

MANAGING COMPETENCE

Neue Generation der Clubmanager mit CCM-Graduierung fit für die Zukunft

In diesem Jahr zählen zu den Teilnehmern des Graduierungsjahrgangs 2017 zum Certified Club Manager (CCM) zehn hauptamtliche Berufsangehörige, die neu zum Graduierungssystem gestoßen sind. Die Betrachtung des Jahrgangs zeigt zum wiederholten Mal: Die Heterogenität der Branche spiegelt sich auch in den Laufbahnenwürfen ihrer Akteure wider. Zum Teil arbeiten sie erst seit kurzem im Golfmanagement, zum Teil schon mehrere Jahre. Während die meisten echte „Golfmanagementgewächse“ sind, finden zudem immer wieder Quereinsteiger ihren Weg ins Clubmanage-

ment. Allen gemeinsam ist die bei CCM unverzichtbare ausgewiesene Golfmanagement-Expertise als Golfbetriebswirt (DGV) / Golfbetriebsmanager (IST) oder ein Hochschulstudium mit mehrjähriger, einschlägiger Clubmanagement-Erfahrung. Besonders auffallend am Graduierungsjahrgang 2017 ist die Vielfältigkeit besonders qualifizierter Einstiegsqualifikationen (kaufmännisch geprägte, branchennahe Hochschulausbildungen), ergänzt um praxisorientierte Zusatzqualifikationen (z.B. AEVO). Zudem blicken mittlerweile viele CCM-Teilnehmer in ihrer Vita auf professionalisierte

Praxiserfahrungen bei Mehranlagenbetreibern oder Hospitality-Profis wie zum Beispiel A-ROSA Scharmützelsee zurück, mit denen sie die Strukturen vereinsgeführter Anlagen sinnvoll bereichern können.

Nachfolgend sollen einige Graduierungseinsteiger des Jahrgangs 2017 vorgestellt werden. Dazu wurden sie von Dr. Johanna Damm vom GMVD zu ihren Projekten im Winter, Fortbildungsmaßnahmen und aktuellen Themen wie beispielsweise Digitalisierung, Neue Medien oder Golf & Gesundheit befragt.



Daniel Schulze

Manager im Golfclub Bonn-Godesberg in Wachtberg e.V. und CCM 4 (2017)

Daniel Schulze ist seit 2011 im Golfmanagement tätig. Der Diplom-Sportwissenschaftler begann seine Golflaufbahn als Vorstandsassistent eines innovativen Mehranlagen-Betreibers im Rheinland und sammelte dort besondere Erfahrungen in den Bereichen Neukonzeption von Mitgliedschaftsmodellen, Marketingkonzepte und Corporate Identity. Seit 2015 ist er als hauptamtlicher Clubmanager im GC Bonn-Godesberg in Wachtberg tätig.

Welche Projekte haben Sie sich für den Winter vorgenommen und welche Fortbildungen streben Sie in dieser Zeit an?

Auf meinem Programm stehen die Umsetzung der neuen EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSG), die Umstellung der EDV auf Cloudbetrieb, die Aktualisierung unseres Sicherheitskonzeptes sowie den Umbau der Übungsbereiche.

Neben dem 20. GMVD-Fortbildungsseminar im Oktober lasse ich mich zum Datenschutzbeauftragten im Verein und Verband zertifizieren. Außerdem werde ich am 6. Jugendgolf-Kongress des DGV teilnehmen und weitere, verschiedene Seminare besuchen.

Welche Programme zur Mitgliedergewinnung waren bei Ihnen im Club erfolgreich und warum?

Gut funktioniert haben die Einführung neuer Mitgliedschaftskonditionen (z.B. monatliche Zahlung, flexibler Einstieg, ermäßigte Beiträge bis 40 Jahre, keine Aufnahmegebühr). Ziel war der Zuwachs in der Altersklasse 28 bis 40 Jahre mit Hilfe eines reduzierten Beitrags angesichts des knappen Zeitbudgets (Beruf, Familie etc.). Dieses Ziel haben wir erreicht und durch das Schnupperjahr auch starken Zuwachs in anderen Altersklassen erhalten.

Durch die Einführung einer Jahresrangefee kommen öfter Gäste auf die Anlage, schlagen mehr Bälle, lernen so den Club kennen und spielen öfter gegen Greenfee bzw. werden Mitglieder. Außerdem haben wir die Kooperation „MoreGolf“ gegründet. Mitglieder des Golfclubs Burg Overbach, des Golf Clubs Wiesensee und des Golfclubs Bonn-Godesberg in Wachtberg können in allen drei Golfclubs kostenfrei spielen – so oft sie wollen. Die Aktion „Platzreife geschenkt!“ ist ebenfalls gelungen. Jeder, der innerhalb von acht Wochen nach erfolgreich bestandener Platzreife eine Mitgliedschaft im Golfclub Bonn-Godesberg abgeschlossen hat, bekam die Kosten der Platzreife voll auf die Mitgliedschaft angerechnet. Und: Erfolgreiche Jugendarbeit wirkt wie ein Magnet für Eltern und Angehörige.



Carolin Lessau

Golfmanagerin Golf Gut Glinde und CCM cand.

Carolin Lessau arbeitet bereits seit Mai 2008 in verschiedenen Positionen im Golfmanagement. Ihr Studium im Hotel- und Tourismusmanagement rundete sie zunächst durch Schwerpunkt-Erfahrungen bei den Golf Hospitality Profis von A-ROSA, Robinson und im Golfresort Jakobsberg ab, bevor sie als hauptamtliche Golfmanagerin bei Golf Gut Glinde, einer jüngeren gewerblich betriebenen Golfanlage im Großraum Hamburg, anheuerte. Trotz ihres bisherigen qualifizierten Werdegangs widmet sie sich weiterhin dem theoretischen „Golf-Handwerkszeug“: Anfang des Jahres absolvierte sie erfolgreich die Ausbildung zur Golfbetriebsassistentin (DGV), als nächstes steht der Golfbetriebswirt (DGV) an.

Welche Projekte haben Sie sich für den Winter vorgenommen und welche Fortbildungen streben Sie in dieser Zeit an?

Neben den üblichen Vorbereitungen für die kommende Saison und auf die „Hanse Golf“ im Februar, steht bei uns im Winter das Thema „Servicequalität“ auf dem Programm.

Nachdem ich Anfang dieses Jahres die Ausbildung zur Golfbetriebsassistentin erfolgreich bestanden habe, beginnt Anfang Dezember das erste Seminar zum Golfbetriebswirt (DGV). Da die Prüfungen hierfür im März

2018 stattfinden, werde ich den Winter zur Vorbereitung nutzen.

Sie beschäftigen sich u.a. mit der Förderung des Golfsports durch die deutschen Krankenkassen. Was ist aus Ihrer Sicht notwendig, damit diese den Wert des Golfsports für die Förderung der Gesundheit anerkennen?

Die Voraussetzungen der Krankenkassen für eine Förderung sind, dass Angebote erstellt werden, die nachhaltig, qualitätsgesichert und auf die gesetzlichen Bestimmungen ausgerichtet sind. Diese Art von Angebot muss demnach sowohl den Bestimmungen des Leitfadens Prävention, des Präventionsangebots gemäß § 20 SGB V als auch denen der zentralen Prüfstelle Prävention entsprechen. Eine Befragung hat ergeben, dass auch innerhalb der Krankenkassen noch viele Vorurteile dem Golfsport gegenüber bestehen, welche die gesundheitsfördernden Aspekte oft in Vergessenheit geraten lassen. Eine Förderung der Sportart ist für jeweils 9% der befragten Krankenkassen in begrenztem Ausmaß vorstellbar. Jeweils 18% der Befragten geben an, den Golfsport bei Erfüllung der Vorgaben nach dem Leitfaden Prävention zu unterstützen oder sich eine Förderung in geringem Ausmaß vorstellen zu können. Hieraus ergeben sich die Notwendigkeit eines wissenschaftlichen Nachweises der gesundheitsfördernden Wirkung und die Konzeption eines entsprechenden Kurskonzeptes.



Tim Schiffmann

Clubmanager im Golfclub Münster-Wilkinghege e.V. und CCM 4 (2017)

Tim Schiffmann absolvierte nach seiner Lehre als Bankkaufmann ein Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität des Saarlandes, welches er als Diplom-Kaufmann sowie als Diplom-Handelslehrer abschloss. Später erwarb er noch die Ausbildereignung der IHK. Bevor er 2015 als hauptamtlicher Clubmanager beim Traditionsclub Münster-Wilkinghege anfang, lernte er die tägliche Golfbetriebspraxis auf verschiedenen Anlagen eines süddeutschen Mehranlagen-Betreibers kennen. Abgerundet wird seine berufliche Qualifikation durch den Abschluss als Golfbetriebswirt (DGV).

Welche Projekte haben Sie sich für den Winter vorgenommen und welche Fortbildungen streben Sie in dieser Zeit an?

Ich wirke an der Vorbereitung des für 2018 geplanten Platzumbaus mit. Acht Grüns werden erneuert, gleichzeitig wird das Layout diverser Bahnen überarbeitet. Außerdem werde

ich mich auf die ab Mai 2018 geltende Datenschutz-Grundverordnung vorbereiten.

Vor kurzem habe ich am Herbst-Workshop des GMVD-Regionalkreises WEST sowie am GMVD-Fortbildungsseminar teilgenommen. Weitere Maßnahmen plane ich in diesem Jahr nicht, da meine Frau und ich auf die Geburt unseres ersten Kindes warten.

Ganz Deutschland spricht von den Herausforderungen der Digitalisierung. Wie sehen diese bei Ihnen im Club konkret aus und wie begegnen Sie diesen?

Im Winter wird unsere Telefonanlage auf VoIP umgestellt. Diese moderne, internetbasierte Alternative bietet mehr Flexibilität. Virtuelle Telefonanlagen sind leicht zu verwalten und man spart sich die Installation durch den Techniker sowie Wartungsverträge. Auch sind die Gesprächs- sowie Nutzungskosten günstiger. Außerdem gilt es, die Vorschriften der Datenschutz-Grundverordnung umzusetzen.



Katrin Schwarz

Clubmanagerin im Thüringer Golfclub Drei Gleichen Mühlberg e.V. und CCM 4 (2017)

Katrin Schwarz ist seit vier Jahren im Golfmanagement tätig und genauso lange im GMVD. Die gelernte Verlagskauffrau und studierte Betriebswirtin kommt als Führungskraft aus der Wirtschaft und somit als Quereinsteigerin in die Golfbranche. Vorbereitet durch einen erfolgreichen Abschluss als Golfbetriebsmanagerin (IST) betreut sie heute als hauptamtliche Clubmanagerin den Thüringer Golfclub Drei Gleichen Mühlberg.

Welche Projekte haben Sie sich für den Winter vorgenommen und welche Fortbildungen streben Sie in dieser Zeit an?

Es gibt zwei Projekte, die mich in den nächsten Wochen beschäftigen. Zum einen bauen wir ein komplett neues Clubsekretariat auf. Das bedeutet in erster Linie Personalentwicklung und zwei neue Kollegen fit für Golf bzw. für die neue Saison zu machen. Bei der Gelegenheit steht auch die Überprüfung der Abläufe an. Wir sind gespannt, wie die neuen Kollegen die Abläufe sehen und was wir nächstes Jahr anders machen. Das zweite Thema ist Firmengolf. Wir sind dabei, über verschiedene Kooperationen Golf für Firmen und deren Mitarbeiter anzubieten als Teil des betrieblichen Gesundheitswesens. Es geht dabei um Golf-Gesundheitstage, Firmenevents, Schnuppergolfer, Firmengolf-Card.

Ein „Neugierthema“ wird das Thema Crowdfunding sein. Wie können wir „frisches“ Kapital für die Golfanlage gewinnen, und zwar nicht nur über Spenden und eine

Veränderung der Gesellschafterstruktur? Die „Spaß-Fortbildung“ wird wohl der Golf-Fitness-Summit 2018 im Januar werden. Das Thema Fitness spielt in Hinblick auf das betriebliche Gesundheitswesen eine Rolle und macht halt auch Spaß. Und dann werde ich sehen, was bei den regionalen GMVD-Seminaren auf den Tagesordnungen steht.

Wie bewerten Sie die Kommunikation zwischen Greenkeepern und Golfmanagern? Was sollte sich aus Ihrer Sicht ändern?

Ich habe das große Glück, dass ich mit einem tollen Head-Greenkeeper zusammenarbeiten darf, der mich als Clubmanager sehr detailliert in seine Arbeit schauen lässt. Da das Thema Planung, Einkauf, Platzentwicklung (Umbau, Renovierung, Berechnung) bei mir liegt, müssen wir einfach reden und uns zusammenraufen. Was sollte sich ändern? Der Head-Greenkeeper hat eine Managementfunktion im Golfclub. Je nach Größe des Teams ist es wichtig, aus dem Greenkeeping den Input oder die Zuarbeit für strategische Entscheidungen auf der Managementebene zu bekommen. Deshalb sollte auf beiden Ausbildungswegen genau dieses Wissen vermittelt werden, sowohl für Führungskräfte (Head-Greenkeeper/Clubmanager) als auch für alle anderen Mitarbeiter (Clubmitarbeiter/Platzarbeiter etc.). Golf ist unser gemeinsames Produkt. Eine Clubsekretärin muss erklären können, warum wir gerade heute aerifizieren. Und ein Greenkeeper muss auch wissen, wie Golfer „gemacht“ werden und wie er mit seiner Arbeit dazu beitragen kann, dass am Ende als Ergebnis ein toller Golftag steht.



Jens Bucker

Clubmanager der Golfanlage Rottbach und CCM 4 (2017)

Jens Bucker ist bereits seit 1999 in der Golfbranche tätig. Der studierte Diplom-Sportökonom mit Zusatzabschluss „European Master of Sport Management“ sammelte seine praktischen Erfahrungen unter anderem bei einem professionellen Turnierveranstalter sowie in verschiedenen Funktionen auf süddeutschen GolfRange-Anlagen. Seit 2010 lenkt er die Geschicke der insgesamt 30 Spielbahnen der Golfanlage Rottbach, die schon rein äußerlich eine Sonderstellung im GolfRange-Verbund innehaben dürfte. Jens Bucker wird lediglich aus Gründen des CCM-Systems als CCM 4 (2017) eingestuft, hat aber schon jetzt die Voraussetzung für die nächste Umstufung in weiten Teilen nachgewiesen.

Welche Projekte haben Sie sich für den Winter vorgenommen und welche Fortbildungen streben Sie in dieser Zeit an?

In den nächsten Monaten stehen neben diversen Renovierungsmaßnahmen auf der Golfanlage Rottbach die jährlichen Planungen und Budgetierungen für 2018 auf dem Programm.

Nach nun 15 Jahren als Clubmanager von Golfanlagen habe ich mich letztes Jahr entschlossen doch noch die Graduierung zum CCM zu machen. In diesem Winter würde ich gerne diese Qualifizierung fortsetzen und die nächsten Stufen erreichen.

Was sind Ihre Erfahrungswerte bei einer Neu- bzw. Umstrukturierung einer Golfanlage?

Die Aufgaben eines Managers bei einem Neubau bzw. der Übernahme einer bereits bestehenden Golfanlage sind sehr vielfältig. Bei einem Neubau schlägt man sich noch mit bürokratischen Genehmigungen, Abläufen diverser Baufirmen sowie Akquisition von Mitgliedern viel Zeit um die Ohren. Bei einer bereits bestehenden Anlage gilt es eher mit Fingerspitzengefühl alte Strukturen aufzubrechen und Abläufe effizienter zu gestalten. Als Mitarbeiter der größten Betreibergesellschaft von Golfanlagen im deutschsprachigen Raum habe ich einen idealen Arbeitgeber gefunden, um vor allem wirtschaftliche Aspekte von vielen Seiten zu beleuchten.



Sven Jakobsohn

Clubmanager im Golf Club Salzgitter/Liebenburg e.V. und CCM cand.

Sven Jakobsohn ist mit 22 Jahren der CCM-Youngster unter den diesjährigen Teilnehmern. Der studierte Sportmanager absolvierte ein Praktikum bei A-ROSA Scharmützelsee, wo er für die

Planung & Organisation der Faldo Series Germany 2016 zuständig war. Seit kurzem ist er als hauptamtlicher Clubmanager im GC Salzgitter/Liebenburg tätig.

Welche Projekte haben Sie sich für den Winter vorgenommen und welche Fortbildungen streben Sie in dieser Zeit an?

Da es sich hier im Golf Club Salzgitter/Liebenburg e.V. um meine erste Clubmanagerstelle handelt, erachte ich die Evaluierung der vergangenen Golfsaison und die daraus ableitbaren Optimierungspotenziale als enorm wichtig für die Weiterentwicklung des Clubs, aber auch für meine persönliche Entwicklung. Eines unserer großen Winter-Projekte ist die Neugestaltung unserer Clubhomepage. Die jetzige entspricht nicht mehr den Erfordernissen der User. Mit der Neugestaltung möchten wir sicherstellen, dass unsere Mitglieder und Gäste alle wichtigen Informationen auf einen Blick erhalten. Des Weiteren wird auch die Beitragsordnung eine umfassende Überarbeitung erfahren. Damit ist aber keinesfalls die Erhöhung von Beiträgen gemeint, sondern viel mehr eine stärkere Anpassung an unsere Zielgruppen. Es muss uns gelingen, Herausforderungen wie dem demographischen Wandel auch mit unseren Beiträgen aktiv zu begegnen, um die Zukunftsfähigkeit des Clubs zu sichern.

Konkrete Veranstaltungen habe ich bislang noch nicht ins Auge gefasst. Wenn die letzten Turniere abgewickelt sind, werde ich meine Planung diesbezüglich konkretisieren. Eine

Besonderheit des Golf Clubs Salzgitter/Liebenburg e.V. ist seine clubeigene Gastronomie. Im Hinblick darauf hatte ich mir vorgenommen, den Sachkundenachweis Gastronomie bei der IHK zu erwerben. Wenn möglich würde ich darüber hinaus auch gern meine Kenntnisse im Bereich des Greenkeepings ausweiten.

Sie haben Ihre Bachelorarbeit zum Thema „Controlling im Golfsport: Entwicklung einer clubspezifischen Balanced Scorecard“ geschrieben. Mit welcher Erkenntnis?

Während bis in die Anfangsjahre des neuen Jahrtausends nahezu ausschließlich finanzielle Kennzahlensysteme, die auf harte Faktoren wie Umsatz, Gewinn und Rendite fokussiert waren, bei der Unternehmensführung dominierten, hielten in den folgenden Jahren zunehmend auch weichere Faktoren wie die Kundentreue oder die Mitarbeiterzufriedenheit Einzug. Aus meiner Sicht ist daher die ganzheitliche Betrachtungsweise (Balanced view) des eigenen Clubs/Unternehmens mit allen für den Club erforderlichen Erfolgsfaktoren wichtig. Ein Beispiel ist das oftmals kaum genutzte Potenzial der Social Media. Die erste Anlaufstelle von Greenfeespielern - egal ob jung oder alt - ist heutzutage nahezu ausnahmslos das Internet. Ziel ist es, innerhalb weniger Clicks alle Kerninformationen - Platzzustand, Öffnungszeiten, Preise, usw. - zusammenstellen zu können. Vor allem Facebook bietet mit der Vorstellung seiner eigenen Golfanlage mit Hilfe von Bildern eine nahezu optimale Plattform. Der moderne Golfmanager sollte neben klassischen Messgrößen wie der Mitgliederentwicklung auch Messgrößen zur Quantifizierung des Traffics, z.B. auf der Facebook-Seite seines Clubs, in sein Kennzahlensystem integrieren.



Thomas Marxsen

Clubmanager bei der Golfvision Brunstorf GmbH & Co. KG und CCM 4 (2017)

Thomas Marxsen kommt in diesem CCM-Jahrgang als zweiter Quereinsteiger aus der Wirtschaft. Trotzdem ist er mit dem Clubmanagement seiner Golfanlage bestens vertraut, hat er doch sein

Hobby zur Profession gemacht: Seit 2006 ist der gelernte Einzelhandelskaufmann in unterschiedlichsten Ämtern und Funktionen für seinen Club tätig. Heute betreut er als hauptamtlicher Clubmanager den Golfclub Brunstorf, unter anderem auf der fachlichen Basis eines erfolgreichen Abschlusses als Golfbetriebsmanager (IST).

Welche Projekte haben Sie sich für den Winter vorgenommen und welche Fortbildungen streben Sie in dieser Zeit an?

Bei mir stehen folgende Dinge auf der Agenda: Vorbereitung der neuen Saison, Umbaumaßnahmen auf dem Platz, dadurch Rating zur neuen Saison (impliziert neue Platzbeschreibung und Birdiebook), Anpassung der Homepage, Ansprache und Eingliederung der vielen neuen Mitglieder

sowie die Vorbereitung auf die neue Datenschutzverordnung. Hierfür suche ich noch nach einer Fortbildungsmaßnahme mit Praxisbezug. Abgesehen davon habe ich das GMVD-Fortbildungsseminar in Wiesbaden besucht. 2018 folgen Regionalkreistreffen des GMVD und monatliche Golftermine mit guten Gesprächen unter Kollegen.

Nutzen Sie im Club die neuen Medien? Wenn ja, wie?

In den letzten beiden Jahren haben wir im Club von den neuen Medien lediglich Facebook genutzt, das aber intensiv. Über unsere Homepage haben die Mitglieder und Gäste auch die Möglichkeit unsere Facebook-Seite zu besuchen, ohne selbst dort Mitglied zu sein. Zum Teil erreichen wir gute Verbreitungszahlen, am besten mit Randthemen zum Golf, schönen Winterbildern, Fauna und Flora oder Überschwemmungen und Sturmschäden. Deshalb werden wir demnächst auch Instagram bedienen. Zur Mitgliederwerbung haben wir auch auf Facebook gewerbliche Anzeigen geschaltet – mit überaus gutem Ergebnis.