

STIMMEN ZUM DGV-VERBANDSTAG 2018

Echo aus der Golfszene

Nicht ganz im Sinne des Deutschen Golf Verbandes (DGV) verlief der 99. Verbandstag am 21. April 2018 in Frankfurt am Main. Dabei konnte er doch auf ein insgesamt sehr gelobtes und informatives Hearing am Vortag und eine mit Ausnahme eines Antrags erfolgreiche Mitgliederversammlung zurückblicken.

„Es wurde ein Antrag des Präsidiums nicht genehmigt, von dem wir überzeugt waren, dass er den Golfsport in Deutschland nach vorn gebracht hätte. Was bleibt, ist auf jeden Fall ein hoher Erkenntnisge-

winn aus dieser Tagung. Wir werden die Ergebnisse in aller Ruhe aufarbeiten“, so Claus M. Kobold, Präsident des DGV.

Wir haben im Nachgang zur Jahrestagung einige Stakeholder aus dem Clubmanagement, allesamt Certified Club Manager (CCM) befragt. Die persönlichen Eindrücke und Erwartungen zur beantragten Beitragserhöhung, zum neuen Serviceportal, zu „Golf & Gesundheit“ und „Wir bewegen Golf“ hat Dr. Johanna Damm vom GMVD nachfolgend zusammengestellt.

Alle Fotos vom Verbandstag, DCV/Herlich



Saskia Zieschank

CCM 4 (2013), Managerin Golf & Sport A-ROSA Resort GmbH

Ich bin sehr überrascht über die Entscheidung zur Beitragserhöhung. Meiner Meinung nach hat es der DGV klar versäumt, die Mitglieder rechtzeitig und detailliert über die Mittelverwendung zu informieren. Dies ist erst erfolgt, nachdem die Welle der Empörung schon losgetreten war. Der Antrag auf Reduzierung des Beitrages hat dann auch nicht mehr geholfen. Bei einer besseren Vorbereitung und Ansprache hätte die Mitgliederversammlung einer Beitragserhöhung sicherlich zugestimmt!

Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung ist das DGV-Service-Portal ein richtiger Anfang. Es sind viele wichtige und vor allem aktuelle Themen (wie zum Beispiel neue EU-Datenschutzverordnung) enthalten, die jeder Golfanlage, egal ob e.V. oder Betreiber nutzen. Ich denke, es ist wichtig, nach einem Jahr eine Umfrage zu starten, um sich ein Feedback einzuholen. Ansonsten würde ich es auch begrüßen, wenn es nochmals eine (kleine) Informations-

veranstaltung im Rahmen einer Frühjahrstour gebe. Besonders wertvoll sind aktuelle Themen und der Bereich „Markt & Daten“. In der Vergangenheit überhaupt nicht genutzt haben wir das Thema Golf & Natur, obwohl wir zum Beispiel auch unseren eigenen Honig auf der Anlage haben. In diesem Bereich können wir auf jeden Fall, auch Dank des Serviceportals, mehr erreichen.

Bisher erleben wir noch keine Auswirkungen des Programms „Golf & Gesundheit“. Das ist sehr schade, denn ich bin überzeugt, dass der Golfsport vor allem bei diesem Thema noch unglaubliches Potenzial besitzt! Sollte ein Golfurlaub zum Beispiel als Rehabilitationsmaßnahme anerkannt werden oder ein Herzlauf-Training gefördert werden, würde das allen Golfanlagen helfen!

Bisher erlebe ich bei „Wir bewegen Golf!“ noch zu wenig bis gar keine Zusammenarbeit. Das ist sicherlich ausbaufähig, um wirklich Golf zu bewegen. Die Darstellung beim BVGA-Golffachkongress hat mich enttäuscht.

Beitragserhöhung

Service-Portal

Golf & Gesundheit

„Wir bewegen Golf!“



Thomas Schumann

CCM 2 (2014), Clubmanager des Golfparks Schloss Wilkendorf

Hingegen vieler Kollegen bin ich schon der Meinung, dass der DGV auf seiner vorab durchgeführten Road Show die Teilnehmer bewusst über die Servicequalität und den Serviceumfang aufgeklärt hat und damit auch ordentlich Stellung zu seinem erhöhten Beitragsbedarf genommen hat. Die Diskussion sowie die Entscheidung gegen eine Beitragserhöhung sehe ich nicht als Misstrauensvotum oder Unzufriedenheit gegenüber dem Verband. Jedoch stellt diese Entscheidung ganz klar eine Forderung nach Strukturreform oder Eigenverantwortung dar. Die Problematik liegt doch in der heterogenen Leitung der Golfanlagen und nicht beim DGV. Einige wollen die schützende und unterstützende Hand des DGV, andere Golfanlagen verfolgen ihre eigenen Ziele und stellen sich dementsprechend auf. Ich finde die Entscheidung sehr positiv, denn sie zeigt die Professionalisierung der Golfanlagen, die mit ihrem Geld lieber eigene Ideen und Projekte bezahlen wollen als Unterstützungsleistungen des Dachverbandes zu finanzieren.



Meines Erachtens hat der DGV die Umsetzung dieses Mammut-Projektes sehr vorbildlich umgesetzt. Die Abkantung von der golf.de-Seite empfinde ich als vollkommen richtig und daher ist die neue Nutzung des Serviceportals sehr kundenfreundlich und professionell. Nach vielen Gesprächen mit DGV-Mitarbeitern, hatte dieses Projekt anscheinend auch einen sehr erfreulichen Nebeneffekt: Alle Mitarbeiter haben ihren eigenen Arbeitsplatz reflektiert, die Abteilungen mussten sich „digital“ neu vernetzen und die Dynamik des Ganzen hat die Teams neu an einen Tisch zusammengebracht und verbunden.



In den Gesprächen waren die DGV-Mitarbeiter selbst euphorisch und begeistert von dem Ergebnis. Nach all dem Stress möchte ich mich daher ganz herzlich für dieses Service-Portal bei allen Beteiligten bedanken. Die Bedienung macht mehr Spaß und der Inhalt ist sehr umfangreich. „WELL DONE!“

Es kommt regelmäßig vor, dass wir auf unseren Golfplätzen Mitglieder mit anderen Mitgliedern zusammenbringen. Ganz besonders spannend und auch amüsant finde ich es, wenn es sich um aktive Mitglieder mit einem Alter von über 70 Jahren handelt. Keiner, aber auch wirklich keiner, glaubt es denjenigen, dass sie bereits weit über 70 Jahre alt sind! Das ist wohl eines von vielen Beispielen dafür, dass der Golfsport



eine besondere Wirkung auf uns Menschen hat. Ich bin zu hundert Prozent davon überzeugt, dass wir mit diesem Thema mehr Golfer bekommen. Wir sind jedoch gerade erst am Anfang und müssen neben dem Bemühen für das „Offene und Aufgeschlossene“ auch die Anstrengungen für das „Gesundheitsbewusstsein“ intensivieren. Das dauert sicherlich Jahre und Jahrzehnte, aber das Thema „Golf & Gesundheit“ wird schon wahrgenommen und es wird sich lohnen!

Ehrlich gesagt fehlt mir ein wenig die Transparenz bei diesem Thema. Das Logo kenne ich zumindest und der ideale Ansatz gefällt mir. Auf und um den Verbandstag hat man jedoch häufiger gehört, dass man hinter den Kulissen doch nicht so viel gemeinsam bewegt. Es wird davon geredet, dass der DGV die Projekte anschiebt, an sich reißt oder umsetzt und teilweise die anderen Verbände nicht mit einbindet. Vom DGV hört man dagegen, dass die Unterstützung der anderen Verbände auch nicht forciert wird. Nicht nur die Stellung des DGV ist entscheidend, sondern auch die Positionierung der anderen Fachverbände. Als Mitglied im GMVD wird mir auch nicht dargestellt, in welchen Projekten der GMVD stark mitgearbeitet hat oder in welchen Projekten er maßgeblich das Ergebnis mit beeinflusst hat. Die Diskussion darüber zeigt daher, dass es Optimierungsbedarf gibt. Die Stellung und Verantwortung jedes Verbandes in diesem Programm sollte definiert, von jedem eingefordert und dann verantwortungsvoll umgesetzt werden.





Daniela Schön-Horder

CCM 2 (2013), Geschäftsführerin der OPEN.9 Golf Eichenried GmbH & Co. KG

Die abgelehnte Beitragserhöhung war für mich schon zu erwarten, weil die Forderung bei den Mitgliedern nach mehr Geld meist auf Unmut stößt und fast pauschal abgelehnt wird. Die meisten Clubs haben sich nicht mit den Details, wofür die Beitragserhöhung ist, befasst. Man hätte dies seitens des DGV im Vorfeld detailliert ausarbeiten, vorstellen und ausführlich erklären müssen. Die nachträgliche Anpassung vom ursprünglichen Erhöhungswunsch von 4 Euro auf „nur“ 2,50 Euro pro Clubmitglied war für viele Golfanlagen vielleicht nicht mehr ganz glaubwürdig. Grundsätzlich muss sich jede Golfanlage überlegen, ob und wie sie die angebotenen Services des DGV nutzt – oder eben nicht. Das ist aber von Golfanlage zu Golfanlage aufgrund der Positionierung und Struktur sehr verschieden. Wer die Services nicht oder wenig nutzt steht auch einer Beitragserhöhung ablehnend gegenüber. Das Abstimmungsergebnis hat gezeigt, dass bei den Mitgliedern die grundsätzliche Frage im Raum steht, was der Dachverband für seine Mitglieder leisten und anbieten soll und was nicht. Hierzu wäre eine Abfrage der einzelnen angebotenen Serviceleistungen bei den Clubs sinnvoll. Alle Services auszuweiten ist eventuell gar nicht gewünscht.



Ich finde es gut, dass die Services, Informationen und Download-Möglichkeiten nun gebündelt im Serviceportal zu finden sind. Die Menüführung ist einfach und übersichtlich und man findet sich gut zurecht. Das Portal ist noch ganz neu, daher ist eine Beurteilung zum heutigen Zeitpunkt noch nicht einfach. Das Portal wird von der Aktualität der Themen und der Pflege der Menüpunkte leben.



Vor allem die Informationen und Mustervorlagen zur EU-Datenschutzgrundverordnung, die derzeit wohl alle Clubs beschäftigt, finde ich sehr gut und sehr hilfreich. Dank der Zusammenarbeit zwischen dem Datenschutzbeauftragten des Bayerischen Golfverbandes und der Rechtsabteilung des DGV ist hier ein sehr wertvolles Tool entstanden, um sich einfach und übersichtlich mit dem Thema auseinanderzusetzen, das ja unumgänglich ist. So muss sich nicht jeder Club alles selbst zusammensuchen. Selbstverständlich interessieren mich als Betreiber einer Golfanlage immer die Statistiken, Marktanalysen und Zahlen aus dem Golfmarkt.

Das Thema „Marketing“ und die damit zur Verfügung gestellten Elemente der Toolbox bräuchten wir auf unserer Golfanlage nicht, das muss jede Golfanlage je nach seiner Positionierung selbst in Angriff nehmen. Die Golfanlagen

in Deutschland sind viel zu unterschiedlich. Allgemein gültige Marketingmaßnahmen „für alle Golfclubs“ gibt es nicht, umgekehrt funktioniert das Marketing von OPEN.9 sicherlich nicht auf einer traditionellen 18-Loch-Anlage. Ich habe auch die Befürchtung, dass diejenigen Golfanlagen, die Unterstützung in Sachen Marketing nötig hätten, von den angebotenen Tools überfordert sind, weil sie schlicht und ergreifend gar nicht die personellen Ressourcen zur Umsetzung besitzen.

Das Thema „Golf & Gesundheit“ ist grundsätzlich ein guter Ansatz, aber auch hier wieder von Golfanlage zu Golfanlage zu verschieden. Wir haben in OPEN.9 mit Physioline einen eigenen Fitness-Partner (Personalcoaching und Physiotherapie). Hier trainieren Golfer und Nichtgolfer, die das Angebot der Physiotherapie in Anspruch nehmen. Mit dem Thema „Golf ist gesund“ locken wir unsere Zielgruppe, junge Menschen und Familien mit Kindern, nicht so sehr aus der Reserve wie andere Clubs, die die ältere Generation vermehrt anspricht. Bei jungen Menschen zählt eher der Slogan „Golf macht Spaß“. Dennoch müssen auch wir uns dem demographischen Wandel stellen und uns langfristig mit „Golf & Gesundheit“ als Verkaufsargument beschäftigen.



Während meiner Tätigkeit als Präsidentin des BVGA habe ich mich mit meinen Vorstandskollegen intensiv für den Beitritt des BVGA zur „Wir bewegen Golf!“-Gemeinschaft bemüht und es auch erfolgreich umgesetzt. Alle Verbände von „Wir bewegen Golf!“ sind Teil des Golfmarktes und jeder Verband hat über das Wachstum des Golfmarktes hinaus seine individuellen Zielsetzungen und daher auch wertvolle Partner, die er in die Gemeinschaft einbringen kann.



Angespannte Stimmung beim DGV-Vorstand ...





Horst Schubert

CCM 2 (2015), Vorstand der Golf- und Country Club Seddiner See AG

Im Nachhinein schlaue Ratschläge zu geben, ist billig. Das möchte ich mir auch in diesem Fall verkneifen. Aber als ich zum ersten Mal von den Plänen des DGV hörte, den Mitgliedsbeitrag von 15,50 auf 19,50 Euro anzuheben, war mein spontaner Gedanke: „Wenn das man gut geht!“. Ob mit früherer und intensiverer Kommunikation eine Mehrheit der Erhöhung zugestimmt hätte, ist Spekulation. Ein paar Hinweise bereits beim Verbandstag 2017, das dieses Thema möglicherweise in absehbarer Zeit auf der Agenda stehen wird, wären aber hilfreich gewesen und hätten den einen oder anderen vielleicht schon auf dieses Thema vorbereitet. Der im Zusammenhang mit einer geplanten Preisanpassung – auch in den Clubs – geradezu reflexartig geäußerte Ansatz, doch einmal über Kosteneinsparungen nachzudenken, ist auch in diesem Fall weder originell noch hilfreich. Mein Eindruck ist, dass der DGV durchaus kostenbewusst agiert, die wesentlichen Kostensenkungspotentiale ausgeschöpft hat und weitere Kostensenkungen deshalb zu Lasten der Qualität gehen würden – und das will natürlich auch niemand.



Ich habe bisher relativ wenig mit dem Serviceportal gearbeitet, finde es aber sehr übersichtlich strukturiert und werde die DGV-Homepage zukünftig sicherlich deutlich intensiver nutzen als bisher. Allein die Bündelung der verschiedenen bisherigen Informationsbereiche ist ein großer Fortschritt, der im Zeitalter der Digitalisierung aber auch überfällig war. Besonders wertvoll finde ich – nicht zuletzt aus aktuellem Anlass – die Beiträge zum Themenbereich „Recht & Versicherung“. An dieser Stelle deshalb ein großes „Dankeschön“



an Dr. Marc Seymer und sein Team für die vorbildliche unterstützende Arbeit für die Clubs bei der Bewältigung der Aufgaben im Zusammenhang mit der EU-Datenschutz-

grundverordnung. Aber auch die Rubrik „Markt & Daten“ werde ich sicherlich intensiv nutzen.

Ich glaube, dass „Golf & Gesundheit“ – genauso wie „Golf & Natur“ – kein Thema ist, dass potentielle Golfanfänger in die Golfclubs treibt. Kein Mensch wird zum Beispiel im G&CC Seddiner See Mitglied, bloß weil bei uns der Eisvogel brütet. Und genauso wenig wird vermutlich jemand zum Golfschläger greifen, weil Golf als eine besonders gesundheitsfördernde Sportart propagiert wird. Nichtsdestotrotz halte ich beide Programme – sowohl „Golf & Natur“ als auch „Golf & Gesundheit“ – für sehr wichtig, da beide DGV-Programme einen enorm positiven Einfluss auf die Außendarstellung und das leider immer noch verbesserungsbedürftige Image des Golfsports haben. Und das wirkt sich dann – allerdings indirekt – doch positiv auf die Aspekte „Kundengewinnung“ und „Kundenbindung“ aus.



Eine intensivere Zusammenarbeit der Golfverbände halte ich nicht nur für wünschenswert, sondern angesichts eines immer schwieriger werdenden Golfmarktes in Deutschland für zwingend notwendig, und zwar im Interesse aller Verbände. Gerade die Praktiker (spricht: Clubmanager und Geschäftsführer von Golfanlagen), die im GMVD organisiert sind und die tagtäglich mit den Herausforderungen des sich verändernden Golfmarktes konfrontiert werden, sollten meines Erachtens mehr Gehör finden und stärker in die Arbeit des DGV mit eingebunden werden. Hier muss gegebenenfalls auch über Strukturveränderungen in der Zusammenarbeit der Verbände nachgedacht werden.



Dr. Johanna Damm
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit GMVD

