

ECHO AUS DER GOLFSZENE

Stimmen zum DGV-Verbandstag 2016

Ein Jahr unter dem Vorsitz von Präsident Claus M. Kobold ist vorüber, sein Resümee zum DGV-Verbandstag 2016 wurde mit Spannung erwartet. Auch die Aufgabenverteilung innerhalb der Wiesbadener Geschäftsstelle knapp ein halbes Jahr „nach“ Klaus Dallmeyer warf im Vorfeld des Verbandstages Fragen auf. Unser Eindruck: Ein sehr solider Verbandstag, nicht zuletzt dank des fairen Umgangs der Mitglieder mit „ihrem“ Vorstand.

Wir haben im Nachgang zur Jahrestagung einige Praktiker aus dem Golfmanagement, allesamt Certified Club Manager (CCM), befragt. Die persönlichen Eindrücke und Erwartungen, die Dr. Johanna Thiel zusammengetragen hat, finden Sie nachstehend.



Korbinian Kofler

CCM 2 (2015), Geschäftsführer Golfclub München Eichenried GmbH & Co. KG sowie GMVD-Präsident

Statement

1. Ein Jahr DGV-Präsident Claus Kobold: Wurden Ihre Erwartungen bislang erfüllt?

Der gesamte Vorstand unter Leitung von Präsident Claus Kobold stand vor schwierigen Aufgaben, die aus meiner Sicht positiv und im Sinne der Mitglieder in Angriff genommen wurden. Wir alle – Mitglieder und Partnerverbände – müssen zusammen die Herausforderungen des Marktes bestmöglich meistern. Der DGV-Vorstand ist nach einem Jahr auf einem wirklich guten Weg.

2. Wie zufrieden sind Sie mit dem Verlauf des Verbandstages vor dem Hintergrund der erneuten Antragsflut im Vorfeld?

Der Verbandstag drohte auf Grund der Antragsflut auf viele abschreckend zu wirken und ich denke, dass die Anzahl der vertretenen Stimmen höher hätte sein können. Die sehr gute Vorbereitung durch den DGV und die Disziplin der Teilnehmer haben den Verbandstag zu einem für den deutschen Golfsport sehr ordentlichen Verlauf verholfen. Die klaren Mehrheiten zu den Anträgen zeigen ein eindeutiges Bild der Golfgemeinschaft und geben dem Vorstand eine neue Zielvorgabe.

3. Ist die Neuausrichtung der VcG, also die Fokussierung auf Neugolfergewinnung, aus Ihrer Sicht sinnvoll oder nicht bzw. warum?

Die Neuausrichtung ist für mich persönlich noch nicht ganz schlüssig und ich bin gespannt, wie dies dann in der Zukunft umgesetzt werden soll. Möglichkeiten, Zielgruppen anzusprechen, die wir Clubs nicht erreichen können, sehe

ich keine. Zudem sollten die Services der VcG für die Clubs deutlicher kommuniziert werden. Wenn die VcG auf die Clubs mehr zugehen würde, fände ich das eine gelungene Neuerung.

4. Wie bewerten Sie die Neugestaltung der DGV-Ausweise mit einer neuen Regionalitäts-Kennzeichnung?

Die Verknappung des Einzugsgebietes wie von Herrn Klose vorgestellt finde ich eine sehr gute Entscheidung und ich kann nur an die Clubs appellieren, die vollzahlenden, regionalen und mit der 15% Klausel auch die vollzahlenden, „auswärtigen“ Mitglieder zu stärken. Dann kann man bessere Greenfee-Politik betreiben. Zudem wünsche ich mir, dass alle Clubs ihr Greenfee grundsätzlich anheben, um auch die Wirtschaftlichkeit zu verbessern. Wenn wir alle ein Greenfee ab 80 Euro plus für 18-Löcher hätten, wäre schon viel gewonnen.

5. Welche Erwartungshaltung haben Sie in Bezug auf das zweite Jahr der DGV-Werbekampagne?

Die Werbekampagne ist doch eine Imagekampagne für den Golfsport in Deutschland. Ich finde diese gut, denn kein anderer Verband in Deutschland arbeitet so flächendeckend für seine Sportart. Die Clubs profitieren erst nach einigen Jahren von dieser Kampagne und müssen aber seit Beginn ihre Golfergewinnung an diese Kampagne angepasst haben oder spätestens ab dieser Saison tun. Nur so können wir in einigen Jahren davon profitieren. Unsere Hausaufgaben müssen wir weiterhin selbst machen und regional alle Hebel in Gang setzen. Ich wünsche allen viel Erfolg.



Horst Schubert

CCM 2 (2015), Vorstand der Golf- und Country Club Seddiner See AG und
Vorstandsmitglied der Leading Golf Courses of Germany

Statement

1. Ein Jahr DGV-Präsident Claus Kobold: Wurden Ihre Erwartungen bislang erfüllt?

Meine persönlichen Erwartungen sind bisher mehr als erfüllt worden. Claus M. Kobold und Achim Battermann ist es gelungen, in kurzer Zeit die Stimmung und die Motivation in der DGV-Geschäftsstelle „wiederzubeleben“; mit dem Ergebnis, dass Geschäftsstelle und Präsidium jetzt als geschlossenes Team einen hervorragenden Eindruck nach außen vermitteln und sich auf die Sacharbeit konzentrieren können. Zu tun gibt es ja genug.

2. Wie zufrieden sind Sie mit dem Verlauf des Verbandstages vor dem Hintergrund der erneuten Antragsflut im Vorfeld?

Die Zustimmung zu Antrag 1 mit rund 85% war ein eindrucksvoller Vertrauensbeweis der breiten Masse der auf dem Verbandstag vertretenen Clubs und Golfanlagen. Auf Grund der exzellenten und taktisch klugen Vorbereitung und der souveränen Versammlungsleitung ist es der Geschäftsstelle und dem Präsidium gelungen, den Verbandstag in einer geradezu untypischen Harmonie und Sachlichkeit abzuwickeln. Diese DGV-Mannschaft ist in der Lage, die anstehenden Probleme aufzugreifen und Lösungsvorschläge nicht nur zu erarbeiten, sondern diese auch zu erklären und zu vermitteln. Das ist auf dem Verbandstag mustergültig gelungen und von der großen Mehrheit auch mit dem entsprechenden Abstimmverhalten honoriert worden. Chapeau!

3. Ist die Neuausrichtung der VcG, also die Fokussierung auf Neugolfergewinnung, aus Ihrer Sicht sinnvoll oder nicht bzw. warum?

Meines Erachtens ist die Neuausrichtung sinnvoll. Nach meinem Verständnis ist es die Kernaufgabe der VcG, club-ungebundenen Golfern eine „Heimat“ zu bieten und diese zu animieren, mittelfristig einem Golfclub beizutre-

ten. Mit Zwangsmaßnahmen wird die VcG hierbei jedoch keinen Erfolg haben. Hiervon würden nur die Kartenhändler profitieren. Nichtsdestotrotz wird es auch weiterhin den Einen oder Anderen geben mit der Forderung nach Abschaffung der VcG. Nicht jeder hat bisher verstanden, dass die VcG nicht die Ursache für den Markt der Wenigspieler ist, sondern die Konsequenz daraus. Und wenn dieser Markt der club-ungebundenen Golfer nun einmal existiert (und sogar weiter wächst), dann sehe ich diese Golfer lieber in der VcG als bei einem Kartenhändler.

4. Wie bewerten Sie die Neugestaltung der DGV-Ausweise mit einer neuen Regionalitäts-Kennzeichnung?

Das alte Kennzeichnungssystem hat mich von Anfang an nicht überzeugt. Der G&CC Seddiner See hat deshalb auch erst mit einiger Verspätung an der Hologramm-Kennzeichnung teilgenommen – weil sich nämlich in zunehmendem Maße Seddiner Clubmitglieder bei mir beschwert hatten, auf Grund des fehlenden Gold-Hologramms auf dem DGV-Ausweis auf anderen Golfanlagen als „Billig-Golfer“ denunziert zu werden. Somit weine ich dem alten Kennzeichnungssystem „keine Träne nach“. Das neue System ist nach meiner Einschätzung deutlich aussagekräftiger. Gleichwohl wird es sicherlich Fälle geben, in denen auch das neue Kennzeichnungssystem der Wirklichkeit nur bedingt gerecht wird. Das gilt aber generell für jedes Kennzeichnungssystem – wie auch immer es gestaltet wäre. Die Realität ist nun einmal komplexer als jedes Modell.

5. Welche Erwartungshaltung haben Sie in Bezug auf das zweite Jahr der DGV-Werbekampagne?

Werbekampagnen – wie die hier vom DGV initiierte – entfalten die gewünschte Wirkung nicht von heute auf morgen. Deshalb glaube ich, dass die Auswirkungen im zweiten Kampagnenjahr deutlicher spürbar sein werden als im ersten Jahr.





Marta Lusawa

CCM 4 (2011), Golfmanagerin bei der Golfplatz Prenden AG

Statement

1. Ein Jahr DGV-Präsident Claus Kobold: Wurden Ihre Erwartungen bislang erfüllt?

Ich hatte keine spezifischen Erwartungen an den neuen Präsidenten. Dass ein neuer Wind weht, ist jedoch spürbar. Die Stimmung im Verband, in der Geschäftsstelle und unter den Mitgliedern ist abgemildert und der Ton ist leiser geworden.

2. Wie zufrieden sind Sie mit dem Verlauf des Verbandstages vor dem Hintergrund der erneuten Antragsflut im Vorfeld?

Der Verbandstag hat mich positiv überrascht. Die Stimmung im Vorfeld war sehr angespannt und der Ton rau. Die Grafik von Herrn Klose zu der Abstimmung und den Auswirkungen war sehr beeindruckend. Trotz der vielen Anträge im Vorfeld, entwickelte sich der Verbandstag zu einer strukturierten, sachlichen Veranstaltung.

3. Ist die Neuausrichtung der VcG, also die Fokussierung auf Neugolfergewinnung, aus Ihrer Sicht sinnvoll oder nicht bzw. warum?

Ich denke, dass die VcG stets ihren Fokus auf die Neugolfergewinnung richtet. Sie bietet aber auch vielen dieser Neugolfer eine erste Golfheimat. Ich stelle mir immer wieder die Frage, wo Golf heute stehen würde, wenn es die VcG nicht gegeben hätte. Wäre Golf zu einem Breitensport geworden oder immer noch elitär (und teuer)? Wenn sich die VcG auf die Neugolfergewinnung konzentriert und keine Mitgliedschaften verkauft, woher soll das Budget für

die Neugolfergewinnung kommen? Bezahlen die Clubs? Bei allen Diskussionen über die VcG sollte man vielleicht einfach die Mitglieder der VcG befragen, was sie denn tun würden, wenn sich die VcG auflösen würde! Ich bin fest davon überzeugt, dass uns solch ein Ergebnis erschüttern würde.

4. Wie bewerten Sie die Neugestaltung der DGV-Ausweise mit einer neuen Regionalitäts-Kennzeichnung?

Die Neugestaltung des DGV-Ausweises ist und bleibt ein langjähriges Thema. Auch durch die Neugestaltung wird sich nicht viel ändern. Die Golfanlagen, die bisher das Greenfee differenziert haben, werden es weiterhin tun, und alle anderen werden es nicht tun. Wie soll auch eine Greenfeedifferenzierung stattfinden bei all dem Überfluss an Kooperationen, Rabatten, Golfführern, Greenfeekarten usw.? Was wir leider alle oft vergessen, wir sind DIENSTLEISTER, und sollten den Kunden in den Fokus stellen und ihn nicht differenzieren.

5. Welche Erwartungshaltung haben Sie in Bezug auf das zweite Jahr der DGV-Werbekampagne?

Die Werbekampagne dient in meinen Augen als unterstützendes Instrument für die Aktionen der Golfanlagen. Ich erwarte nichts von der Werbekampagne, denn um den gewünschten Effekt zu bekommen, ist das zur Verfügung gestellte Budget zu gering. Wir sollten alle unsere Erwartungen in unsere Golfanlagen stecken, denn wie wir alle wissen: „All Business is Local“!





Daniela Hauffe

CCM 4 (2013), Clubmanagerin im Golfclub Bruchsal e.V.

Statement

1. Ein Jahr DGV-Präsident Claus Kobold: Wurden Ihre Erwartungen bislang erfüllt?

Meine Erwartungen zu unserem DGV-Präsidenten Claus M. Kobold wurden im ersten Jahr seiner Amtszeit sehr gut erfüllt. Seine Kompetenz und Redegewandtheit sind in jeder Hinsicht professionell, klar, direkt und kompetent.

2. Wie zufrieden sind Sie mit dem Verlauf des Verbandstages vor dem Hintergrund der erneuten Antragsflut im Vorfeld?

Der Verlauf des Verbandstages war ein großer Erfolg bezüglich Ablauf, Organisation und Vorbereitung. Das Hearing wurde im zeitlichen Ablauf durchgeführt, die Fragen der Teilnehmer mit bestimmter, aussagekräftiger Antwort seitens des DGVs sehr gut beantwortet. Der Verbandstag am Samstag war ebenfalls gut vorbereitet; es wurden alle Wahrscheinlichkeiten der Anträge im Vorfeld durchgespielt, so dass klare Aussagen getroffen werden konnten. Die Ergebnisse der Abstimmungen haben es deutlich gezeigt.

3. Ist die Neuausrichtung der VcG, also die Fokussierung auf Neugolfergewinnung, aus Ihrer Sicht sinnvoll oder nicht bzw. warum?

Die Neuausrichtung der VcG ist aus meiner Sicht sinnvoll. Der Fokus sollte auf Neugolfern und Einsteigern liegen.

Damit ist ein Anfang geschaffen, um diese Golfer im Nachhinein in die Golfclubs in ihrer Nähe zu bringen.

4. Wie bewerten Sie die Neugestaltung der DGV-Ausweise mit einer neuen Regionalitäts-Kennzeichnung?

Die Vereinfachung der Neugestaltung des DGV-Ausweises ergibt Sinn. Die Regionalitäts-Kennzeichnung bezieht sich dann auf jeden einzelnen Spieler (Wohnort) im Umkreis der 70 km-Zone des Clubs und ist nicht mehr nach dem Club gerichtet. Da laut Statistik des DGV die meisten Clubmitglieder sowieso aus dieser Region kommen, ist es ein Fortschritt für die Clubs, die sich an der jetzigen Kennzeichnung bisher nicht beteiligt haben. Das Abstimmungsergebnis hat bewiesen, dass die Entscheidung zur Vereinfachung und Neugestaltung des DGV-Ausweises ein Schritt nach vorn ist.

5. Welche Erwartungshaltung haben Sie in Bezug auf das zweite Jahr der DGV-Werbekampagne?

Gezielte Werbemaßnahmen sind in der heutigen Zeit und gerade im Golfsport sehr wichtig, um mehr Interessenten und Neugolfer zu gewinnen. Wir müssen mehr Menschen inspirieren, sich mit dem Golfsport auseinanderzusetzen und diesen auch auszuprobieren. Aus diesem Grunde schätze ich es sehr, dass die Werbekampagne in diesem Umfang fortgeführt wird, und wir stehen als Golfclub dahinter.





Gerd Petermann-Casanova

CCM 2 (2013), Clubmanager im Golf-Club Neuhof e.V.

Statement

1. Ein Jahr DGV-Präsident Claus Kobold: Wurden Ihre Erwartungen bislang erfüllt?

In seinem ersten Jahr als DGV-Präsident verstand Claus M. Kobold es, durch seine ruhige, eher zurückhaltende Art, den DGV zu führen. Dabei spielen sicherlich seine gesammelten Erfahrungen im Landesverband Sachsen und Thüringen, seine Zeit im DGV-Präsidium und sein Amt als Präsident des GC Dresden Elbflorenz eine Rolle. Man spürt, dass er an die gestellten und kommenden Aufgaben sehr positiv herangeht und dabei stets lösungsorientiert ist. Dieses Handeln entspricht voll und ganz meinen Erwartungen.

2. Wie zufrieden sind Sie mit dem Verlauf des Verbandstages vor dem Hintergrund der erneuten Antragsflut im Vorfeld?

Die Verbandstagung ist meiner Meinung nach überraschend ruhig verlaufen. Die enorme Antragsflut im Vorfeld stellte eine echte Herausforderung dar. Herr Kobold und seine Vorstandskollegen haben den Verbandstag hervorragend geleitet. Ich selbst bin mit dem Verlauf des Verbandstages sehr zufrieden gewesen.

3. Ist die Neuausrichtung der VcG, also die Fokussierung auf Neugolfergewinnung, aus Ihrer Sicht sinnvoll oder nicht bzw. warum?

Die Neuausrichtung bzw. Rückführung der VcG auf seine eigentliche Bestimmung war überfällig. Die VcG war immer dazu gedacht, Neugolfer an den Golfsport heran-

und später den Clubs zuzuführen. Sie war nie gedacht als „Wohlfühloase“ oder ständige Heimat. Deshalb finde ich diesen Schritt richtig.

4. Wie bewerten Sie die Neugestaltung der DGV-Ausweise mit einer neuen Regionalitäts-Kennzeichnung?

Für die meisten Golfclubs, besonders die, die vorher schon das goldene Hologramm hatten, ändert sich nichts. Im Unterschied zu der bisherigen Kennzeichnung wird jetzt aber der einzelne Golfer eingestuft. Dies ist zu begrüßen, denn der Golfer erkennt eher die Wichtigkeit und die Vorteile einer ordentlichen Mitgliedschaft in der Nähe seines Wohnorts. Das differenzierte Preismodell bei den Greenfees wäre in diesem Zusammenhang das richtige Signal, um den Gedanken der Kartenkennzeichnung auch umzusetzen.

5. Welche Erwartungshaltung haben Sie in Bezug auf das zweite Jahr der DGV-Werbekampagne?

Die 19 €-Werbekampagne des DGV war für die Golfclubs mit viel administrativem wie auch personellem Aufwand verbunden, welcher bestimmt nicht von jedem geleistet werden konnte. In meinen Golfclub kamen über das letzte Jahr mehr Menschen als gedacht und wir denken, dass wir dieses Jahr die Zahl noch weiter steigern können. Mein Eindruck ist, dass die DGV-Kampagne, sofern sie richtig gelebt wird, den Golfclubs eine Möglichkeit eröffnet, neue Menschen für den Golfsport zu begeistern. Wir im Golf-Club Neuhof begleiten die Kampagne weiterhin gerne.

Dr. Johanna Thiel
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit GMVD

