

ABSOLVENTEN DES CCM-GRADUIERUNGSAHRS 2016:

Ohne Eigeninitiative geht es nicht

Nein, einfach war die Saison 2016 beileibe nicht – gerade für die Platzpflege waren die Witterungsbedingungen eine Herausforderung. Dass dies auch Auswirkungen auf das Clubmanagement hatte, ist verständlich. Die Befragung der DGV-Mitglieder für das Golfbarometer Herbst 2016 zeigte, dass die Stimmung auf den Golfanlagen im Grunde nicht schlecht ist. Stabile Mitgliederzahlen, ja sogar von einem leichten Wachstum ist darin die Rede, wirtschaftlich bewerteten 92,4% der Anlagen 2016 als befriedigend oder sogar gut. Wir befragten Führungskräfte im Clubmanagement konkreter nach ihren Erfahrungen und Erwartungen für das kommende Jahr.



Oliver Röckrath,
CCM 4 (2016),
Clubmanager Aachener
Golf-Club 1927 e. V.



Claudia Nemetz,
CCM 2 (2016),
Clubmanagerin GolfBerg
GmbH & Co. KG Golfclub
am Lüderich e.V.



Uwe Neumann,
CCM 2 (2016),
Geschäftsführer Golf-
anlage Ullersdorf GmbH
& Co. KG, GMVD-Vorstand
(Foto: Martin Joppen)



? Wie bewerten Sie das Jahr 2016 aus wirtschaftlicher Sicht; sind Sie mit dem Saisonverlauf zufrieden?

! Röckerath: Ich bin sehr zufrieden. Uns ist es gelungen in der vergangenen Saison die geplante Anzahl Neumitglieder aufzunehmen. Somit gestaltet sich das Verhältnis von Einnahmen und Ausgaben weiterhin positiv. Die Herausforderung für die Zukunft ist die Weiterentwicklung des Golfclubs mit all seinen Einrichtungen, um die Attraktivität für bestehende und künftige Mitglieder hoch zu halten. Die Qualität und der Pflegezustand des Platzes genießen eine hohe Priorität. Aus diesem Grund haben wir den Ausbau und die Modernisierung des Beregnungssystems auch in 2016 fortgeführt, mit dem Ziel, nicht nur die Grüns und deren Umgebung umfassender beregnen zu können, sondern auch einen ressourcenschonenden Einsatz zu gewährleisten. Drei Tees wurden neu angelegt bzw. erweitert und die Bebunkerung an drei Grüns anhand der Ursprungspläne von Harry S. Colt restauriert.

! Nemetz: Nach einem durchwachsenden Start aufgrund des regnerischen Wetters haben wir die Saison durch eine gute zweite Jahreshälfte fast kompensieren können. Die Schnupperkurse waren ab Juli regelmäßig fast ausgebucht und zwei Drittel der Teilnehmer starten nun mit einer Beginner-Mitgliedschaft. Eine intensive Betreuung der Interessenten und Bestandsmitglieder steht im Vordergrund und spiegelt sich in einem Mitgliederzuwachs wider. Zudem haben unter der Führung des neuen Head-Greenkeepers die Platz- und Grünqualität gewonnen, was die Mitglieder und Gäste sehr zu schätzen wissen. Natürlich gibt es immer wieder kleine und große „Rückschläge“, aber insgesamt geht es stetig weiter nach vorne.

! Neumann: Für die Golfanlage Dresden Ullersdorf war das Jahr 2016 erfolgreich. Da sich die Wetterkapriolen mit Starkregen oder lang anhaltender Trockenheit auf andere Regionen unseres Landes beschränkten, gab es in Dresden einen ausgewogenen Sonne-, Wolken- und Regenmix. Das half unseren Greenkeepern bei ihrer Arbeit, schuf eine Grundzufriedenheit bei den Mitgliedern (Platzqualität) und half bei der Durchführung von Veranstaltungen. Ein zum dritten Mal in Folge zu verzeichnender Mitgliederzuwachs

bestätigt Marketingmaßnahmen und Arbeitsabläufe im Umgang mit Interessenten. In Sachen Erfolg geht natürlich immer ein Quäntchen mehr, aber wir sind mit dem Verlauf des Jahres zufrieden.

? Wie waren Ihre Erfahrungen im zweiten Jahr der Kampagne „Mitte ins Glück“?

! Röckerath: Als traditioneller Golfclub haben wir an der DGV-Kampagne bisher nicht teilgenommen.

! Nemetz: Die Kampagne rückt Golf mehr in den Fokus der Öffentlichkeit und kann vielleicht helfen, die immer noch bestehenden Vorurteile abzubauen und Hemmschwellen für den Besuch einer Golfanlage zu nehmen. Wir selbst konnten bislang keine direkten Auswirkungen der Kampagne spüren.

! Neumann: Auf meiner Anlage wurde das Angebot für 19 Euro schnuppern zu können genutzt und nachgefragt. Die im Vorfeld mit vielen Lorbeeren versehene Fernsehwerbung war aber offensichtlich nicht intensiv genug oder doch nicht die richtige Methode, um für unseren Sport zu werben. Wir sind nur in Ausnahmen auf den TV-Spot angesprochen worden und wenn, dann

ausschließlich von Golfern, nicht aber von denen, die es erst noch werden sollen. Es muss aber jedem klar gewesen sein, dass man mit einem TV-Spot alleine, ohne eigene Initiative, nicht zum Erfolg kommt. Wer das beherzigt hat, wird, so wie wir auch, neue Mitglieder gewonnen haben.

? Was hat Sie motiviert, 2016 am CCM-Graduierungsverfahren teilzunehmen?

! Röckerath: Da ich bereits seit zehn Jahren im Golfgeschäft tätig bin, hat für mich eine Teilnahme am Graduierungssystem Sinn ergeben. Die Ausbildung zum DGV-Golfbetriebswirt im vergangenen Frühjahr hat meine Motivation und auch letztendlich den Willen gestärkt, mich stetig fortzubilden. Dies sehe ich im CCM-Graduierungsverfahren verwirklicht.

! Nemetz: 2016 stand im Turnus von zwei Jahren meine Aktualisierung als CCM an. Ich finde es gut, regelmäßige Weiter- und Fortbildungen zu dokumentieren. Somit setzt man auch positive Signale an Kollegen.

! Neumann: Das CCM-Programm zwingt dazu, die Disziplin zu wahren und sich für Weiterbildungen, Informationsveranstaltungen und viele weitere verfügbare Angeboten anzumelden und so CCM-Punkte zu „sammeln“. Für den Anlagenbetreiber, den ehrenamtlichen Vorstand, den Gesellschafter oder auch für das einzelne Mitglied ist der CCM-Status ein wichtiger Gradmesser. Jeder Außenstehende kann beurteilen, wie intensiv sich jemand um das Thema Aus- und Weiterbildung kümmert. In unserem Berufsfeld sind diese Dinge (noch) freiwillig, in anderen Berufen werden Teilnahmenachweise von Mitarbeitern jährlich eingefordert. Ich kann jeden nur ermuntern, sich graduieren zu lassen.

? Wie sind Ihre Erwartungen für das Jahr 2017?

! Röckerath: Bei der neuen Ausweiskennzeichnung bin ich gespannt, ob diese in der Praxis auch so zahlreich umgesetzt wird, wie es die Zustimmung beim letzten Verbandstag ver-

muten lässt. Wir haben schon länger eine preisliche Differenzierung der Greenfeekonditionen und werden dies auch zukünftig so halten.

! Nemetz: Nur eine eindeutige Positionierung bringt einen Vorteil gegenüber den regionalen Mitbewerbern. Mit einer Neupositionierung, einem neuen Logo und neuem Corporate Design haben wir in diesem Jahr begonnen und werden den Weg zur „Marke“ 2017 fortsetzen.

! Neumann: Meine Erwartungen in puncto Mitgliederentwicklung unterscheiden sich nicht von 2016. Wir werden mit den Aktivitäten, die wir vor drei Jahren begonnen haben, fortfahren. Dazu gehören die Kampagne „Mitten ins Glück“ und die von Marco Paeke initiierte „Gemeinsam-golfen-Aktion 2017“, die ich für wertvoll halte. Ich bin sehr zuversichtlich, dass uns der eingeschlagene Trend auch 2017 erhalten bleibt. Der Beschluss der neuen Kennzeichnung der DGV-Ausweise betrifft die Golfanlage Dresden Ullersdorf nur unwesentlich. Unsere Regionalität hätten wir auch schon vor zehn Jahren nachweisen können. Ich kann mir aber vorstellen, dass sich die personenbezogene Kennzeich-

nung für manche Anlage positiv auswirkt. In Sachen Greenfeepolitik wird sich nicht viel verändern.



? Die Welt wird digitaler, vernetzter, unberechenbarer. Das wirkt sich auch auf Kunden und betriebsinterne Prozesse von

Golfanlagen aus (Stichwort „Digitale Transformation/Industrie 4.0“). Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Arbeitswelt auf Golfanlagen durch die Digitalisierung entwickeln?

! Röckerath: Ich denke, es wird künftig Erleichterungen innerhalb der Sekretariatsarbeit geben. Ganz wegfallen dürften Angestellte in diesem Bereich allerdings nicht, da gerade der persönliche Kontakt zu Mitgliedern und Gästen eine große Bedeutung behalten wird. Im Greenkeeping dürften künftig einige Mäharbeiten programmier- und gps-steuerbar sein. Das würde zwangsläufig zu einer reduzierten Anzahl von Arbeitskräften führen. Auch wenn die Digitalisierung exponentiell voranschreitet, kann ich mir eine gravierende Änderung innerhalb der nächsten fünf Jahre noch nicht vorstellen. Ich freue mich aber schon auf die Herausforderung, mögliche Veränderungen mitarbeiterverträglich umzusetzen.

! Nemetz: Die Digitalisierung schafft mehr Raum für individuelle Betreuung, ermöglicht durch Online-Buchungssysteme (Startzeiten, Trainerstunden, Turniere ...) und erleichtert die Arbeit, z.B. durch den E-Mail-Versand von Rechnungen. Informationen zu transportieren und miteinander zu kommunizieren wird mit „Social Media“ immer leichter und schneller. Andererseits bringt dies aber auch „Probleme“ mit sich; man wird öffentlicher oder auch angreifbarer. Wir müssen uns mit den Möglichkeiten der Digitalisierung auseinandersetzen und entscheiden, was letztlich für die Golfanlage nützlich und sinnvoll ist.



! Neumann: Die Digitalisierung wird sich in allen Bereichen durchsetzen, auch auf den Golfanlagen. Der Prozess hat schon begonnen und wir stecken mitten im Wandel. „Social Media“, „Cloud“ oder „digitale Technologie“ sind Begriffe, mit denen wir täglich zu tun haben. Wir können und dürfen uns gegen diesen Wandel nicht sträuben, sondern müssen ihn mitgestalten. Jeder Golfclub lebt heute mit einer Facebook-Seite, nutzt einen Google Drive-Kalender und macht es möglich, Startzeiten online zu buchen. Das ist aber erst der Anfang und bis es den „letzten Winkel“ der Golfbranche erreicht hat, wird es noch einige Zeit dauern. Ob wir irgendwann im Greenkeeping per GPS mähen oder das Sekretariat zu großen Teilen von einem Terminal ersetzt wird, wird sich zeigen; aber Veränderungen wird es auch in dieser Richtung geben. Wer sich jetzt widersetzt, verliert an Boden seinen Wettbewerbern gegenüber, da bin ich sicher.

? Haben Sie ein konkretes Zukunftsprojekt für Ihre Anlage im Auge?

! Röckerath: Ja, die Vereinfachung der Struktur von Arbeitsprozessen von der Entscheidungsebene hin zu Angestellten und Mitgliedern. Aus der Historie heraus wurde der Aachener GC immer durch seinen ehrenamtlichen Vorstand vertreten und geführt. Mit der Installation eines hauptamtlichen Clubmanagements ist ein erster Schritt getan, die operativen Tätigkeiten sukzessive zu verlagern. Ausführung und Kontrolle der Entscheidungen des Vorstands können so konsequent optimiert werden. Die stetige Entwicklung wird in regelmäßigen Gesprächen aller Verantwortlichen kritisch durchleuchtet und zukunftsorientiert festgelegt.

! Nemetz: Wir möchten das Golf-schul-Konzept ausbauen und die Zusammenarbeit verbessern. Zudem ist geplant, die Driving Range zu optimieren, u.a. durch bessere Ziele und neue Abschlagmatten. Auch gilt es, die Auslastung zu erhöhen, z.B. mit Veranstaltungen und Kursen. Und schließlich sollen interne Arbeitsab-

läufe und die Kommunikation mit allen Bereichen der Golfanlage verbessert werden.

! Neumann: Wir planen die Erweiterung der Golfanlage um einen Kurzlochplatz. Wir sind uns sicher, dass wir mit dieser Erweiterung einen Mehrwert für die Mitglieder erzielen, aber auch ein Angebot für Platzreife-kurse, Jugendtraining, Übungsstunden u.v.m. geben können. Der Wunsch, Golf spielen zu können, ist bei vielen Menschen vorhanden, aber wir werden sie nur begeistern, wenn wir zusätzliche Angebote schaffen. Die Planungen sollen in den kommenden zwei Jahren umgesetzt werden.

? Bei der Fortbildung führt künftig sicher kein Weg an E-Learning-Fortbildungsmaßnahmen, z.B. an Webinaren, vorbei. Welche Rolle spielen diese E-Learning-Maßnahmen in Ihrer persönlichen Fortbildungsplanung?

! Röckerath: Wenn ich mich für eine Fortbildungsmaßnahme interessiere, geht es mir hauptsächlich um den Inhalt und die Sache. Wird diese durch E-Learning vermittelt, trifft das mit Sicherheit meine Zustimmung, weil dies etwas flexibel gestaltbar ist, was einem Golfmanager von Grund auf entgegenkommt. Sollte es allerdings eine klassische Fortbildungsveranstaltung sein, hat diese auch Vorteile, weil man so leichter in Kontakt mit Gleichgesinnten tritt und sich dann austauschen kann.

! Nemetz: Für die Einführung bzw. den Einstieg in ein Thema finde ich E-Learning durchaus sinnvoll. Davon abgesehen sind mir persönliche Treffen mit der Möglichkeit zum Austausch untereinander lieber.

! Neumann: Webinare gehören schon seit längerem zum normalen Fortbildungsalltag, auch bei uns. In Dresden ist diese Form im Hinblick auf Reiseaktivitäten besonders attraktiv, da sich die Angebote räumlich auf die Ballungszentren München, Stuttgart, Frankfurt oder NRW konzentrieren und wir immer zu langen Fahrten gezwungen sind.

Diese Angebote werden von Jahr zu Jahr wachsen, weil sie von „zu Hause“ genutzt werden können. Auch der GMVD hat diese Form der Fortbildung in seine Planung für 2017 aufgenommen.

? Welche Wünsche haben Sie an das E-Learning-Angebot der Golfbranche?

! Röckerath: Es könnte zeitlich noch flexibler sein. Vielleicht eine Plattform, die Fortbildungen zu allen den Golfbetrieb betreffenden Themen verschiedenster Anbieter und Träger vereint und auf der ich als Kunde, wie auf einer B2B-Ebene, die Fortbildungsprodukte auswählen kann, wann immer ich das wünsche.

! Nemetz: Ich würde mir ein flexibleres Angebot mit vielschichtigen Themen wünschen, auch einmal branchenübergreifend. Außerdem wäre es schön, wenn man auf Abruf Themen auswählen könnte, ohne vorherige Terminvorgabe.

! Neumann: Es wäre wünschenswert, wenn sich die Angebote auf alle Bereiche unserer Branche ausweiten, damit auch unsere Greenkeeper, Golflehrer und Gastronomen ihren Nutzen daraus ziehen könnten.

Dr. Johanna Damm
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
GMVD

Die nächste CCM-Graduierung steht vor der Tür. Denn der 28. Februar 2017 ist der Stichtag für den Eingang der Graduierungsunterlagen in der GMVD-Geschäftsstelle. Nutzen Sie die Winterzeit, um alle relevanten Unterlagen zusammenzustellen und den Graduierungsantrag für 2017 auszufüllen. Die Formulare stehen seit kurzem auf www.gmvd-ccm.de unter „CCM/Formularsätze“ zum Download bereit.