazu kommen, dass auch tote Fische von den Spielbahnen gesammelt werden müssen.

2. Kommt es zu Schlammablagerungen auf den Spielbahnen, so können diese bis zu einer Mächtigkeit von zwei bis drei Zentimeter verbleiben und dann, wenn es der Bodenzustand zulässt, durch Bürsten oder Striegeln entfernt werden.

Bei stärkeren Auflagen besteht, aufgrund der tonigen und schluffigen Anteile, die Gefahr, dass Stauhorizonte entstehen und deshalb sollten diese beseitigt werden. Je nach Art der Ablagerungen darf damit auch nicht zu lange gewartet werden, da sie extrem verkrusten können und sich dann nicht

mehr beseitigen lassen. Auf den Grüns und Tees sind diese Feinanteile wesentlich kritischer zu sehen und müssen möglichst schnell entfernt werden, um den Eintrag in die Rasentragsschicht zu minimieren. Die Feinanteile verstopfen die Poren und haben somit dauerhafte Auswirkungen auf den Wasser- und Lufthaushalt. Hier ist ein vorsichtiger Einsatz von Schaufeln, Abziehen oder sogar Wasser angebracht.



**Besonders auf Grüns ist ein zeitnahes Beseitigen von trocknendem Schlamm erforderlich, damit die Feinanteile die Poren nicht verstopfen.** (Foto: J. Matera)

3. Die betroffenen Flächen müssen vor einem Befahren ausreichend abgetrocknet sein, da es sonst nicht nur zu Spuren, sondern auch zu Verdichtungen kommt. Sobald der Boden jedoch tragfähig ist, verbessert auf allen Spielelementen ein wiederholtes Aerifizieren, Schlitzen und Sanden die Bodenluft- und -wasserverhältnisse. Auch ein Schlitzen oder Striegeln hat nicht nur auf den Bestand positive Auswirkungen und reduziert organische Substanz, sondern erleichtert danach auch das Auflaufen und die Entwicklung junger Gräser.

4. Zeigt sich nun, abgesehen durch einen Vitalitätstest, dass der Bestand nachhaltig geschädigt wurde, ist eine Neueinsaat notwendig. In diesem Fall empfiehlt sich entweder der Einsatz einer Fräse bzw. Kreiselegge oder auch das Abschälen des Altbestandes, um die Bildung von Sperrschichten zu vermeiden. Im Anschluss sollte die Oberfläche leicht gelockert und danach planiert werden, um eine optimale Grundlage für die Neueinsaat zu schaffen.

Selbst wenn es nur zu einer teilweisen Schädigung gekommen ist, kann dies ein günstiger Zeitpunkt sein, die Zusammensetzung des Bestandes durch eine Nachsaat zu optimieren.

Im Rahmen der Regenerations-Maßnahmen sollte auch überlegt werden, ob in diesem Arbeitsgang Ursachen für Überflutungen oder Optimierungen vorgenommen werden können.

5. Im Anschluss an die pflegerischen Maßnahmen unterstützt eine leichte, bedarfsgerechte Düngung die Regeneration. Wurde eine Nachsaat durchgeführt, muss die Bodenfeuchte kontinuierlich kontrolliert werden, um ein Austrocknen zu vermeiden.

Nach den umfangreichen Maßnahmen gilt es, die Flächen noch zu schonen, im Hinblick auf Befahren, Bespielen und Begehen. Absperrmaßnahmen, Auftee-Pflicht oder Einsatz der Fairway-Matte, sowie eine

Wegeführung sind mögliche Instrumente.

Die Planung der zukünftigen Pflegearbeiten sollte zudem eine regelmäßige Bodenbearbeitung und Besandung beinhalten, um den Bodenzustand nachhaltig zu optimieren.

Eine Überflutung sollte auch zum Anlass genommen werden, sich grundsätzlich Gedanken zu machen, wie die Golfanlage auf zukünftige Starkregenereignisse, deren Wahrscheinlichkeit aller Voraussicht nach steigt, besser vorbereitet werden kann. Hierzu gehören bauliche Veränderungen oder der Einbau effektiver zusätzlicher Drainagen. Aber auch mechanische Maßnahmen, wie das Aerifizieren, Tiefenlockern und Sanden helfen, die Drainfähigkeit der Spielelemente zu optimieren. Zudem sollten Wasserläufe und Sickergräben regelmäßig kontrolliert werden, denn nur wenn dort ein freier Abfluss möglich ist, wird ein Rückstau auf die

Golfanlage verzögert oder im Idealfall abgemildert.

### Fazit

Extremwetterereignisse sind wahrscheinlicher geworden und wir müssen mit mehr Starkregen und Hagelgewittern rechnen. Die Erfahrungen der letzten Jahre zeigen, dass unvorhergesehene Ereignisse nahezu jeden treffen können und dann gilt es, überlegt und besonnen zu reagieren, um die Schäden so gering wie möglich zu halten.

Eine Überprüfung der benötigten und sinnvollen Versicherungs-Policen, von Notfall- und Einsatzplänen gehören hier ebenso dazu, wie das Hintergrundwissen über die mehr oder weniger großen Gefahren für die Gräser oder die Bodenphysik. Und, ganz wichtig: Auch eine transparente und offene Kommunikation mit Club, Betreiber und Mitgliedern schafft die benötigte Akzeptanz, die Schäden in der richtigen Reihenfolge zu beseitigen und den Platz



Beate Licht  
Golf Consulting, Düsseldorf  
Leiterin DGV-Arbeitskreis IPS

Ein Autorenporträt und Kontaktdaten finden Sie unter [gmgk-online.de/gk-autoren](https://www.gmgk-online.de/gk-autoren).

schnellstmöglich wieder in einen beispielbaren Zustand zu versetzen.

*Beate Licht*

(Anm.d. Red.: Eine etwas praxisnaher ausgelegte Version des Beitrags von Beate Licht wird parallel im *Greenkeepers Journal* 4/21 veröffentlicht – in Kürze finden Sie diesen, zusammen mit zwei persönlichen Erfahrungsberichten betroffener Head-Greenkeeper, unter [gmgk-online.de](https://www.gmgk-online.de).)

## DAUERREGEN, ÜBERSCHWEMMUNGEN UND HOCHWASSER

# Unwetter-Katastrophe 2021 und die Folgen für Golfanlagen

Die Unwetter-Katastrophe im Juli war eines der traurigen Highlights des Jahres 2021. Als wäre die Corona-Pandemie nicht schon lebensbeeinträchtigend genug, hatte der heftige Dauerregen mit Überschwemmungen und Hochwasser dramatische Folgen in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz. „Über 130 Tote“, „Tausende

obdachlos“, „hunderte Gebäude weggerissen“, so eine SWR-Datenanalyse (Stand 24.11.2021). Insgesamt waren nach Auswertung der Satellitenbilder schätzungsweise etwa 200 Hektar Fläche entlang der Ahr überflutet.

Mit Unmengen Wasser zu kämpfen, hatten auch einige Golfanlagen – die

Bilder vom Bochumer GC, Golf BurgKonradsheim, GC Hubbelrath, Kölner GC, Essener GC Haus Oefte, Schloss Auel, Schloss Miel etc. machten und machen betroffen. Wie viel engagierte und harte Arbeit der Platzpflege-Teams stand innerhalb weniger Stunden/Tage auf dem Spiel oder wurde gar komplett zunichte gemacht?

Zwei betroffene Anlagen-Verantwortliche schilderten uns ihre persönlichen Erfahrungen, eine kleine Auswahl uns übersandter Bilder verdeutlicht zusätzlich die gravierenden Folgen der Unwetter-Katastrophe für Golfanlagen.

*Stefan Vogel*

## In Gedanken noch heute bei allen, die im Nachbarort ihre gesamte Existenz verloren

Erfahrungsbericht I, NRW-Hochwasser 2021



**Peter Rücker**  
Geschäftsführer  
Golf BurgKonradshiem

Nach einigen Tagen Dauerregen entwickelte sich die Situation am 14.07. dramatisch, wir konnten noch die Maschinen- und Caddyhalle rechtzeitig räumen, bis das Wasser dann am Abend die Driving-Range und den Parkplatz überflutet hatte.

In der Nacht zum 15.07 sind die uns umgebenden Flüsse und Bäche über die Ufer getreten und haben die gesamten Back Nine überflutet. Dadurch wurden die meisten Wege und alle Bunker in Mitleidenschaft gezogen bzw. zerstört. Die Teiche auf den Front Nine sind durch den extremen Niederschlag übergelaufen, auch hier wurden die meisten Bunker ausgespült und waren nicht mehr zu bespielen.

In den ersten Tagen nach der Flut haben wir erste Maßnahmen ein-

geleitet und die Schäden dokumentiert. Die gesamte Anlage war dann vom 14. bis 23.07. komplett gesperrt. Durch den unermüdlichen Einsatz unserer Greenkeeper konnten am 24.07. die Front Nine wieder geöffnet und bespielt werden, allerdings mit nicht funktionalen Bunkern. Ab dem 07.08. konnte eingeschränkt auf 15 Bahnen gespielt werden und ab dem 14.08. dann auch eingeschränkt auf den 18 Bahnen.

Durch die Überflutung der Autobahnen 1 und 61 sowie den angrenzenden Landstraßen waren wir quasi von der Außenwelt abgeschnitten, so dass wir keine externen Firmen beauftragen konnten, dazu kamen Engpässe bei Materialien und Handwerkern. Angefragte Hilfe bei der Stadt Erftstadt blieb unbeantwortet. Großen Zuspruch haben wir von unseren Mitgliedern erhalten sowie den be-



**Kaum vorstellbare Wassermassen, die auch in Golf BurgKonradshiem Schäden im sechsstelligen Bereich verursachten.**

freundeten Clubs am Alten Fliess, GC am Lüderich und GC Römerhof, wo unsere Mitglieder zeitweise ohne Greenfee-Zahlung spielen konnten. Den Mitgliedern vom GC Schloss Miel haben wir Spielmöglichkeiten eingeräumt.

Unser Gesamtschaden im materiellen Bereich beläuft sich auf ca. 300.000 Euro, der nur zum Teil von den Versicherungen gedeckt ist. Über die Fluthilfe NRW und den Landessportbund NRW haben wir Regulie-

rungs-Anträge gestellt. Auf vorbeugende Maßnahmen haben wir nur wenig Einfluss, hier ist das Land NRW und die Kommune gefordert. Wir hoffen sehr stark, dass sich eine solche Katastrophe so schnell nicht wieder ereignet. In Gedanken sind wir noch heute bei den betroffenen Personen und Mitgliedern in unserem Nachbarort Erftstadt-Blessem, die ihre gesamte Existenz verloren haben.

Peter Rücker

**Vorbildlich: die Kommunikation mit Mitgliedern in den Social-Media-Kanälen über den aktuellen Stand auf Golf BurgKonradshiem im Juli 2021. Und, auch immer ein Blick über den Tellerrand zu den noch schlimmer Betroffenen im Nachbarort Erftstadt-Blessem.(Alle Fotos: Golf BurgKonradshiem)**



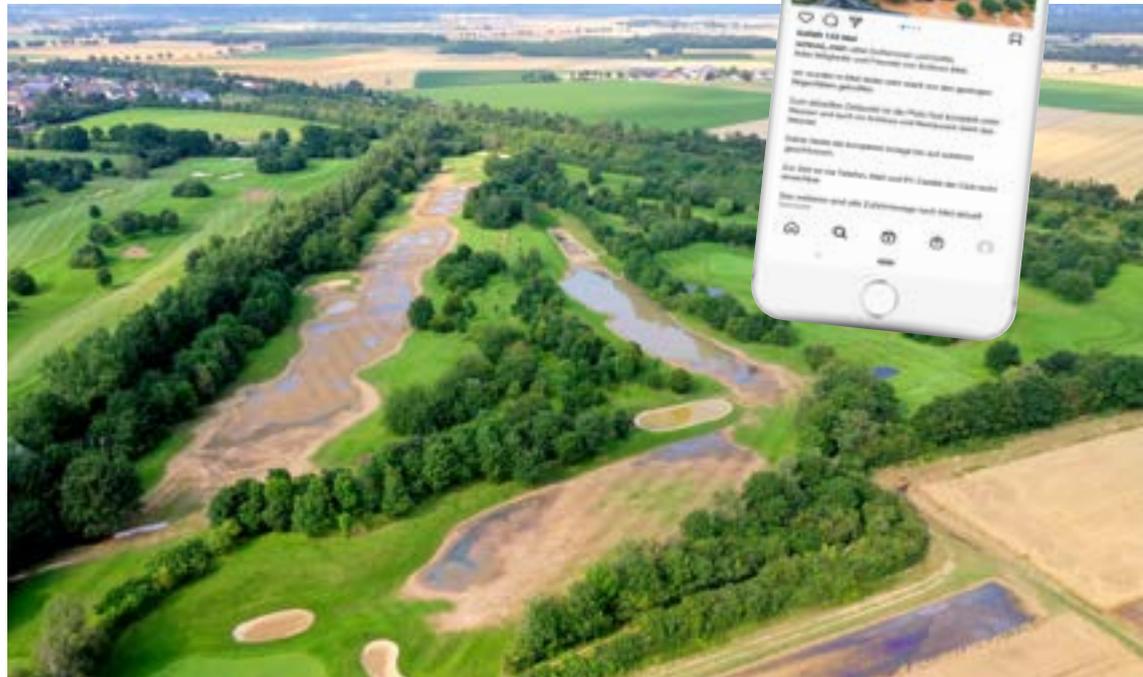
## „Katastrophe biblischen Ausmaßes“ mit Schäden im 7-stelligen Bereich

Erfahrungsbericht II, NRW-Hochwasser 2021



**Alexander Thelen,  
Geschäftsführer  
Golf-Club Schloss Miel**

In der Nacht vom 14. auf den 15. Juli 2021 wurde die Region großräumig von einem Flutereignis bisher unbekanntes Ausmaßes heimgesucht. Der Westen Deutschlands wurde von sintflutartigen Regenfällen überfordert und ganze Landstriche wurden verwüstet. Unglaublich ist, dass auch Swisttal zu großen Teilen sehr stark in Mitleidenschaft gezogen worden



**Über die verschiedensten Social-Media-Kanäle hielt der Club Kontakt zu seinen Mitgliedern und berichtete von den dramatischen Ereignissen im Sommer 2021.**  
(Foto: GC Schloss Miel)

ist. Die großen Wassermengen von oben, gepaart mit der übergelaufenen Steinbachtalsperre und den

Übertritten der Swist und des Orbaches sorgten für Zerstörungen und zahlreiche Todesfälle. Derartige

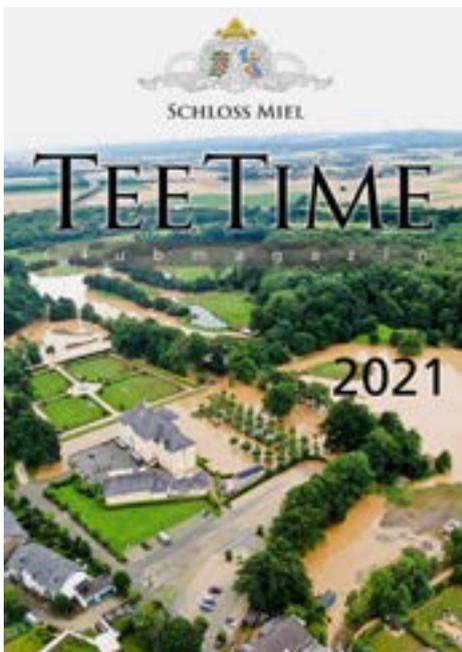
Szenen kennt man in diesem Teil Deutschlands sonst nur aus dem Fernsehen.

Auch unseren Club hat dieses Ereignis sehr stark – nach unserem Wissen stärker als alle anderen betroffenen Golfclubs im Großraum – verwüstet.

Wir haben ab der ersten Minute alles gegeben, um zu retten, was zu retten war und haben den Wiederaufbau vorangebracht.

Während und nach der Katastrophe haben wir unsere Mitglieder, Freunde und Bekannte regelmäßig durch unsere „Updates“ über den aktuellen Sachstand und die Maßnahmen per WhatsApp-Nachricht und per E-Mail informiert.

Alexander Thelen



(Anm. d. Red.: Mit teilweise mehrmals am Tag verschickten „Updates“ informierte der GC Schloss Miel seine Mitglieder über den aktuellen Stand der Flutwasser-Katastrophe bzw. die Maßnahmen zur Beseitigung der Schäden im Nachgang. Eine Zusammenstellung dieser Nachrichten wurde in der clubeigenen „TeeTime 2021“ eingebunden, übrigens regelmäßig in den Top 10 und 2021 sogar auf dem dritten Platz der besten Clubmagazine Deutschlands. Die detaillierte Chronologie finden Sie auch online unter [gmkg-online.de](http://gmkg-online.de) oder direkt über den QR-Code.)



**Chronologie der „Updates“  
aus Schloss Miel an die Mitglieder**

# HOCHWASSER-KATASTROPHE 2021

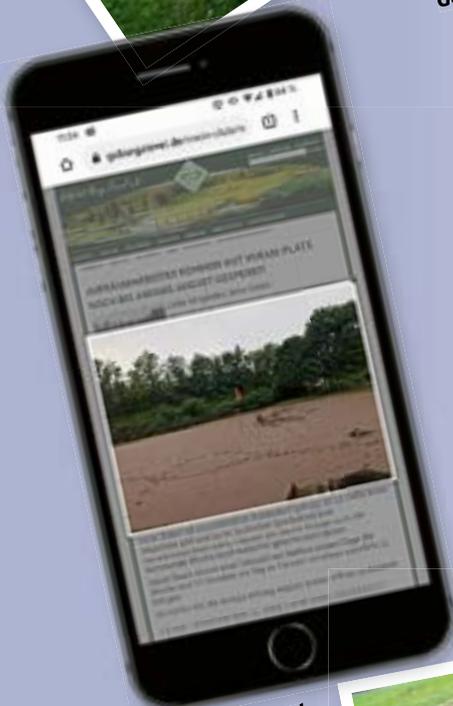
– auch Golfanlagen betroffen



Golf Burg Konradsheim



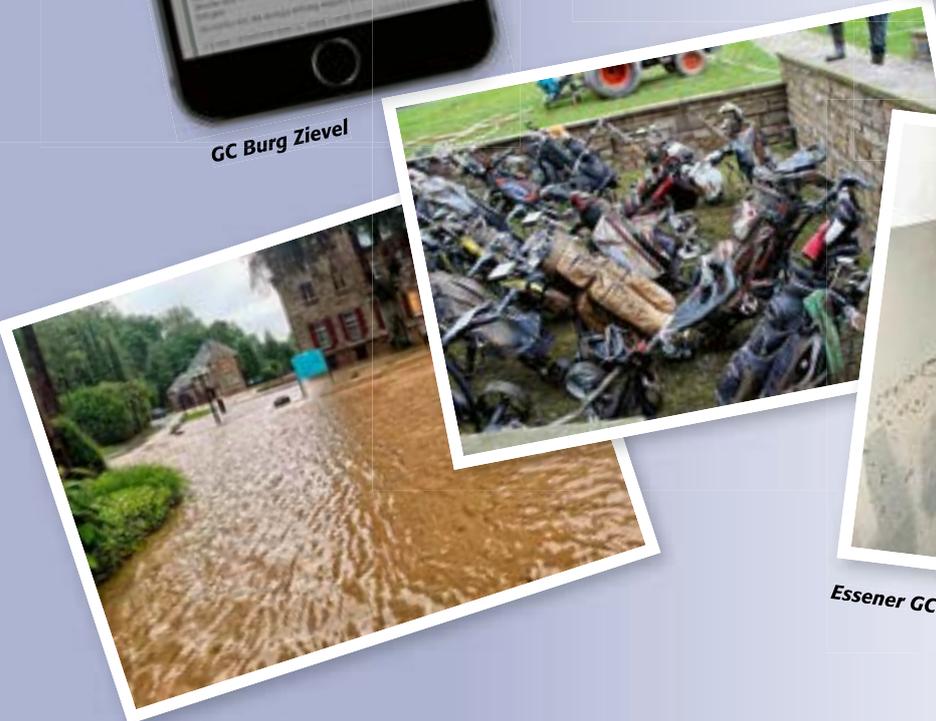
Bochumer GC



GC Burg Zievel



GC Hubbelrath



Essener GC Haus Oefte

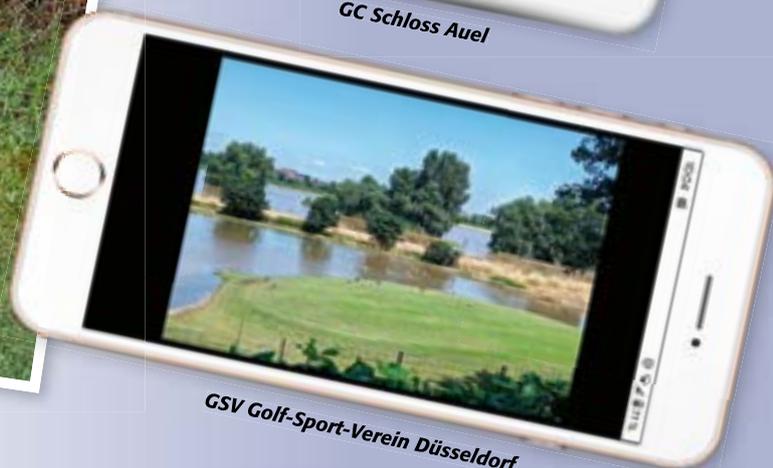
# Bedrückende Bilder und Handy-Screenshots von den Ereignissen in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz im Juli 2021



GC Bonn-Godesberg  
in Wachtberg e.V. e.V.



GC Schloss Auel



GSV Golf-Sport-Verein Düsseldorf



Kölner GC



GC Schloss Miel



Quelle: Bei allen Abbildungen handelt es sich um Screenshots von Club-Nachrichten oder Bildmaterial, das uns von verschiedenen Seiten von den Golfclubs zur Verfügung gestellt wurde.

## DER INTEGRIERTE PFLANZENSCHUTZ

## Basis der nachhaltigen Pflege von Golfanlagen

Der Golfplatz dient dem Golfspiel und somit zielen die Pflegemaßnahmen darauf ab, die Funktionalität der Spielelemente zu erhalten und die angestrebte Qualität möglichst konstant zu gewährleisten. Eine, unter den Einflussfaktoren Standort, Nutzungsintensität, Alter der Golfanlage, Budget und personelle Ausstattung, schon nicht ganz einfache Aufgabe. Hinzu kommen nun unberechenbare, extremere Witterungseinflüsse und eine deutlich restriktivere Gesetzgebung.

Im Hinblick auf den Pflanzenschutz auf Golfanlagen hat dies, aufgrund strengerer Zulassungsbedingungen für Wirkstoffe und verschärfte Anwendungsbestimmungen auf „Flächen, die für die Allgemeinheit bestimmt sind“ (§17 PfSchG), zu einer deutlichen Korrektur im Pflegemanagement geführt.

Das Pflanzenschutzgesetz enthält nicht nur die Definition des Integrierten Pflanzenschutzes (IPS), sondern auch die gesetzliche Verpflichtung, sich an die Grundsätze zu halten (§3 PfSchG). Dabei ist es das Ziel des IPS, durch eine Kombination aller verfügbaren Maßnahmen zur Vermeidung eines Krankheits- oder Schädlingsbefalls, den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln auf das notwendige Maß zu reduzieren.

### Voraussetzungen einer nachhaltigen Pflege

Eine Grundvoraussetzung für eine nachhaltige Pflegestrategie von Golfanlagen sind die Standort- und somit auch die Wachstumsfaktoren. Gerade die stark belasteten Grüns und auch die Abschläge sollten in Bezug auf ihre Bauweise nicht nur in der Theorie



Mangelnde Lichtverhältnisse schwächen die Gräser. (Foto: B. Licht)

den baulichen Anforderungen entsprechen, sondern auch in der Praxis einen guten Luft- und Wasserhaushalt gewährleisten. Hinzu kommen die Ansprüche an entsprechende Lichtverhältnisse, also Lichtmenge und -qualität sowie eine ausreichende Luftzufuhr, die sowohl den Luftaustausch, als auch das Abtrocknen des Grasbestandes fördert. Bestehen

in diesen Bereichen Defizite, so muss es das oberste Ziel sein, diese zu beheben.

Eine weitere wesentliche Rolle spielt die Bestandsführung, die sich nicht nur auf Auswahl und Einsaat der standortgerechten und der Pflegephilosophie entsprechenden Gräserarten beschränkt, sondern auch die Entscheidung für optimale Sorten mit den besten

PSM/ Zulassungsnummer	Wirkstoff	Aufwandmenge/ha, max. Anzahl Anwendungen pro Jahr, Mindestabstand zw. Behandlungen	Schadorganismus
<b>TAEGRO NEU!</b> <b>00A461-00/04-003</b>	130 g/kg Bacillus amyloliquefaciens FZB24	0,370 kg/ha in 500-1.000 l Wasser/ha, max. 10x, bei Infektionsgefahr, Abstand 7 Tage	Dollarflecken, Echter Mehltau

Tab. 1: Das neu für den Golfbereich zugelassene und genehmigte Biologische Kontaktfungizid TAEGRO.

PSM/ Zulassungsnummer	Wirkstoff	Aufwandmenge/ha, max. Anzahl Anwendungen pro Jahr, Mindestabstand zw. Behandlungen	Schadorganismus
<b>Revystar NEU!</b> <b>00A275-00</b>	100 g/l Mefentrifluconazole	1,5 l/ha in 400-600 l Wasser, max. 2x, mind. 28 Tage, vorbeugender Einsatz, keine Anwendung mit handgeführten Geräten	Dollarflecken, Schneeschimmel

Tab. 2: Das neu für den Golfbereich zugelassene und genehmigte Fungizid „Revystar“.



**Aerifizieren – mechanische Maßnahmen sind Bestandteil des IPS.**  
(Foto: T. Hartmann)



**Tau entfernen – eine vorbeugende Maßnahme des IPS**  
(Foto: B. Licht)

Resistenzeigenschaften zur Nachsaat beinhaltet.

Die auf den Bestand abgestimmte, bedarfsgerechte Pflanzenernährung, basierend auf Bodenanalysen und abgerundet durch die zusätzlichen Einflussfaktoren, wie beispielsweise Witterung, Pflanzenbestand und Nutzungsintensität, stellt ebenfalls ein Werkzeug des Integrierten Pflanzenschutzes dar. So ist z.B. durch den Einsatz einer Flüssig- oder Blattdüngung eine gezielte Nährstoffzufuhr möglich. Der Einsatz von Biostimulanzien, auf

Basis von Mikroorganismen oder Algenextrakten, erfolgt mit dem Ziel, die Vitalität der Gräser zu erhöhen und die Stresstoleranz zu stärken.

**An was es noch zu denken gilt**

Das wichtige Instrument „Wassermanagement“ wurde um den Einsatz von neuen Computer-gesteuerten Technologien und die Überprüfung der Bodenfeuchte erweitert, um bedarfsgerechte Wassermengen ausbringen zu können. Zusätzliche punkt-

genaue Applikationen per Hand und der Einsatz von Wetting Agents ergänzen eine nachhaltige Bewässerungsstrategie.

Den regelmäßig durchzuführenden mechanischen Pflegemaßnahmen kommt in Bezug auf die Vorbeugung von Krankheiten eine entscheidende Rolle zu. Ein wichtiges Pflegeziel ist es, den Anteil anorganischer Substanz in Grenzen zu halten. Vertikutieren, Aerifizieren und Besandungsmaßnahmen dienen zudem der Beseitigung von Bodenverdichtungen und

verbessern Luft- und Wasserhaushalt.

Spezielle Pflegetechniken, wie das „Smooth Rolling“ in Kombination mit einem regelmäßigen Topdressen, dienen nicht nur der Qualitätssicherung, sondern zeigen zudem eine positive Wirkung, z.B. im Hinblick auf eine Reduzierung eines Befalls mit Dollarflecken.

Vor dem Hintergrund, dass Krankheitserreger während der Infektion auf Feuchtigkeit angewiesen sind, ist das Trockenhalten des Gräserbestandes gerade im Hinblick auf eine Infektion mit Dollarflecken oder Schneeschimmel von großer Bedeutung. Hier greifen Maßnahmen wie das Tau Entfernen oder der Einsatz von Anti-Taumitteln.

Kurzschnitt und intensive Nutzung sind gleichbedeutend mit „Stress“. Diesen gilt es möglichst zu minimieren, damit der Grasbestand nicht aufgrund von Schwächung anfälliger für Krankheiten wird. Hier sind Schnitttechnik, -höhe und -qualität als mögliche Einflussgrößen zu nennen. Aber auch dem Golfer kommt eine wichtige Bedeutung zu, sein Umgang

Kultur (Anwendungsbereich)	Datum Ende Hauptzulassung	Auflagen Anwendungsbestimmungen
Funktionsflächen auf Golfanlagen, Sportplätze	01.06.33	NW 642-1 SF 251 SF 252

**Die komplette Liste der PSM finden Sie stets aktuell unter [gmkg-online.de/Greenkeeper Online/](http://gmkg-online.de/Greenkeeper Online/) Fachwissen/Pflanzenschutz.**

Kultur (Anwendungsbereich)	Datum Ende Hauptzulassung	Auflagen Anwendungsbestimmungen
Rasen (Golfplatz: Greens und Tees/Sportrasen)	20.03.30	NW 605-1 (50% 5 m, 75%, 90%*) NW 606 SF 251 NW 802 SF 252 SF 275-21RA VA 263-1

**Die komplette Liste der PSM finden Sie stets aktuell unter [gmkg-online.de/Greenkeeper Online/](http://gmkg-online.de/Greenkeeper Online/) Fachwissen/Pflanzenschutz.**

mit dem Platz, z.B. in Bezug auf Pitchmarken oder Divots, tragen dazu bei, den Stress zu minimieren und die Spielqualität hoch zu halten.

### Biologische Pflanzenschutzmittel

„Biologicals“ sind Pflanzenschutzmittel auf Basis biologischer Wirkstoffe bzw. Ausgangsstoffe und stellen eine Alternative zum klassischen chemischen Pflanzenschutz dar. Es gilt, sie sinnvoll in die bestehende IPS-Strategie einzubinden. Hierbei ist ein frühzeitiger, also vorbeugender Einsatz unbedingt notwendig und Wiederholungen erhöhen die Wirksamkeit.

Unter dieser Rubrik steht ab sofort mit TAEGRO ein neues Produkt gegen Dol-

larflecken zur Verfügung (Tabelle 1).

### Was tun, wenn es wirklich „brennt“?

Trotz allem kommen die vorbeugenden Maßnahmen, der Einsatz von Pflanzenstärkungsmitteln oder auch die biologischen Alternativen bei einem hohen Infektionsdruck an ihre Grenzen. Unter Berücksichtigung der witterungsabhängigen Prognose sieht in diesem Fall auch der Integrierte Pflanzenschutz den Einsatz eines für diesen Anwendungsbereich zugelassenen chemischen Pflanzenschutzmittels vor.

In den letzten Jahren hat sich die Situation bezüglich der Verfügbarkeit von Fungiziden für den Einsatz

auf Golfanlagen jedoch deutlich verschlechtert. **Aufgrund der stark eingeschränkten Mittelauswahl ist die Anforderung, ein Resistenzmanagement zu betreiben, nicht erfüllbar. Vor diesem Hintergrund sind die Bemühungen des DGV-Arbeitskreises IPS zu sehen, ein Mindestmaß an chemischen Pflanzenschutzmitteln für den Einsatz auf Golfrasen zu sichern.** Im Sommer letzten Jahres haben Deutscher Golf Verband (DGV) und Greenkeeper Verband Deutschland (GVD) den Antrag von BASF auf Erweiterung der Zulassung des Fungizids „Revystar“ unterstützt (Tabelle 2). **Im November wurde nun, schneller als erwartet, vom BVL die Genehmigung für den Einsatz von Revystar gegen Dollarflecken und**

### Schneeschnitz auf „Flächen für die Allgemeinheit“ (§17 PflSchG) erteilt.

Mit dem Wirkstoff „Mefentrifluconazol“ steht somit das erste Isopropanol-Azol für die Anwendung auf Golfgrüns und Abschlägen sowie Sportrasen zur Verfügung. Aufgrund der breiten Versuchserfahrung im Rasenbereich sind Verträglichkeit und Wirksamkeit des Mittels bereits bekannt. Das Produkt wird in Deutschland über den Pflanzenschutzhandel angeboten. Eine Markteinführung ist von BASF für die kommende Saison geplant, in diesem Rahmen werden, neben ausführlichen Informationen zum Produkt, auch die Versuchsergebnisse aus Europa und Deutschland vorgestellt.

Beate Licht

## GOLFCLUB-ALLIANZ FAIR-WAY-GOLF

# Gemeinsam erfolgreicher

Das Coronajahr 2020 und, glaubt man den Gerüchten, insbesondere 2021 haben dem deutschen Golfsport viele neue Golfer beschert. Bis zu 4-5% Golfinteressierte sollen in diesem Jahr den Weg auf die Anlagen gefunden haben – viele davon nicht die klassische Klientel, die man sonst auf Golfplätzen vermutet. Diese passend anzusprechen und in ein Clubleben einzubinden, wird eine der wichtigsten Herausforderungen der kommenden Jahre darstellen.

Wir haben uns mit Julius Max Klinzer getroffen, dem Geschäftsführer des

neuen GMVD-Partner Fair-Way-Golf. Das innovative Unternehmen bietet eine webbasierte Plattform, mit der vorrangig junge Golfer angesprochen werden sollen. Mitglieder in diesem Netzwerk sollen zukünftig auf allen angeschlossenen Partneranlagen kostenfrei spielen und auch clubübergreifend am Turnierleben teilnehmen können. Die Partneranlagen profitieren von der Erweiterung des eigenen Angebots, einem zusätzlichen Marketingtool zur Gewinnung von Neukunden und der Steigerung der Attraktivität für die eigenen Mitglieder (Mitgliederbindung). Was



**Unter fair-way-golf.com erfahren Sie alles zum Konzept, zur neuen App, zu den teilnehmenden Anlagen, den verschiedenen Modellen u.v.m.**

im Detail hinter Fair-Way-Golf steckt, hat Julius im Gespräch mit dem *golffmanager* erläutert.

**? Julius, es war Dein Wunsch, dass wir das Interview im persönlichen Stil führen – welcher Typ**



**Julius Max Klinzer,  
Geschäftsführer  
Fair-Way-Golf**

**Golfspieler bist Du generell?**

! Wir stehen mit Fair-Way-Golf für ein junges Unternehmen, insofern gerne Du, das passt für uns besser! Angefangen mit Golfspielen habe ich vor neun Jahren. Ursprünglich wollte ich nur die Platzreife machen, um gelegentlich mit meiner Familie Golf zu spielen und ahnte damals noch nicht, wie Golf mein Leben verändern würde. Nach der ersten Stunde im Platzreifekurs war ich dermaßen infiziert, dass ich bis heute in jeder freien Minute auf dem Golfplatz zu finden bin. Für mich ist das Schönste an unserem Sport die Abwechslung, die Details und die Schönheiten, die jeder einzelne Platz mit sich bringt.

? Was hat Dich dazu bewegt, Fair-Way-Golf zu gründen?

! Die Idee ist wie im Bilderbuch nach Feierabend in einer Bar entstanden. Einer meiner Freunde hat früher auch viel Golf gespielt, musste aber berufsbedingt seine Mitgliedschaft kündigen. Als ich ihn fragte, warum er das gemacht hat, meinte er, ihm fehle die Flexibilität. Warum sollte er sich an einen Platz binden, wenn seine Freunde und

Familie alle in unterschiedlichen Clubs Mitglied sind.

Wir haben uns angeschaut und dachten: „Warum gibt es das seit Jahren erfolgreiche Konzept der Fitness-Branche nicht auch im Golfsport?“ Nur EINE Mitgliedschaft und Du kannst Golfspielen, wann und wo Du möchtest! Dieser Satz hat mich nicht mehr losgelassen! Also bin ich nach Hause gegangen und habe mich intensiv mit dem Golfmarkt auseinandergesetzt. Aus dem Bier in der Bar wurde ein Konzept, das den Golfmarkt verändern wird. Und nachdem wir nicht nur Golfer, sondern auch viele Clubmanager und Präsidenten mit unserer webbasierten Plattform begeistern konnten, war klar: Wir machen es!

? „Alle Golfplätze eine Mitgliedschaft“, das ist der Slogan, der auf Eurer Startseite sofort ins Auge fällt. Welche Vision verfolgt Ihr mit Fair-Way-Golf?

! Dieser Satz „Alle Golfplätze eine Mitgliedschaft“ bringt unsere Vision ziemlich genau auf den Punkt. Wir wollen es Golfern ermöglichen, mit einer einzigartigen Mitgliedschaft deutschlandweit Golfspielen zu können. Golfer haben so mehr Flexibilität und Abwechslung und finden immer mehr neue Golf Freunde und Bekanntschaften. Für unsere Kooperationspartner gewinnen wir stetig neue Mitglieder und Gastspieler mit einem gebündelten Marketingkonzept. So schaffen wir es, dem Golfmarkt zu neuem Wachstum zu verhelfen!

? Warum sollte ein Golfclub unbedingt Part-

ner bei Euch werden? Wie können Golfclubs in einer Partnerschaft bei Euch profitieren?

! Als reiner Vermittlungsdienstleister nehmen wir keine eigenen Mitglieder auf! Golfer, die sich auf unserer webbasierten Plattform anmelden, werden direkt Mitglied in einem unserer Partnerclubs.

Durch die Anbindung an das Startzeitensystem und die monatlichen Auswertungen ersparen wir ihnen sogar viel administrativen Aufwand. So können sich Partner mehr auf ihre eigenen Mitglieder und Gastspieler konzentrieren und haben außerdem mehr Zeit bei einer höheren Platzauslastung.

Wir haben ein innovatives Zahlungs-Konzept entwickelt. Die Einnahmen pro Mitglied sind damit durchschnittlich 20% höher als bei den bereits angebotenen Vollmitgliedschaften. Wir konnten bei allen Partnern eine Umsatzsteigerung von über 10% auf die Gesamt-Einnahmen für Mitgliedschaften ermitteln. Das Schöne daran ist, dass unseren Partnerclubs kein Risiko entsteht. Kommen Golfer über unsere Plattform, steigen die Umsätze zwangsläufig, kommen keine Mitglieder bleibt alles beim Alten. Nur, wenn es unseren Partnerclubs gut geht, können wir unseren Sport zum Wachsen bringen.

? Du sprichst von Marketing-Maßnahmen, die Ihr für Clubs übernehmen möchtet. Kannst Du das ein wenig konkretisieren?

! Fair-Way-Golf kümmert sich darum, die digitale

Sichtbarkeit der Partner zu steigern und neue Leads zu generieren. Die Zielgruppe sind Golfer und Nichtgolfer im Alter zwischen 18 und 40 Jahren. Die Zahlen zeigen, dass 90% der Zielgruppe einen Großteil ihrer freien Zeit in sozialen Netzwerken verbringen. Also setzen wir vermehrt auf Payed-Marketing auf Zielgruppenebene in diesem Bereich. Wir bewerben außerdem Schnupperkurse und Platzreifekurse im Print und Radio, um noch mehr potenzielle Golfer für unsere Partner zu gewinnen. Zusammengefasst steigern wir kostenfrei die allgemeine Bekanntheit und Wahrnehmung unserer Kooperationspartner bei den noch nicht erschlossenen Zielgruppen.

Lieber Julius, schönen Dank für Deine Ausführungen und viel Erfolg mit Eurem neuen Konzept!

Das Gespräch führte  
unser Kollege  
Max Freyn.

Ein Erklärvideo zu Fair-Way-Golf finden Sie unter [www.fair-way-golf.com/partner-port#video](http://www.fair-way-golf.com/partner-port#video).

**Der nächste**

**golmanager**

**erscheint am**  
**01.03.2022**

**Anzeigenschluss ist der**  
**01.02.2022.**

## Christer Lindberg Bowl für Stefan Quirnbach

**S**tefan Quirnbach, mehr als zwei Jahrzehnte Präsident der PGA of Germany, hat die Christer Lindberg Bowl für außergewöhnliche Verdienste um den Golfsport erhalten. Der 61-jährige 5-Star-Professional und PGA Master Professional nahm die Auszeichnung im Rahmen des Galadiners der Confederation of Professional Golf (CPG) entgegen, zu der der Dachverband der PGAs Europas ins Penina Hotel & Resort nach Portugal eingeladen hatte.

Stefan Quirnbach, bis September 2021 der 1. Vorsitzende der PGA of Germany, ist das erste Mitglied des deutschen Berufsverbands, das die hochkarätige Auszeichnung erhält. *„Ich freue mich sehr über diese Auszeichnung, die ich als Anerkennung für unsere Bemühungen sehe, die Wertschätzung unseres Berufsstandes in Deutschland und in ganz Europa zu verbessern“*, so der Preisträger. *„Es war und ist mir stets ein großes Anliegen, dass wir PGA Golfprofessionals in der Gesellschaft und in den Clubs die Bedeutung haben, die uns als den Professionals des Golfsports zukommt. Der PGA Golfprofessional muss den Spirit eines Clubs prägen, und das kann er nur durch Kompetenz. Damit diese sichergestellt ist, achten wir bei unserer Ausbildung und auch in unse-*

*rem Fortbildungsangebot auf allerhöchste Qualität. Insofern nehme ich diese Auszeichnung sehr gerne entgegen, widme sie gleichzeitig aber auch meinem Team der PGA of Germany, mit dem wir diese und viele andere Ziele in den letzten über 20 Jahren verfolgt haben.“*

Die Christer Lindberg Bowl nahm Stefan Quirnbach in Portugal aus den Händen von Rainer Goldrian entgegen, dem Geschäftsführer der PGA of Germany, der auch die Laudatio hielt. *„Der Schlüssel für all die herausragenden Entwicklungen, die Stefan Quirnbach angestoßen und umgesetzt hat, waren stets seine Begeisterung und seine Hingabe für das Golfspiel sowie für die Menschen“*, so Goldrian. Der Award ist nach dem ersten Vorsitzenden der ehemaligen PGAs of Europe benannt, der Vorläufer-Organisation der Confederation of Professional Golf; der Schwede Christer Lindberg war von 1990 bis 1994 der erste Chairman der PGAs of Europe und 1998 der erste Preisträger der nach ihm benannten Auszeichnung. Seither wird die Bowl an Persönlichkeiten vergeben, die den Golfsport in Europa über viele Jahre und Jahrzehnte geprägt haben. Bisherige Preisträger sind unter anderem die ehemalige schwedische Weltklassespielerin Annika Sörenstam, der



**Als erstes Mitglied der PGA of Germany erhielt Stefan Quirnbach, Präsident des deutschen Berufsverbands der Golfprofessionals von 2000 bis 2021, die renommierte Christer Lindberg Bowl der Confederation of Professional Golf (CPG). Die CPG ist ein Zusammenschluss von 43 nationalen PGAs, die insgesamt rund 12.600 Golfprofessionals repräsentieren. Der 61-Jährige 5-Star-Professional und PGA Master Professional nahm die Auszeichnung im Rahmen des Galadiners der CPG in Portugal entgegen.**

*(Alle Abbildungen: PGA of Germany)*

Golfjournalist Peter Alliss, die Familie Solheim als Initiator des Solheim Cup oder auch Sandy Jones, der die PGAs of Europe ab 1994 und in der Folge mehr als ein Vierteljahrhundert als 1. Vorsitzender geleitet hatte und den Award im Jahr 2019 erhielt. Auch Ken Schofield, drei Jahrzehnte lang Direktor der European Tour, erhielt die Christer Lindberg Bowl (2002).

*„Es ist mir eine große Freude, Stefan auf diese Weise zu ehren. Im Laufe*

*seiner Präsidentschaft hat er mit dem gesamten Team der PGA of Germany daran gearbeitet, die Struktur, die Ausbildung und viele weitere Aktivitäten seines Verbands zum Wohle der Mitglieder zu verbessern. Als überzeugter und leidenschaftlicher Verfechter des Golfsports hat er so ein Vermächtnis geschaffen, das den Golfsport in Deutschland auch in den kommenden Jahrzehnten positiv prägen wird“*, so Ian Randell, CEO der CPG.

## International Team Championship: Deutsches PGA-Trio glänzt mit Rang 2

Auch in sportlicher Hinsicht wussten die Mitglieder der PGA of Germany bei der Veranstaltung der Confederation of Professional Golf (CPG) in Portugal zu überzeugen: Bei der traditionellen International Team Championship (ITC), bei der für den deutschen Berufsverband die Sieger der German PGA Teachers Championship 2021, Christine Germershaus und Dennis Küpper, sowie der beste Spieler der PGA Pro Days 2021, Christoph Günther, an den Start gingen, be-

legte das Team Germany Rang 2.

Nach drei Wertungsrunden auf dem Par-73-Platz des Penina Hotel & Golf Resort musste sich die deutsche Equipe mit gesamt 9 unter Par nur den überragenden Spielern aus Italien geschlagen geben, die mit 22 unter Par beeindruckten. Rang 3 ging mit 8 unter Par an das Team aus Österreich.

*Alle Ergebnisse gibt es unter [www.cpg.golf](http://www.cpg.golf).*



**Christoph Günther, Christine Germershaus und Dennis Küpper (v.l.) überzeugten bei der International Team Championship 2021 der CPG und belegten einen hervorragenden 2. Rang.**

## Live in Kassel: Die PGA Arbeitstagung 2022

Sieben hochkarätige Referenten mit spannenden Vorträgen, ausführliche Infos zur geplanten PGA Business Division, die Aufnahme der neuen Fully Qualified PGA Golfprofessionals und die Ehrung der besten Spielerinnen und Spieler sowie Trainerinnen und Trainer der Saison 2020/2021: **Am 19. und 20. Februar 2022 lädt die PGA of Germany ihre Mitglieder, Partner und zahlreiche Ehrengäste zur traditionellen PGA Arbeitstagung ein – nach der Corona-Zwangspause im letzten Jahr nun wieder in Form einer Präsenzveranstaltung im Kongress Palais der Stadt Kassel.**

„Die PGA Arbeitstagung und unsere Dinner-Party

sind Fixpunkte in unserem Jahreskalender. Sie bilden den Auftakt und sind zugleich Highlights unserer Saison als PGA Golfprofessionals. Ich freue mich sehr, dass wir 2022 wieder in Kassel zusammenkommen können, um uns auszutauschen, fortzubilden und zu informieren, und nicht zuletzt, um die neuen Fully Qualified PGA Golfprofessionals in unserem Kreis willkommen zu heißen, und um die Besten und Erfolgreichsten unserer Zukunft zu ehren und zu feiern“, so Kariem Baraka, der Präsident der PGA of Germany. „Es ist uns gelungen, ein abwechslungsreiches und hochkarätiges Programm zusammenzustellen, mit Referenten, die den Blick über den Tellerrand hinaus öffnen und Erkennt-

nisse teilen, die uns allen in unserem Arbeitsalltag helfen können.“

So gibt der ehemalige Geheimagent Leo Martin Tipps in Sachen Menschenkenntnis, David Orr beleuchtet das Putten, und Stephan Ehlers jongliert durch die Funktionsweise des menschlichen Gehirns. Michael Lins und Dr. Thomas Roth referieren über Rehasport auf dem Golfplatz, und Asmus Lembke und Martin Borgmeier weihen in die Geheimnisse des Long Driving ein.

Ein „Pflichttermin“ für alle Mitglieder der PGA of Germany, die aus Kassel wertvolles Know-how nicht nur für den eigenen Teaching-Alltag, sondern vor allem auch in ihre



Clubs und zum Clubmanagement mitnehmen können.

*Anmeldung unter [www.pga.de](http://www.pga.de) – dort steht auch das vollständige Programm zum Download bereit.*

Alle PGA-News:  
Matthias Lettenbichler

ZWISCHENSTAND TIER3 SOLUTIONS-STUDIE

# Wildkaninchen-Projekt auf Golfanlagen



Bereits Anfang des Jahres hat der DGV-Arbeitskreis Integrierter Pflanzenschutz (IPS) und die Forschungseinrichtung „tier3 solutions“, mit Sitz in Leverkusen, die Golfanlagen in NRW um ihre Mitarbeit gebeten, siehe die Aufrufe im *Greenkeepers Journal* sowie im *golfmanager* 1/21. Für die geplante Freilandstudie zum Verhalten von Kaninchen, zur Risikoabschätzung für europäische Pflanzenschutz-Zulassungsbehörden, wurden Golfanlagen gesucht, die zudem über ein ausrei-

chendes Aufkommen an Kaninchen verfügen. Hintergrund: Seit einigen Jahren nimmt der Besatz mit Wildkaninchen aufgrund der „China-Seuche – RHD“ stark ab. Die Pandemie erschwerte die Suche und umso dankbarer muss man den sechs Golfanlagen sein, die ihr Einverständnis erklärten und die Studie unterstützen!

Autorin und DGV-Arbeitskreis IPS-Vorsitzende Beate Licht im Gespräch mit Dr. Olaf Fülling, dem Studienleiter:

**?** Herr Dr. Fülling, Sie sind „Mammalogist“, was verbirgt sich genau hinter diesem Titel?

**!** „Mammalogist“ ist kein Titel, es steht einfach für „Säugetierkundler“. Ich habe Biologie mit Schwerpunkt Zoologie studiert und in Säugetier-Ökologie promoviert. Seither habe ich mich immer mit Säugetieren beschäftigt.

**?** „tier3 solutions“, die private Forschungseinrichtung, für die Sie arbeiten, ist auf Freilandstudien



**Dr. Olaf Fülling,**  
tier3 solutions GmbH

in ganz Europa spezialisiert. Bisher waren Sie eher auf landwirtschaftlichen Flächen wie Äckern oder Obstanlagen im Einsatz.



Bild: © Bildagentur Zoonar GmbH/shutterstock.com

wirkungen des Produktes auf Nicht-Ziel-Organismen untersucht werden. Mit anderen Worten, der Einsatz eines Fungizids beispielsweise auf dem Grün darf keine schädlichen Auswirkungen auf Wildtiere, wie z.B. Kaninchen oder Hasen haben. Um eine Risikobewertung vornehmen zu können fordern die europäischen Zulassungsbehörden Grundlagendaten aus Freilandstudien ein. Im Rahmen dieser Studie geht es z.B. darum, wie häufig Kaninchen und Hasen Grüns und Abschläge zur Nahrungsaufnahme aufsuchen.

**?** Wie ging es denn weiter, nachdem wir Ihnen Golfanlagen genannt hatten, die bereit waren, an einer derartigen Freilandstudie teilzunehmen?

**!** Zuerst haben wir die Golfanlagen besucht, um uns ein Bild von den dort vorhandenen Kaninchenbeständen zu machen. Parallel mussten wir für die Studie die Fangenehmigung für das vorgesehene GPS-Tracking, bei dem Kaninchen mit einem Senderhalsband versehen werden, einholen. Hierfür benötigten wir den positiven Entscheid der Tierschutzbehörden. Dieser Vorgang verzögerte sich, zum einen aufgrund von Corona, zum anderen, weil auch so eine Freilandstudie als Tierversuch gilt, der entsprechend geprüft werden muss. Das geschieht zunächst durch die zuständige Tierschutzbehörde, die dann aber den Antrag auch einer Laienkommission vorlegt. Diese Leute machen das nicht hauptberuflich und treffen sich daher auch nicht täglich, was in der Pandemie zu weiteren Verzögerungen geführt hat.

**Untersuchungen auf deutschen Golfanlagen waren bisher nicht üblich, oder?**

**!** Richtig! tier3 arbeitet in ganz Europa, aber eine Studie auf Golfplätzen war für meine Kollegen und mich völlig neu.

**?** Was ist genau das Ziel der von Ihnen durchgeführten Studie?

**!** Für die Zulassung oder die Verlängerung einer Zulassung von Pflanzenschutzmitteln müssen auch mögliche Aus-



**Mittels Lebendfallen wurden die Tiere gefangen, um ihnen Senderhalsbänder anzulegen. (Alle Abbildungen: tier3 solutions)**

**?** Mit welchen Methoden führen Sie nun diese Freilandstudien durch?

**!** Bereits Ende April begannen die nächtlichen Beobachtungen und Zählungen mit Hilfe eines Wärmebildgerätes, zweimal pro Monat. Dann kam im Juli, August und September das besagte GPS-Tracking von insgesamt elf Kaninchen an jeweils zwei Nächten pro Monat hinzu – das Resultat waren insgesamt 56 erfolgreiche GPS-Tage. Dazu haben wir zunächst die Kaninchen mit Stellnetzen gefangen und ihnen dann das Halsband angelegt. Die Daten konnten dann später ohne Kontakt über Funk heruntergeladen werden. Anhand von digitalen Karten können wir nun das

Bewegungsmuster und die Raumnutzung der besenderten Kaninchen exakt auswerten.

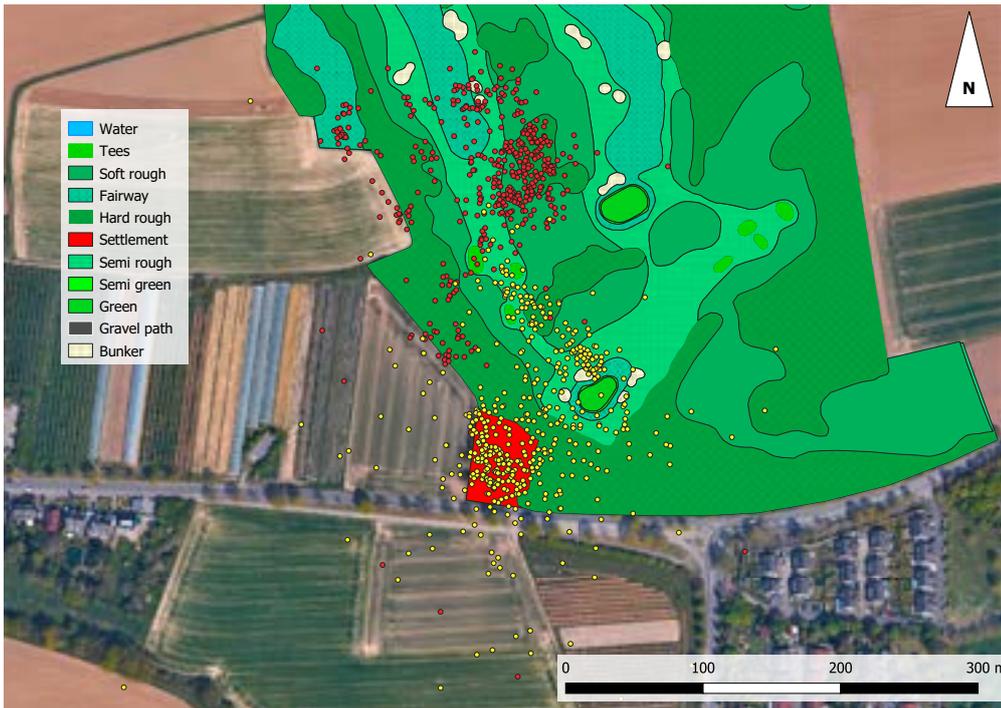
In diesen Nächten wurden außerdem, an ausgesuchten Grüns und Abschlägen, sogenannte Wildkameras installiert – Digitalkameras mit Infrarotblitz, die mittels eines Bewegungsmelder ausgelöst werden, wenn ein Tier vorbeiläuft. Diese Kameras dienen dazu, die Positionspunkte von den GPS-Halsbändern noch mit einer zweiten Methode zu verifizieren.

**?** Da fallen ja eine ganze Reihe an Daten an, was passiert damit?

**!** Derzeit liegen die Beobachtungsergebnisse



**Wärmebildkameras dienen Verhaltensbeobachtungen – auf dem Wärmebild zu erkennen: nächtliche Besucher (Reh und Hase).**



Die Abbildung zeigt beispielhaft die GPS-Daten von Kaninchen 1 (rot) und Kaninchen 2 (gelb) auf einer Golfanlage.

von insgesamt 43 Nächten im Zeitraum April bis September dieses Jahres vor. Auf allen sechs Golfplätzen zusammen haben wir gut 8.000 Beobachtungen von Kaninchen und 820 von Hasen gemacht. Bei weiteren 880 Beobachtungen

waren die Tiere zu weit entfernt oder hinter Vegetation teilweise verborgen, sodass wir im Wärmebild nicht sicher sehen konnten, ob es Hasen oder Kaninchen waren. Darüber hinaus haben wir auch eine Anzahl weiterer Tierarten beobach-

tet. Da waren Igel, Füchse, Dachse, Rehe und natürlich diverse Kleinsäuger wie Rötelmäuse oder Waldmäuse. Auch Fledermäuse und Eulen konnten wir in den Nächten beobachten.

Die Daten der Hasen und Kaninchen werden nun genau ausgewertet. Die digitalen Karten haben wir schon angesprochen. Dazu kommen jetzt die Verhaltensbeobachtungen durch die Wärmebildgeräte. Unsere Feldbiologen habe

die Tiere nicht nur gezählt, sondern jede Beobachtung einer Verhaltenskategorie wie z.B. Fressen, Ruhen etc. zugeordnet und auch die Struktur, also Abschlag, Grün, Spielbahnen oder Rough notiert.

? Sie konnten ja in diesem Jahr erst verspätet beginnen, wie geht es jetzt weiter?

! Uns fehlen nun noch die GPS-Daten für das Frühjahr, also April bis Juni 2022. Dazu müssen wir Ende März noch einmal 11 Kaninchen fangen und besendern und die Daten zweimal monatlich mittels Antenne herunterladen. Am Ende fangen wir dann noch einmal, um den Tieren die Sender wieder abzunehmen. Anschließend werden alle Ergebnisse in einem schriftlichen Report zusammengefasst.

Lieber Herr Dr. Fülling, schönen Dank für Ihre Ausführungen zum Zwischenstand der Studie – wir freuen uns, wenn wir gegebenenfalls in Auszügen Endergebnisse veröffentlichen dürften.

Das Gespräch führte unsere Autorin Beate Licht.

### Erfahrung bei der Mitwirkung an der Kaninchen-Studie



**Morris Kother,**  
Head-Greenkeeper  
Golfplatz Nieper Kühlen

Herr Kother, Ihrer Anlage war eine derer, die sich auf unseren Aufruf gemeldet hatte. Was waren Ihre bisherigen Erfahrungen?

„Ich kann nur Gutes berichten. Unsere Betreiberin hatte überhaupt keine Probleme mit der Studie und freut sich, wenn wir öffentlichkeitswirksam unsere schöne Anlage im Rahmen eines solchen Projektes präsentieren können. Das Spiel und die Pflege

**Morris Kother**  
(Foto: Privat)

wurden in keinsten Weise gestört. Die Golfer zeigten sich sehr aufgeschlossen und erkundigten sich interessiert nach den Vorgängen auf dem Platz, also auch hier keinerlei Beschwerden. Es gab schon die Anfrage, ob die Studie im nächsten Jahr fortgesetzt/wiederholt werden könne und seitens Betreiber gab es diesbzgl. bereits grünes Licht.“

### GREENKEEPER ONLINE

Gehen Sie mit uns online!



### GOLFMANAGER ONLINE

**JUBILÄUM DER ETABLIERTEN WERTE- UND QUALITÄTSGEMEINSCHAFT**

# Vor 20 Jahren: Gründungsversammlung der „The Leading Golf Courses of Germany“



**Blicken auf 20 Jahre Leading-Werte- und Qualitätsgemeinschaft zurück: Karl-Friedrich Löschhorn, Präsident der Leading Golf Clubs of Germany und des GC München Eichenried und Andreas Dorsch, Geschäftsführer der Leading Golf Clubs of Germany. (Foto: LGCG)**

Präsident Karl-Friedrich Löschhorn und Geschäftsführer Andreas Dorsch freuen sich: Vor 20 Jahren fand am 30. November 2001 im Hotel Bayerischer Hof in München

die Gründungsversammlung der „The Leading Golf Courses of Germany“ statt. Zum ersten Präsidenten wurde Dr. jur. Siegfried Bregenhorst vom GC Feldafing gewählt. An der

Gründungsversammlung nahmen die folgenden elf Golfclubs teil: GC Beuerberg, GC München Eichenried, GC Feldafing, GC Margarethenhof, GC Schloß Maxlrain, GC am Reichs-

wald, G&LC Regensburg, GC Schwanhof, St. Eurach L&GC, Wittelsbacher GC und der GC Wörthsee.

Seit 2018 nennt sich die Werte- und Qualitätsgemeinschaft „The Leading Golf Clubs of Germany“ und aktuell sind 36 deutsche Premium-Golfclubs stolze Mitglieder der LGCG.

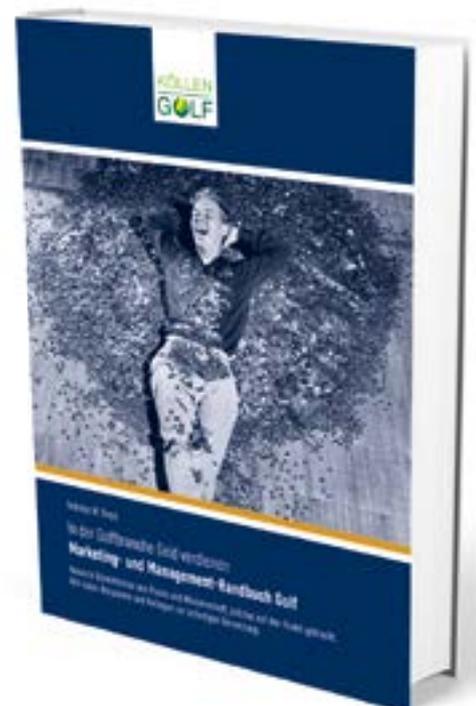
*Alles Wissenswerte rund um die Leading Golf Clubs of Germany, den Mitgliedern, wofür die Mitglieder stehen und zu den Benefits finden Sie unter [www.leading-golf.de](http://www.leading-golf.de).*

## Gut gemanagt.

### MARKETING UND MANAGEMENT-HANDBUCH GOLF

- Lernen Sie die Besonderheiten der Golfbranche kennen, Fallstricke vermeiden und Chancen zu Ihrem Vorteil nutzen.
- Für: Golf-Anlagen, Golf-Clubs, Golf-Manager, Golf-Professionals, Golf-Schulen, Golf-Kliniken, Golf-Physiotherapeuten, Golf-Reiseanbieter, Golf-Spezialisten, Golf-Pro-Shop und -Gastronomie-Betreiber sowie für Marketingagenturen in der Golfbranche uvm.
- Claus M. Kobold (Präsident Deutscher Golf Verband): „Das Handbuch überzeugt mit professionell aufbereiteten wissenschaftlichen und empirischen Erkenntnissen und bietet für alle Teilnehmer der Golfbranche viele wertvolle Mehrwerte.“

ANDREAS W. GROSS  
IN DER GOLFBRANCHE  
GELD VERDIENEN  
880 SEITEN  
€ 240,-



ISBN: 978-3-88579-560-5  
BESTELL-HOTLINE: 0228 98982-83  
SHOP@KOELLEN.DE · WWW.KOELLEN-GOLF.DE



**Die Köllen Druck+Verlag GmbH,  
der Golf Management Verband Deutschland e.V.  
und der Bundesverband Golfanlagen e.V.**

**wünschen allen Golfmanagern, Betreibern und Lesern  
des *golfmanager* sowie den Geschäftspartnern einen  
ruhigen Jahresausklang und einen guten, vor allem  
aber gesunden Start ins Jahr **2022!****

## **Mir reicht's**

„Am 6. Dezember besuchte ich, unter eingeschränkten Bedingungen und von Region zu Region noch dazu verschieden, die Häuser – meist unter 2G-Regeln! Trotz Kälte durfte ich mich drinnen nicht aufwärmen, der Mindestabstand musste auch eingehalten werden, d.h. Knecht Ruprecht konnte gleich zu Hause bleiben! Und jetzt, wo ich in Finnland wieder Zeit zum Golfen hätte, sind Rudolf und die anderen Rentiere in Quarantäne!

**Leute, lasst Euch impfen und haltet Euch an die Regeln, damit wir diese Pandemie allesamt schnellstmöglich nur mehr als schlimme Erinnerung im Gedächtnis behalten!“**

*i.A. Santa Claus*





# MACH MIT!

- Aktuelle Probleme/Erfolge in der Platz-Pflege
- Fachlich kompetent vorgestellt von Beate Licht und weiteren Fachautoren
- Mit den Erfahrungen und Tipps der Praktiker/Kollegen vor Ort
- Online auf der Startseite des FachPortals [gmjk-online.de](http://gmjk-online.de)
- Ausgewählte Fälle im FachMagazin *Greenkeepers Journal*
- Sie haben etwas beizutragen? Unter E-Mail: [beate.licht@googlemail.com](mailto:beate.licht@googlemail.com) oder [s.vogel@koellen.de](mailto:s.vogel@koellen.de) freuen wir uns über Ihre Nachricht!

## Impressum

**Verlag, Redaktion, Vertrieb und Anzeigenverwaltung:**  
Köllen Druck+Verlag GmbH  
Postfach 41 03 54  
53025 Bonn

Ernst-Robert-Curtius-Straße 14  
53117 Bonn  
Telefon 02 28/98 98-280  
Fax 02 28/98 98-299  
E-Mail: [verlag@koellen.de](mailto:verlag@koellen.de)

**Druck:**  
Köllen Druck+Verlag GmbH  
Ernst-Robert-Curtius-Straße 14  
53117 Bonn-Buschdorf  
Telefon 02 28 / 98 98 20

**Geschäftsführer:**  
Bastian Bleeck

**Redaktion:**  
Stefan Vogel (V.i.S.d.P.)  
E-Mail: [redaktion@koellen.de](mailto:redaktion@koellen.de)

**Fachredaktion:**  
Michael Althoff (Senior Editor)  
Dr. Michael Lenzen  
Beate Licht (Senior Editor)  
Peter Rücker  
Horst Schubert  
Adriaan A. Straten  
Franz Josef Ungerechts  
Andreas Dorsch (GMVD)  
Matthias Lettenbichler (PGA)  
Suzana Hopf (BVGA)

**Anzeigen:**  
Monika Tischler-Möbius  
Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom 01.01.2021

**Erscheinungsweise:** 6x jährlich

**Abonnement:**  
Jahresabonnement: 60,- EUR zzgl. MwSt. Abonnements verlängern sich automatisch um ein Jahr, wenn nicht sechs Wochen zum Jahresende schriftlich gekündigt wurde.

**Titelbild:**  
© Jacob Sjöman

**Layout und Satz:**  
Jacqueline Kuklinski

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung sowie das Recht zur Änderung oder Kürzung von Beiträgen, vorbehalten. Artikel, die mit dem Namen oder den Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in den Beiträgen die männliche Sprachform verwendet; sämtliche Personenbezeichnungen gelten aber für alle Geschlechter.

Offizielles Verbandsorgan von  
Golf Management Verband  
Deutschland e.V.



Bundesverband Golfanlagen e.V.





**2022 fordert Sie heraus**

**Sind Sie bereit für die  
Erwartungen Ihrer Besucher ?**

**Wir sind für Sie da und  
liefern Ihnen die Möglichkeiten.**

**ERFAHREN SIE MEHR VON EUROPAS MARKTFÜHRER**



**GOLF EUROPE**

**Adventure Golf with Confidence**



**Ein herausforderndes Jahr geht zu Ende.**

**Wir bedanken uns bei allen Golfanlagen für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünschen ein erfolgreiches und vor allem gesundes neues Jahr!**