

20 Jahre Bundesverband Golfanlagen e.V.



Wir feiern Geburtstag!

Vom 9. bis 11. April 2019 trifft sich das „Who is Who“ der Golfbranche im A-ROSA Golfresort in Bad Saarow am Scharmützelsee.

Damit bietet der Bundesverband Golfanlagen e.V. zum Jubiläum seinen Mitgliedern und Gästen mit dem 10. Internationaler Golfkongress ein ganz besonderes Highlight an: „Ein Feuerwerk an Ideen und Impulsen für die Golfbranche“.

Zum ersten Mal werden auch Golfplatzbetreiber aus Norwegen, Schweden, Finnland, Dänemark, Holland, Frankreich, Belgien, Spanien, Portugal, Schweiz, Luxemburg, Tschechien und Großbritannien mit dabei sein. Insbesondere die Betreiber von Golfplatzketten, die sogenannten „Multi Course Owners“, freuen sich auf einen regen Erfahrungsaustausch mit den Golfplatzeigentümern aus der D-A-CH-Region.

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder des Bundesverband Golfanlagen e.V.,



im Dezember 1998 wurde der BVGA von vorausschauenden Golfplatzbetreibern gegründet. Die Motivation, sich diesem Kreis anzuschließen, war die Erkenntnis, dass eine Golfanlage wie ein mittelständisches, kundenorientiertes Dienstleistungsunternehmen geführt werden muss. Zunächst wurden regelmäßig betriebswirtschaftliche und unternehmensstrategische Erfahrungen ausgetauscht, mit dem Zweck, eine wirtschaftliche Nachhaltigkeit der eigenen Golfanlage zu gewährleisten. Auch heute noch ist der Erfahrungsaustausch auf unserem internationalen Golfkongress unter den Golfanlagenbetreibern wichtig, um sich den Herausforderungen des Marktes stellen zu können. Neben dem Betriebsvergleich, Einkaufsvorteilen, Golfplatzklassifizierung, Kundenbefragungstools usw. bietet der BVGA heute eine Vielzahl an neuen Service-Leistungen, die den Mitgliedern zum größten Teil kostenlos zur Verfügung stehen.

Die Zukunftsfelder unserer Gesellschaft werden auch die Golfbranche erreichen, das heißt, das Augenmerk des BVGA liegt darauf, den Golfanlagenbetreibern das entsprechende

Rüstzeug in Form von Informationen auch zur Digitalisierung von Golfanlagen rechtzeitig zu liefern. Unterschiedliche Arbeitsabläufe, sei es im Greenkeeping oder auch im Sekretariat, sind von der Digitalisierung betroffen. Bereits in diesem Jahr soll die Scorekarte digitalisiert angeboten werden. Der BVGA bereitet seine Mitglieder entsprechend auf diesen Wandel vor und zeigt gleichzeitig die Chancen dieser Veränderung auf.

Darüber hinaus wird eine Optimierung der Platzauslastung ein weiteres Thema sein, das der BVGA in den kommenden Monaten verfolgen wird. Die Flugindustrie sowie die Hotellerie sind in dieser Entwicklung weit vorangeschritten, aber auch die Golfbranche wird sich hierzu öffnen. Der Verbraucher ist bereits flexible Raten aus anderen Branchen gewohnt. Auch die Kommunikation mit dem Kunden enthält mittlerweile viele digitalisierte Komponenten, die Arbeitsabläufe vereinfachen und gleichzeitig Fehler erheblich zu reduzieren.

Die Arbeit in unserem dreiköpfigen Vorstandsteam hat in den letzten zwei Jahren sehr gut funktioniert, denn die Zusammenarbeit war geprägt durch ein hohes Maß an Vertrauen und Engagement, unternehmerisches Denken und die Akzeptanz, auch in einigen Punkten unterschiedlicher Auffassung sein zu dürfen, so dass am Ende für die Mitglieder das bestmögliche Ergebnis erzielt werden kann.

*Herzlichst
Ihr
Christian von Oven
Bundesverband Golfanlagen e.V.
Vorsitzender des Vorstands*

Herzlichen Glückwunsch zum 20-jährigen Jubiläum!



*Claus M. Kobold,
Präsident Deutscher Golf Verband e.V.*



*Korbinian Kofler,
Präsident Golf Management Verband
Deutschland e.V.*



*Stefan Quirnbach,
Präsident PGA of Germany*



*Gert Schulte-Bunert,
Präsident Greenkeeper Verband
Deutschland e.V.*



*Dr. Harald Nonn,
Vorsitzender Deutsche Rasengesellschaft e.V.*

Zur richtigen Zeit der richtige Weg

Die Geschichte des „Bundesverband Golfanlagen e.V.“ beginnt eigentlich bereits 1993, damals allerdings noch ohne „e.V.“. Vor gut 25 Jahren trafen sich nämlich so zweibis dreimal im Jahr einige Betreiber von deutschen Golfanlagen im lockeren Golfplatz-Unternehmerkreis. Der Grund: Golf-Deutschland glaubte an einen wirtschaftlichen und sportlichen Boom, ausgelöst im Jahre 1985 durch Bernhard Langer; und man wollte dabei sein.

In der Tat, „es kamen“, so drückte es Alexander Freiherr von Spoercken aus „die fetten Jahre“. Es winkte eine Hochkonjunktur für das Golfspiel und nicht wenige sprachen vom unaufhaltsamen Boom mit besten wirtschaftlichen Aussichten. Ein Wachstum von jährlich 10 Prozent war damals die Regel.

Jan Brügelmann, von 1982 bis 1994 Präsident des Deutschen Golfverbandes (DGV), schätzte (und nicht nur er) den organisierten Bedarf auf eine Mil-



Dr. Herbert Ebertz, Alexander Freiherr von Spoercken und Olaf Junge am 15.12.1998 nach der Gründung des Bundesverband Golfanlagen e.V. in Köln. Die Vision damals wurde erfolgreiche Realität!

lion Golfer auf deutschen Plätzen. Der Grund für den Boom kam aus den USA: 15.000 Golfanlagen und Millionen Golfer sprachen eine deutliche Spra-

che, und das wollte man hier zu Lande umsetzen. Dafür reichten 500 Anlagen jedoch nicht aus, neue Plätze mussten her. Und so kam es: Der Glaube an

Lasst uns endlich Golf bewegen!

Der Bundesverband Golfanlagen e.V., kurz BVGA, ist zwanzig Jahre alt geworden. Zwar bereits gegen Ende des vergangenen Jahres, doch gefeiert wird jetzt im April 2019. Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag.

Der Verband der Golfanlagenbetreiber feiert zu Recht seine Erfolgsgeschichte, denn trotz des Gegenwindes in den Jahren, hat sich der BVGA nicht nur entwickelt, und gute Dinge auf den Weg gebracht, sondern ist mittlerweile in einer Position, Vorschläge zum Wachstum der Golfgemeinde zu machen und zu diskutieren.

Diese Golfgemeinde sind wir alle, ob Golf arbeitend oder Golf spielend. Der in der Vergangenheit so oft geforderte

„Runde Tisch“ rückt näher in die Mitte des Golfgeschehens. In der Zeit stetigen Wachstums war es wohl nicht nötig, in großer Runde über Zukunftsabsichten zu diskutieren. Nun wird es nötig, denn die Zahlen des DGV sind erstmals rückläufig und es ist höchste Zeit, aus Zukunftsabsichten eine wachsende Gegenwart zu machen.

Ziehen wir ihn doch einfach näher an uns heran, den lange schon bestehenden und selten bemühten Slogan „Wir bewegen Golf“. Ist doch der Satz hervorragend geeignet für unser aller Problem und sollte nach unserer Ansicht zukunftssträchtige Schlagzeile bleiben. Mit Ausrufezeichen!

Als in Timmendorf BVGA-Vorstand und -Beirat, zwar intern, aber trotz-

dem ganz offen, Zukunftspläne diskutierten, waren wir dabei. Und es waren gute Vorschläge dabei. Vorschläge, die umgesetzt werden können, wie Anpassung an die Marktsituation, Mitgliedschaften an die Bedürfnisse der Menschen anpassen oder auch das Greenkeeping der Zukunft

Der BVGA sorgt sich um die Zukunft und ist nach eigener Aussage bereit, Golf gemeinsam mit allen Fachverbänden zu bewegen. Das jedenfalls wünschen sich Verlag und Redaktion des „golfmanager“ zum Geburtstag.

In diesem Sinne: Alles Gute zum Jubiläum!

Redaktion „golfmanager“

Der BVGA in Zahlen

- ✓ 1998 in Köln gegründet
- ✓ Kooperationspartner aus Industrie & Wirtschaft
- ✓ ca. 3.000 Spielbahnen
- ✓ ca. 200.000 Golfspieler
- ✓ ca. 4,3 Mio. gespielte Runden
- ✓ ca. 210 Mio. EUR Umsatz

den Boom inspirierte viele. Baron von Spoercken: „Zu den vielen Vereinen, die sich gründeten, kamen zunehmend Unternehmer, die ihr eigenes Geld einbrachten. So wuchs die Anzahl von Betreibern mit wirtschaftlichen Interessen. Wir glaubten an den Boom.“

Für die Betreiber war die Hoffnung auf wirtschaftliche Aspekte mit Gewinnabsicht da. Jedoch nicht nur die Hoffnung war ausschlaggebend für das aufkommende Investment von Betreibern; die Zahl golfspielender Menschen stieg in fünf Jahren von 206.546 im Jahr 1993 auf 318.284. So war es ein allzu logischer Schritt, dass sich Unternehmer in einer Gruppe Gleichgesinnter zusammenfanden.

Es kam die Zeit für Dr. Falk Billion. Der Sachverständige für Wirtschaftlichkeitsbewertungen mit Erfahrung

in Forschung und Planung von Sport- und Freizeit-Infrastruktur, trieb, in zunächst noch lockerer Gesprächsrunde, die Idee, Golfanlagen gewerblich zu nutzen, voran. Hieß es zunächst nur, „Voneinander lernen“, verbunden mit dem Aspekt, im Austausch von Ideen und Erfahrungswerten wirtschaftlich zu profitieren, so entstand daraus ein aktives Networking, mit dem noch heute so wichtigen Erfahrungsaustausch. Es galt, die Wettbewerbsfähigkeit beim Betrieb von Golfanlagen zu stärken.

Diesem Gedanken schlossen sich Herbert Ebertz, Olaf Junge, Michael Lieberkühn, Graf Schaesberg, Klaus Conrad, Günter Bachor, Jutta Breier und Jochen Tschunke mit ihren Golfanlagen an.

Die Grundidee: Heraus aus dem Amateurlager in den professionellen Bereich. Eine Golfanlage, so das Credo, muss wie ein mittelständisches, kundenorientiertes Dienstleistungsunternehmen geführt werden. Durch den regelmäßigen Austausch von betriebswirtschaftlichen und unternehmensstrategischen Erfahrungen sollte eine wirtschaftliche Nachhaltigkeit gewährleistet werden.

Die kleine, lockere Gruppe reichte nicht aus. Weitere gleichgesinnte Un-

Der Erfolgsspiegel

- 1998:** Gründung
- 1999:** 25. Mitglied
- 2000:** 50. Mitglied
- 2001:** Betreiber werden Mitglieder im DGV
- 2002:** 1. Mitglied Schweiz
- 2003:** 100. Mitglied
- 2004:** Deutsche Golfanlagenklassifizierung
- 2005:** 1. Mitglied Österreich
- 2006:** 120. Mitglied
- 2007:** 1. Mitglied Tschechien
- 2008:** 75. Klassifizierung
- 2009:** 10 Jahre Bundesverband Golfanlagen e.V.
- 2010:** Hotels auf dem Golfplatz
- 2011:** 150. Mitglied
- 2012:** 100. Klassifizierung
- 2013:** 175. Mitglied
- 2014:** Internationalisierung
- 2015:** 10 Jahre Klassifizierung
- 2016:** Auszeichnung Klassifizierung: Best Promotion, Initiative Award
- 2017:** 1. Pachtspiegel und 1. Gehaltsspiegel
- 2018:** Gastro-Spiegel
- 2019:** 20 Jahre BVGA



Der 7. internationale Golfkongress fand 2016 am Fuschlsee bei Salzburg statt. Über 180 Teilnehmer reisten an, um sich neben vielen persönlich wertvollen Begegnungen auch über Marktentwicklungen und Inspirationen für den strategischen, wirtschaftlichen und operativen Golfanlagenbetrieb zu informieren. Geschäftsführer Thomas Hasak damals: „Wir haben mit dem Golfkongress einmal mehr die Verantwortlichen im Golfmarkt zusammengeführt, die ein Interesse daran haben, die Zukunft der Golfbranche aktiv mitzugestalten.“



Fidelis Thywissen

Vorsitzender des BVGA-Beirats
Betreiber der Golfanlage Haus Kambach

„Der wertvolle Erfahrungsaustausch auf Entscheidungsebene ist für unsere Mitglieder äußerst wichtig für die Pflege und die Erweiterung des eigenen Business-Netzwerkes mit Gleichgesinnten. Unser Verband bietet dafür zahlreiche Dienstleistungen zur Realisierung der betriebswirtschaftlichen und strategischen Unternehmensziele von Golfplatzunternehmern an.“

ternehmer mussten gefunden werden. Baron von Spoercken plädierte für die Gründung eines Unternehmerverbandes, der nach fünf Jahren des lockeren Zusammenschlusses 1998 in den Räumlichkeiten von Dr. Herbert Ebertz Wirklichkeit wurde. Offiziell als Bundesverband Golfanlagen e.V. im Vereinsregister Berlin eingetragen und mit Sitz der Geschäftsstelle in München. Gründungsmitglieder waren Attighof, Bad Neuenahr, Treudelberg, Haus Bey, Gut Thailing, Gut Nippenburg, Hof Trages, Rottbach, Schwanhof, München-Riem, Bitburger Land, Ullersdorf und Semlin. Alexander Freiherr von Spoercken wurde

Vorsitzender und Frontman des neuen Verbandes BVGA, erster Geschäftsführer Stephan Vogl. So gründete sich der BVGA zur rechten Zeit, um die Entwicklung in Deutschland mit zu entwickeln.

„Es war eine richtungsweisende Idee“, sagt Baron von Spoercken heute, „die Gründung war richtig und doch schwierig, denn die traditionelle Ecke der Golfclubs stand unseren gewerblichen Interessen entgegen. Als Betreiber müssen wir wirtschaftliche Interessen vertreten und natürlich Gewinn erwirtschaften. Eine Arbeitsteilung zwischen dem Deutschen Golfverband

und uns war angestrebt, doch zunächst knirschte es gewaltig. Gemeinsamkeiten hatten wir wenige. Doch, soll es gut werden, muss es knirschen.“

Heute ist man auf einem oft gemeinsamen Weg mit allen Verbänden und es gibt hoffnungsvolle Gespräche mit dem DGV, der PGA, dem GVD, dem GMVD und der DRG. Baron von Spoercken: „Darüber bin ich froh, es ist ein guter Weg. Aber es wird immer enger, nicht nur für uns, sondern auch für die Clubs. Die Zahl der Golfspieler geht zurück und neue Golfplätze werden kaum noch gebaut.“

Aktueller Vorstand und Beirat des BVGA

Vorstand

Vorsitzender:

Christian von Oven

Stellvertretende Vorstände:

Stuart Orme
Thomas Hasak

Beirat

Vorsitzender:

Fidelis Thywissen

Mitglied:

Günther J. Bachor

Mitglied:

Alexander von Spoercken



Im Ballsaal des Steigenberger Hotel Treudelberg in Hamburg feierten 2009 die Mitglieder und Freunde des BVGA das 10-jährige Bestehen des Bundesverband Golfanlagen e.V. Dabei wurden den Mitgliedern, die von Anfang an „dabei“ waren, im feierlichen Rahmen Ehrenurkunden verliehen. Stehend v.l.: Rolf Haug, Wolfgang Ehlers, Fidelis Thywissen, Rudi May, Günther-John Bachor, Thomas Hasak, Bernhard May, Alexander Freiherr von Spoercken, Rainer Kunz, Jürgen Berger, Elmar Claus, Frank Rainalter, Wolfram Rainalter, Gerhard Welschof, Guido Pritzkow, Olaf Junge, Peter Kring, Peter Rücker und Ulrich Kastner; sitzend v.l.: Bianca May, Susanne Berger, Elke Weishaupt, Evelyn Welschof und Christina Seufert.

Starkes Fundament

Das Fundament für den heutigen BVGA liegt schon lange zurück und wurde gleich nach der Gründung auf- und ausgebaut. Zwar ist es heute ein stattliches Gebilde, doch das starke, 20-jährige Fundament lässt noch einige Aufbauten für die Zukunft zu.

Gerade nach den Jahren des strukturellen Wachstums im Golf ist mit den Zahlen des Deutschen Golf Verbandes aus 2018 eine Phase des negativen Wachstums eingetroffen. Jetzt

heißt es, Antworten und Inspirationen zu finden, die diesen negativen Entwicklungstrend im Golfsport wieder in einen positiven Trend verwandeln. Überlegungen dazu laufen regelmäßig zwischen Vorstand und Beirat. Hauptaugenmerk sind dabei die Kundenbedürfnisse und damit die Zielsetzung, flexible Produkte für den Golfsport anzubieten.

Der BVGA steht bei seinen Bemühungen um die Stärkung des Unternehmens Golf nicht alleine da. Starke

Verbindungen wurden aufgebaut zur National Golf Course Owners Association (NGCOA) in den USA mit ihren 7000 Mitgliedern; zur Golf Course Association European (GCAE), dem europäischen Betreiberverband und zur Asian Golf Course Owners Association (AGCOA), die sich als informativer Dienstleister des asiatischen Golfmarktes versteht.

Es ist noch einiges zu tun in Deutschland, in Europa, in den USA. Der BVGA ist dabei.

Erfolgreiches Netzwerk von Golfplatzeigentümern und Golfplatzbetreibern

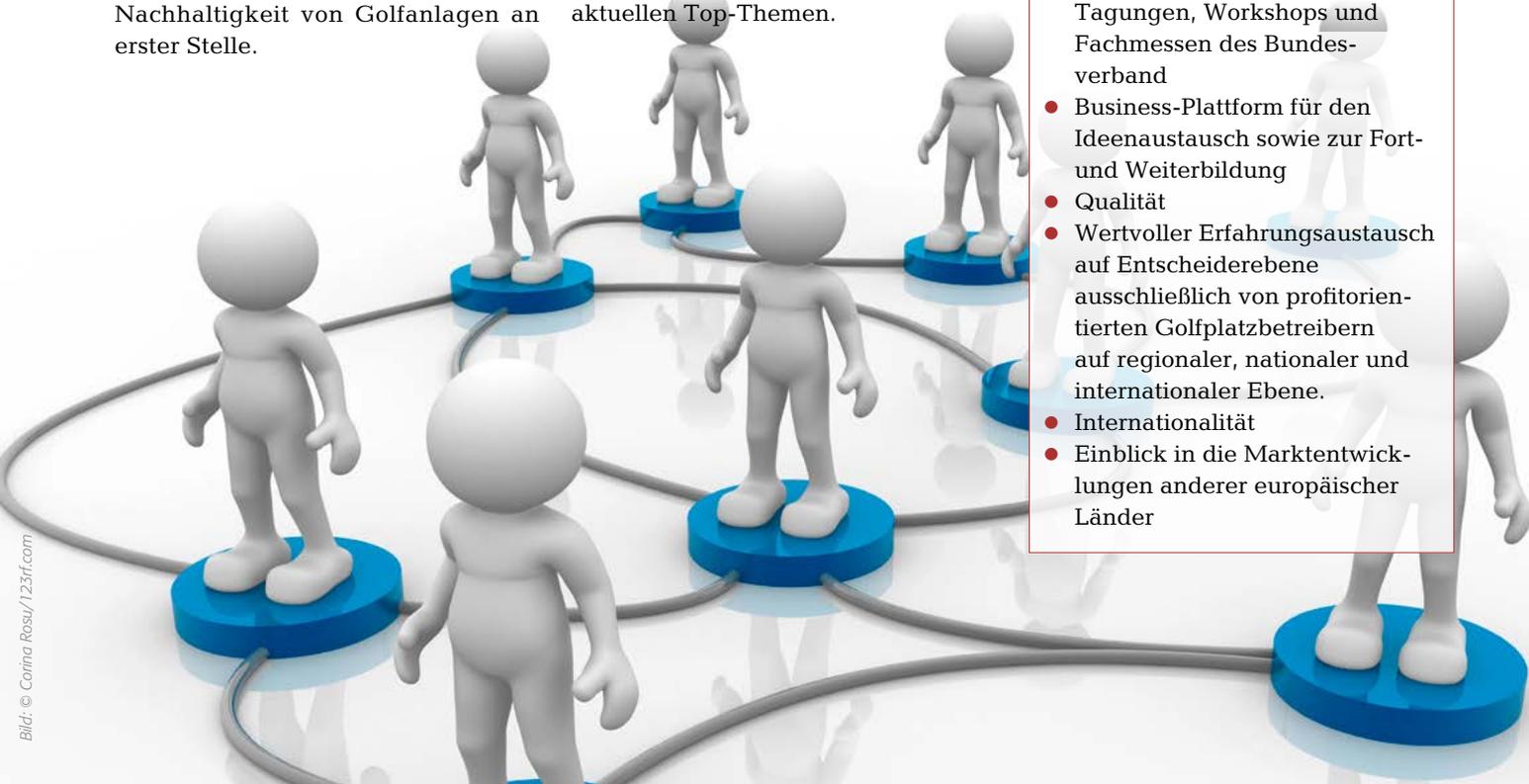
Der Bundesverband Golfanlagen e.V. ist der Dachverband der Golfplatzbetreiber. Er versteht sich als „Herz des Golfmarkts“ und als „Zentralstelle für Golf und Business“. Der BVGA bietet zahlreiche Dienstleistungen zur Realisierung der Unternehmensziele von Golfplatzbetreibern auf „europäischem Niveau“ an. Dabei steht die wirtschaftliche Nachhaltigkeit von Golfanlagen an erster Stelle.

Um seinem eigenen hohen Anspruch, sich permanent zu verbessern und weiter zu bilden, gerecht zu werden, bietet der Bundesverband Golfanlagen e.V. exzellent organisierte Golfkongresse und Regional-Kreistreffen an. Das Gewinnen von Neumitgliedern sowie die Herausarbeitung einer klaren Marktpositionierung sind für Golfplatzbetreiber die aktuellen Top-Themen.

BVGA-Pluspunkte

Wir stehen für:

- Wirtschaftlichkeit
- Wirtschaftlicher und nachhaltiger Betrieb von Golfanlagen
- Liberalismus
- Freies Unternehmertum auf dem Golfmarkt, auch innerhalb des Verbandes
- Networking
- Pflege und Erweiterung des eigenen Business-Netzwerkes
- Zukunft
- Wachstum des Golfmarktes
- Knowhow und Professionalität
- Nutzung der Fachkongresse, Tagungen, Workshops und Fachmessen des Bundesverbandes
- Business-Plattform für den Ideenaustausch sowie zur Fort- und Weiterbildung
- Qualität
- Wertvoller Erfahrungsaustausch auf Entscheidungsebene ausschließlich von profitorientierten Golfplatzbetreibern auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene.
- Internationalität
- Einblick in die Marktentwicklungen anderer europäischer Länder



In Klausur am Ostseestrand

Vorstand und Beirat des BVGA trafen sich am 12. und 13. Dezember 2018 im Hotel Seeschlösschen am Timmendorfer Strand. Themen waren die Arbeit und Zukunft des Verbandes. Beraten wurden ebenfalls Ideen zur Zukunft des Golfsports.

Teilnehmer waren Christian von Oven, Stuart Orme, Thomas Hasak, Baron von Spoercken und Günther J. Bachor.

Die Themen waren:

- Vertriebsschulung
- Mitgliedschaften an Bedürfnisse der Kunden anpassen
- Angebot für Kinder und Jugendliche verbessern
- Bei Bambinis beginnen
- Aus-, Fort- und Weiterbildung
- Digitalisierung (Büro, Sekretariat, Kunden- und Spielbereich),

Vorbilder Hotels, Fluggesellschaften, Digital einchecken

- Greenkeeping der Zukunft (Pflanzenschutz, Wasser, Roboter)
- Politik einschalten
- Besteuerung von Golfanlagen
- Bessere Entwicklung in der Zusammenarbeit der Verbände

Die Erfolgsfaktoren im BVGA



Regina Ludwig
Erfolgsfaktor Controlling



? Frau Ludwig, Sie sind seit knapp 20 Jahren im Finanzwesen in der Golfbranche tätig. Zuerst acht Jahre auf Golfanlagen und seit 12 Jahren beim Bundesverband Golfanlagen e.V. Sie kennen also beide Seiten und gelten daher als DIE „Golfanlagen-controllerin“ der Branche.

Wie bewerten Sie die wirtschaftliche Entwicklung im Golfmarkt und macht Ihnen Ihr Job in Anbetracht stagnierender Mitgliederzahlen überhaupt noch Spaß?

! Ich bin überzeugt, dass wir Golfanlagen bei ihrem Ziel wirtschaftlich nachhaltig erfolgreich zu sein, nach wie vor, bestmöglich unterstützen können. Bei unserer Arbeit für die Golfplatzbetreiber verlassen wir uns gerade deshalb auf harte Zahlen und Fakten und lassen uns nicht von unserem Bauchgefühl leiten.

? Was macht ein wirtschaftlich erfolgreicher Golfbetrieb eigentlich anders?

! Einmal abgesehen von der Erfolgsformel „Lage + Produkt + Management“, entscheiden weitere wesentliche Aspekte über den Erfolg:

Erfolgsfaktor Nr. 1 ist der ÜBERBLICK. Golfplatzunternehmer sind professionelle Entscheider. Sie treffen jeden Tag Entscheidungen über Investitionen, Mitarbeiter, Projekte, Kredite, Maschinen, Angebote und Rückstellungen. Die Qualität ihrer Entscheidungen entscheidet über Erfolg und Misserfolg. Die Grundlage hierfür ist eine gesunde Faktenbasis, die nur ein lückenloses Controlling liefern kann.

Der 2. Erfolgsfaktor ist die STRATEGIE. Controlling schafft dafür die nö-

tige Faktenbasis. Liegen die Fakten auf dem Tisch, können die Stärken und Schwächen eines Golfbetriebes analysiert und die richtige Strategie für die Zukunft entwickelt werden, um diese konsequent umzusetzen. Auf die Einhaltung dieser zwei Erfolgsfaktoren können sich unsere BVGA-Mitglieder im Rahmen unserer Arbeit immer verlassen.

? Frau Ludwig, warum ist es aus Ihrer Sicht wertvoll, am Betriebsvergleich für Golfanlagen teilzunehmen?

! Ich bin überzeugt davon, dass der Golfmarkt auch in Zukunft wettbewerbsfähige Golfanlagen benötigt. Es muss permanent an der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit gearbeitet werden. Das gesamte Zahlenwerk gilt es kritisch zu hinterfragen. Dies führt erfahrungsgemäß in allen Fällen zu



**Alexander Freiherr
von Spoercken**

BVGA-Beirat und Golfplatzunternehmer

„ Der BVGA gründete sich zunächst vor 25 Jahren als lockerer Golfplatz-Unternehmerkreis. 1998 begann dann die heutige Erfolgsgeschichte. Es war eine richtungsweisende Idee. Der BVGA kam zur rechten Zeit, um die Entwicklung in Deutschland mit zu gestalten. Wir sehen uns als Dienstleister im Freizeitbereich und sind auf einem guten Weg.“

einer stetigen Verbesserung des Jahresergebnisses.

Der Betriebsvergleich bietet daher Präsidenten, Betreibern, Geschäftsführern und Managern eine belastbare Grundlage für zukunftsorientierte strategische und wirtschaftliche Entscheidungen. Wir sind überzeugt von der Wirksamkeit der Ergebnisse des unternehmerischen Betriebsvergleiches für Golfanlagen.

? Welchen weiteren Nutzen haben die Verantwortlichen von Golfanlagen vom Betriebsvergleich?

! Überblick. Überblick. Überblick. Das ist ebenfalls ein entscheidender Erfolgsfaktor, den nur professionelles Controlling leisten kann. Der Betriebsvergleich gehört hier auf alle Fälle dazu. Die Teilnehmer erhalten umfassende Vergleichswerte und Kennzahlen sowie ein qualifiziertes Feedback

von unserer Seite, aus dem sofort erkannt werden kann, wo die Potentiale stecken. Außerdem dient der Betriebsvergleich häufig als Orientierungshilfe bei Kredit- und Investitionsentscheidungen.“

? Was gibt es im Jahr 2019 Neues?

! Ab 2019 gibt es einen neuen Zahlenspiegel. Wir haben damit auf die Wünsche unserer Mitglieder reagiert und eine verkürzte Form des Betriebsvergleiches entwickelt, der schneller auszufüllen ist, da alle notwendigen Zahlen in jeder BWA zu finden sind. Das bedeutet auch ein schnelleres Ergebnis und damit frühzeitig Planungssicherheit für das neue Geschäftsjahr. Darüber hinaus können sich am neuen Zahlenspiegel alle Vertreter von Golfanlagen/Golfclubs kostenfrei beteiligen. Dies gilt im Übrigen für alle Formate von Golfanlagen – also für 9/18/27 und 36 Spielbahnen. Dies bringt noch mehr Teilnehmer und eine noch genauere Aussagekraft der Zahlenwelt im Betrieb von Golfanlagen.

Besten Dank für das Interview Frau Ludwig und weiterhin viel Erfolg!

Ein immer wieder interessantes Programm und spannende Referenten kennzeichnen die Golfkongresse, die seit 2009 die Mitglieder, Partner und Gäste des Bundesverband Golfanlagen e.V. zu Beginn der Golfsaison locken. Ein dabei gern gesehener Fachmann der europäischen Golfszene: Dr. Lodewijk Klootwijk, CEO der GCAE (3. v. l. im Bild).





Fabian Kafka
Erfolgsfaktor Networking

Der Internationale Golfkongress geht in diesem Jahr bereits in seine 10. Runde. Fabian Kafka, Leiter der BVGA-Eventabteilung im Bundesverband Golfanlagen e.V., befindet sich mitten in den Vorbereitungen für das „Gipfeltreffen“ der Golfbranche.

? Herr Kafka, am 9. April 2019 ist es wieder soweit. Warum ist der Golfkongress ein absolutes „Muss“ für die Entscheidungsträger der Golfbranche?

! „Ich bin überzeugt davon, dass der so wichtige Erfahrungsaustausch, ein aktives Networking sowie der daraus resultierende Wissensvorsprung dazu führen, die Professionalität und Wettbewerbsfähigkeit beim Betrieb von Golfanlagen zu stärken. Dazu werden bestehende Geschäftskontakte gepflegt und neue hinzugewonnen.“

Die zahlreichen Ideen, Impulse und Lösungskonzepte, die man gewinnt, führen dazu, dass die Verantwortlichen ihr Betriebsergebnis optimieren können. Dies sagen uns die Kongressteilnehmer, die jedes Jahr aufs Neue von diesem hochwertigen Branchentreff begeistert sind.“

? Wer trifft sich denn so alles beim Internationalen Golfkongress?

! Wir begrüßen Golfplatzeigentümer, Geschäftsführer, Manager, Investoren, Spitzenfunktionäre von Golfverbänden, Pressevertreter und Experten der wichtigsten Wirtschaftsunternehmen im Golfmarkt.“

? Welche Themen stehen 2019 auf dem Programm?

! Die Themen 2019 sind Personalmanagement, Vertrieb und Best-Practice-Lösungen von Golfplatz-



betreibern für Golfplatzbetreiber. „Wir legen dabei immer besonders großen Wert auf ein zukunftsträchtiges Programm, welches durch erfahrene Dozenten, informative Foren, innovative Workshops und gewinnbringende Lösungen zum Leben erwacht. Gerade in Zeiten stagnierender Mitgliederzahlen ist es uns besonders wichtig, die Verantwortlichen bestmöglich auf die neue Golfsaison vorzubereiten.“

? Was sind die diesjährigen Besonderheiten des Golfkongresses?

! Erstens: Der BVGA feiert anlässlich des Golfkongresses sein 20-jähriges Verbandsjubiläum. Alle Teilnehmer dürfen sich auf besondere Überraschungen, Ehrungen und natürlich auch auf ein stimmungsvolles Feiern freuen.

Zweitens: Der europäische Golfplatzeigentümergebieterverband (GCAE) organisiert seine diesjährige „Golf Business Conference“ am gleichen Ort und zur gleichen Zeit. Der BVGA tagt und feiert also mit ganz Europa in Bad Saarow.

? Was erwarten Sie sich persönlich vom diesjährigen Golfkongress?

! Mein höchstes Ziel ist die Zufriedenheit der Teilnehmer. Außerdem freue ich mich auf spannende Vorträge, die „über den Tellerrand des Golfmarktes“ hinausgehen sowie kontroverse und konstruktive Diskussionen über die zukünftige Weiterentwicklung im Betrieb von Golfanlagen.“

Vielen Dank für das Interview, viel Erfolg beim 10. Internationalen Golfkongress am Scharmützelsee und weiterhin alles Gute.



Christian von Oven
BVGA-Vorstandsvorsitzender
Betreiber und Geschäftsführer
der Golfanlage Seeschlösschen Timmendorfer Strand
und der Golfanlage Hohwachter Bucht

„Für mich als Golfplatzeigentümer ist eine strategische und wirtschaftliche Interessensvertretung gegenüber anderen Verbänden, Institutionen und der Golfindustrie von großer Bedeutung. Der BVGA ist Interessenvertreter der Golfplatzunternehmer und zuständig für die Bündelung der Interessen von Golfplatzbetreibern. Mit der Mitgliedschaft von Betreibergesellschaften im Deutschen Golfverband e.V. wurde vor einigen Jahren ein erster Schritt in die richtige Richtung durchgesetzt.“



Romina Heinig
Erfolgsfaktor Qualitätsmanagement



langen z.B. nach einer verlässlichen Golfplatzbewertung. In der Hotellerie vertrauen ja auch ca. 85 Prozent der Kunden auf die Strahlkraft der „Hotellersterne“. Der Bundesverband Golfanlagen e.V. verleiht hierfür seit 14 Jahren verlässlich das Qualitäts- und Gütesiegel der „Golfsterne“ und dies mittlerweile in 8 Ländern. Die Erfolgsformel lautet also:

„Klare Marktpositionierung“
+ Qualitätsmanagement
+ Kommunikation nach außen
= höchstmögliche Transparenz für den Kunden.

? Frau Heinig, seit zwei Jahren beschäftigen Sie sich nun sehr intensiv mit der Internationalen Golfanlagenklassifizierung. Wie ist Ihre ganz persönliche Überzeugung zu diesem anspruchsvollen Themenkomplex?

! „Qualität“ ist ein Attribut, welches in der heutigen Gesellschaft stark nachgefragt wird und marktübergreifend stetig an Bedeutung gewinnt. Diese Entwicklung bewegte den Bundesverband Golfanlagen e.V. dazu, mit der Golfanlagenklassifizierung ein Instrument zu entwickeln, welches Qualität auf Golfanlagen objektiv messbar macht.

? Welche Vorteile haben die Verantwortlichen von Golfanlagen von der Golfanlagenklassifizierung?

! Die Golfanlagenklassifizierung bietet den Partnergolfanlagen drei wesentliche Vorteile:

Erstens: Eine klare Marktpositionierung! Konkret bedeutet das, dass der Kunde/ Interessent von „außen“ erkennt, welche Leistung, welcher Service, welche Qualität und vor allem welcher Preis ihn auf der Golfanlage erwartet.

Zweitens: Mit dem Erhebungsbogen zur Golfanlagenklassifizierung erhalten die Verantwortlichen eine „Checkliste“, mit der sie ein perfektes und auf ihre Golfanlage maßgeschneidertes Steuerungswerkzeug erhalten, mit dem sie die Qualität ihrer Golfanlage von Jahr zu Jahr verbessern können.

Drittens: Eine gemeinsame Vermarktung aller klassifizierten Golfanlagen. Eine eigene Internetseite mit zahlreichen Auswahlkriterien für Golferinnen und Golfer, eine eigene gesponsorte Turnierserie, um direkt an den Point

of Sale zu gelangen sowie eine koordinierte Pressearbeit sind zusätzliche Vorteile, von denen alle Golfanlagen profitieren.

? Müssen sich Golfanlagen also heute strategischer am Golfmarkt aufstellen?

! Ja, ob „Designer“-Golfplatz, City-Golfplatz, Driving-Range, Golfresort oder Meisterschaftsplatz, alle „Betriebstypen“ der Golfzene können mit der klaren und eindeutigen Botschaft, sprich mit einer klaren Marktpositionierung, ihre gewünschte Zielgruppe bewerben. 150 Golfanlagen in 8 Ländern haben dies bereits erfolgreich umgesetzt!

Aber nicht nur bei Golfanlagen auf der Anbieterseite ist eine klare Marktpositionierung gefragt, auch im Bewusstsein der Öffentlichkeit, also auf der Kundenseite, sind verlässliche Orientierungshilfen heute fest verankert. Mitglieder und Gastspieler ver-

? Was gibt es in diesem Jahr Neues von der Golfanlagenklassifizierung?

! Das ist ganz klar der „Mystery-Check für Golfanlagen“. Der „Check, den wir unangemeldet auf Golfanlagen durchführen, hat das Ziel, die Golfanlagen qualitativ noch hochwertiger zu machen. Die „Quality-Checker“ achten dabei besonders auf Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter. Im letzten Jahr haben wir beispielsweise festgestellt, dass über die Hälfte der Mitarbeiter nicht nach dem Namen und der Adresse des Interessenten gefragt haben. Hier sehen wir ein großes Potential für Golfanlagen, um noch mehr Mitglieder zu gewinnen. Und jede Golfanlage kann mitmachen!

Besten Dank für das Gespräch Frau Heinig und weiterhin viel Erfolg!



Thomas Hasak
Stellvertretender BVGA-Vorstand und
Geschäftsführer der BVGA-Wirtschafts-GmbH

„ Der BVGA versteht sich als „Herz des Golfmarkts“ und als Zentralstelle für „Golf & Business“. Erfolgreiche und professionell geführte Golfanlagen streben nach wirtschaftlicher Nachhaltigkeit auf europäischem Niveau. Ein großes Potential für Wachstum steckt im „Human Capital“. Eine professionelle Aus-, Fort- und Weiterbildung sowie ein geschultes Personal im Verkauf wird die Wettbewerbsfähigkeit von Golfanlagen auch in Zukunft sichern.“



Philipp Pelka
Erfolgsfaktor Marketing

? Herr Pelka, Sie vertreten als Markenleiter seit sechs Jahren die in Europa einzigartige Marketingkooperation „Hotels auf dem Golfplatz“. Was begeistert Sie so an Ihrer Arbeit mit den „Golfhoteliers“?

! Wir sind überzeugt, dass die Bedeutung von Kooperationen in der Golfbranche weiter deutlich zunehmen wird. Die Verantwortlichen von Golfplätzen und Golfhotels haben dabei klar einen wichtigen Ansatz zur Realisierung von Wachstumspotenzialen, die sie aufgrund fehlender Finanzkraft, Zielgruppenpotentialen und Distributions-Kanälen nicht allein realisieren können. In den letzten Jahren wurde deutlich, dass Kooperationen häufig einen weitaus flexibleren und kurzfristig wirkungsvolleren Ansatz für gemeinsames Wachstum darstellen. Wir nutzen also unsere Kooperation, um Synergien zu erzeugen, die das Golfgruppengeschäft beleben. Diesen Entwicklungsprozess zu modernisieren und mitzugestalten, begeistert

und motiviert mich bei meiner täglichen Arbeit!

? Bei der erfolgreichen Marke „Hotels auf dem Golfplatz“ müssen z.B. bestimmte Qualitätsstandards für Hotel und Golfanlage erfüllt sein. Welche sind das?

! Erstens: Die Entfernung zwischen Hotel und Golfplatz darf höchstens ein PAR 4 (ca. 430 m) betragen. Zweitens: Die Golfanlage muss im Rahmen der Golfanlagenklassifizierung mindestens in der Kategorie 4 Sterne bewertet sein. Und Drittens: Die Hotelklassifizierung muss ebenfalls in vergleichbarer Qualität bewertet sein.

? Was macht die Marke „Hotels auf dem Golfplatz“ so erfolgreich?

! Zunächst einmal ein optimales Alleinstellungsmerkmal, bei dem der Titel der Marke Programm ist. „Hotels auf dem Golfplatz“! Die zusätz-



lich verwendeten Instrumente sind insbesondere ein hochwertiger Prospekt, der ganzjährig auf allen Zimmern der Partnerhotels ausliegt, eine erfolgreich etablierte Turnierserie mit attraktiven Preisen, eine wertvolle Printwerbung und Pressearbeit sowie eine moderne Internetseite und eine hohe Onlinepräsenz auf Social Media Kanälen. Und nicht zu vergessen, ein kompetenter Ansprechpartner, der alle Partner individuell und persönlich betreut. Dieses internationale Business-Netzwerk hat sich zum Ziel gesetzt, eine höhere Hotel- und Golfplatzauslastung zu erreichen und damit das Betriebsergebnis nachhaltig zu verbessern.

? Was ist in diesem Jahr neu bei „Hotels auf dem Golfplatz“?

! Passend zu den Wünschen unserer Hotelgäste, auch anderen gerne eine Freude zu bereiten, bieten wir via Internet ab sofort ein Gutscheintool an. Sowohl die Hotels als auch die Gäste profitieren davon.

? „Hotels auf dem Golfplatz“ ist seit kurzem sogar interkontinental. Haben Sie vor, in Zukunft weitere Länder und Kontinente zu erobern?

! Ja und Nein! Wir haben uns innerhalb der Gruppe auf ein „sanftes Wachstum“ geeinigt. Konkret bedeutet dies zunächst, nur ganz ausgewählte Golfhotels in die Gemeinschaft zu integrieren. Zum Zweiten wählen wir im Moment ausschließlich Partnerhotels aus, die über ein deutschsprachiges Management verfügen. Die beiden Robinsonclubs in Portugal und in der Türkei sind dafür ein perfektes Beispiel.

Vielen Dank, Herr Pelka!



Günther J. Bachor
BVGA-Beirat
Golfplatzeigentümer und Betreiber
der Golfanlage Attighof

„Voneinander lernen“ ist aus meiner Sicht das wichtigste Ziel, das der Bundesverband Golfanlagen e.V. für seine Mitglieder erfüllt. Von dem heute bereits internationalen Business-Netzwerk profitieren wir auch wirtschaftlich, insbesondere vom Austausch von Ideen und Erfahrungswerten. Die Teilnahme an den verschiedenen BVGA Veranstaltungen haben mir über die Jahre bei der Weiterentwicklung meines Golfbetriebes enorme Dienste geleistet.“



Carolina Bartsch
Erfolgsfaktor Service



? Frau Bartsch, Sie verstärken seit Beginn diesen Jahres das BVGA-Team. Was genau umfasst Ihr Aufgabengebiet?

! Ich bin beim BVGA für Projekte und Services zuständig. Konkret bedeutet das zum Beispiel die Gestaltung und Umsetzung des neuen BVGA-Internetauftrittes, die Weiterentwicklung der BVGA-Imagebroschüre und des Unternehmerischen Betriebsvergleiches, die Durchführung und Analyse von Umfragen und die Umsetzung des Serviceangebotes für BVGA-Mitglieder.

? Was ist neu im BVGA-Serviceangebot?

! „Neu ist die Organisation der Stimmrechtsübertragung für den DGV-Verbandstag. Im Rahmen der letzten BVGA-Mitgliederversammlung wurde beschlossen, dass eine „Stimmrechtsübertragungsaktion“ für den DGV-Verbandstag ab sofort zu einer festen Serviceleistung für BVGA-Mitglieder

wird. So soll im Laufe der nächsten Jahre die „Stimme des Betreibers“ eine starke Bedeutung erhalten und der BVGA seiner Rolle als „Interensensvertretung für Golfplatzbetreiber“ noch mehr Ausdruck verleihen.

? Gibt es weitere Neuigkeiten?

! Die Kundenzufriedenheit spiegelt sich meistens direkt im wirtschaftlichen Erfolg einer Golfanlage wider. Loyale Mitglieder und Greenfee-Spieler, die gerne wieder auf die Golfanlage kommen, empfehlen ihre Golfanlage weiter. Gerade deshalb können sich die Verantwortlichen von BVGA-Golfanlagen proaktiv und rechtzeitig um die Kundenzufriedenheit kümmern. Genau hier setzt das neue Managementinstrument des Bundesverband Golfanlagen e.V. für seine Mitglieder an. Eine Kundenzufriedenheitsanalyse, welche einfach an Mitglieder und Gäste verschickt wird und im Nachgang bei der Analyse wertvolle Erkenntnisse liefert.

? Das klingt wichtig und interessant – wie konkret funktioniert hier der Ablauf?

! Der Golfplatzbetreiber schickt zunächst eine Anfrage an den Bundesverband Golfanlagen e.V. Anschließend erhält der Verantwortliche der Golfanlage einen entsprechenden Link zur Kundenumfrage an seine Mitglieder und Gäste. Am Ende entsteht eine detaillierte und wertvolle Kundenzufriedenheitsanalyse. Und dies kostenfrei für alle BVGA-Mitglieder.

? Wann wird der neue BVGA-Internetauftritt online sein?

! Geplant ist die online-Schaltung für den 10. April 2019 – also exakt zur Eröffnung des 10. Internationalen Golfkongresses in Bad Saarow. Mit GKMB haben wir einen erfahrenen und professionellen Partner für die Umsetzung an unserer Seite. Die Zusammenarbeit macht schon jetzt sehr viel Freude.

Besten Dank Frau Bartsch!





Thomas Hasak
Erfolgsfaktor „Mensch“

? Herr Hasak, beschreiben Sie bitte ganz kurz das Selbstverständnis und die Aufgaben des Bundesverband Golfanlagen e.V.

! Der Bundesverband Golfanlagen e.V. ist der Dachverband der Golfplatzzeitung und Golfplatzbetreiber. Er versteht sich als „Herz des Golfmarkts“ und als Zentralstelle für „Golf & Business“. Dabei sind wir überzeugt, dass Golfanlagen mittelständische Dienstleistungsunternehmen in der Freizeitbranche sind. Gerade deshalb, weil es sich beim Betrieb einer Golfanlage in der Regel um eine Millioneninvestition und ein Millionenbudget handelt, ist eine professionelle und hauptamtliche Unternehmensleitung wichtig.

Der Bundesverband Golfanlagen e.V. bietet hier zahlreiche Dienstleistungen zur Realisierung der betriebswirtschaftlichen und strategischen Unternehmensziele von Golfplatzunternehmen an. Die wichtigsten sind dabei Wirtschaftlichkeit, Wachstum, Professionalität, Marktpositionierung, Kundenorientierung sowie Service und Qualität.

Zahlen und Fakten zum Bundesverband Golfanlagen e.V.:

- 1998 in Köln gegründet
- 180 Mitglieder
- ca. 200.000 Golfspieler

? In welchem Wandel befinden sich die Golfanlagen? Was sind die aktuellen Herausforderungen?

! Der Golfmarkt befindet sich ständig im Wandel, denn auch die Wünsche und Begehrlichkeiten der Golferinnen und Golfer ändern sich ebenfalls

permanent. Die Lösung heißt hier „Maximale Kundenorientierung“! Erfreulicherweise sind heute viele Golfanlagen bei den Mitgliedschaftsangeboten schon sehr flexibel geworden. Gab es früher überwiegend die „lebenslangen“ Mitgliedschaften, reicht nun das Kundenangebot von der Mehrjahresmitgliedschaft bis zur Wochentags-Mitgliedschaft und von der Jahresmitgliedschaft bis zu speziellen Mitgliedschaften für Kinder und Studenten. So können sich alle Interessenten nach ihren Wünschen und finanziellen Möglichkeiten in der breitgefächerten Angebotspalette von Golfanlagen bestmöglich wiederfinden.

Der Golfspieler hat heute weniger Zeit zur Verfügung als noch vor 20 Jahren, da sowohl im Privat- als auch im Berufsleben immer mehr Aufgaben auf die Menschen zukommen. Die Verantwortlichen von Golfanlagen haben darauf gut reagiert und in den letzten Jahren neben den traditionellen



18-Löcher-Golfrunden ein Spiel- und Turnierangebot über 9-Löcher entwickelt, das man bequem in 2 Stunden absolvieren kann. Bleibt also noch genügend Zeit für Job und Familie.

? Wo liegen in Sachen Wirtschaftlichkeit die größten Potenziale beim Betrieb von Golfanlagen?

! Ganz klar in einem professionellen Vertrieb. Nahezu alle Umsätze von Golfanlagen werden im Vertrieb generiert. Wir brauchen daher professionell im Vertrieb geschulte Mitarbeiter, die mit dem notwendigen Handwerkzeug ausgestattet und motiviert sich auf den Verkauf von Mitgliedschaften, Golfkursen, Turnieren, Veranstaltungen, Shopware konzentrieren. Dadurch entsteht Wachstum. Der BVGA bietet hierfür entsprechende Vertriebsseminare vor Beginn der Golfsaison an.

Und natürlich benötigen Golfanlagen für die Wirtschaftlichkeit auch kostengerechte Preise. „Besser statt billiger“, muss hier der Lösungsansatz lauten. Und dies gilt gleichermaßen für alle Qualitätskategorien, von der „2 Sterne“- bis zur „5 Sterne“-Golfanlage.



Stuart Orme
Stellvertretender BVGA-Vorstand
Gesellschafter und Geschäftsführer
der Golfanlage Steinhuder Meer
und Golfpark am Deister

„20 Jahre BVGA sind ein großer Erfolg. Wir müssen in die Zukunft sehen, heißt, dem Kunden das anbieten, was er möchte. Kreativ sein, weitere Produkte ausdenken, ausarbeiten und die Mitgliedschaften an die Bedürfnisse unserer Kunden anpassen. Diesen Weg müssen wir uns ebnen.“

? Unternehmen aller Branchen beschäftigen sich aktuell mit dem Fachkräftemangel. Welche Lösungsmöglichkeiten sehen Sie hier für den Golfmarkt.

! *Erstens: Golfplatzunternehmer im BVGA bewerben heute bereits auf der eigenen Homepage via youtube und facebook mit einem attraktiven Videoclip den attraktiven „Arbeitsplatz Golfanlage“ und erreichen damit eine Vielzahl an potenziellen Bewerbern.*

Zweitens: Golfanlagenbetreiber bieten bereits heute ihren Mitarbeitern attraktive Perspektiven durch Aus-, Fort- und Weiterbildung. Die Aufgabenstellungen für eine Managementstelle sind heute allerdings bedeutend vielfältiger als noch vor 20 Jahren: So sind Sie im Golfanlagenmanagement meist Sport-, Event-, und Marketingmanager in einer Person und kümmern sich zusätzlich um die Bereiche Führung, Controlling und Vertrieb. Und immer mehr junge Menschen wählen gerade deshalb immer häufiger auch den Weg des Dualen Studiums, den es auch im Golfbereich über das IST-Studieninstitut bereits gibt.

Drittens: Ein sehr gern genutztes Serviceangebot des BVGA ist die Jobbörse. Wir heißen hier alle Inte-

ressenten für Stellenangebote und Stellengesuche im Golfmarkt willkommen, beobachten genau die Veränderungen und bringen die Menschen zusammen.

? Zurück zu den Golfern, Herr Hasak. Wo sehen Sie die Bedürfnisse der Golfer in Zukunft und mit welchen Chancen ist das wiederum für die Golfanlagen interessant?

! *Neben dem Thema Sport werden wir uns zukünftig häufiger über die Themen Spaß, Familie und Gesundheit definieren. Aber auch die Geselligkeit wird mehr und mehr in den Vordergrund rücken. Gerade für Menschen, die im Alter alleinstehend sind, ist die Golfanlage eine optimale Plattform, mit Gleichgesinnten mehrere Hobbies und Gemeinsamkeiten zu teilen. Golf bringt so die Menschen zusammen. Das ist fantastisch. Dafür müssen Golfanlagen in Zukunft noch ein wenig mehr zur Eventlocation werden. Wir sind da aber schon auf einem recht guten Weg.*

? Welche weiteren Trends sehen Sie?

! *„Golf & Hotel“ bzw. „Golf & Tourismus“ nehmen stark an Bedeutung zu. Sowohl im In- als auch im Ausland. Es werden zukünftig eher mehr Kurzurlaube gebucht, dafür verreist der Gol-*

fer vielleicht drei bis viermal pro Jahr. Wichtig dabei ist es, wiederum keine Zeit zu verlieren. Gerade deshalb gibt es immer mehr Hotels, die direkt auf dem Golfplatz stehen. Die größte Erfolgsgeschichte auf diesem Terrain schreibt hier derzeit die Marke „Hotels auf dem Golfplatz“ mit 31 Top-Hotels und Golfanlagen aus sechs Ländern. Die Marke ist weiter auf Expansions- und Internationalisierungskurs und ausgesprochen erfolgreich.

? Und ihre Organisation, wohin geht die Reise für den Bundesverband Golfanlagen e.V.?

! *Mit der Gründung des europäischen Golfplatz-Unternehmerverbandes (GCAE), den der Bundesverband Golfanlagen e.V. mit seinen holländischen, französischen, dänischen und italienischen Unternehmerverbänden gegründet hat, befindet sich der Bundesverband Golfanlagen e.V. bereits heute auf einem europäischen Weg. Der Bundesverband Golfanlagen e.V. wird im Zeitalter der Globalisierung für seine über 200 Golfanlagen und Partnerhotels gemeinsam mit seinen Partnern aus der Industrie die Zukunft des Golfmarktes weiter aktiv mitgestalten.*

Gerade deshalb müssen wir die Werte, die unsere Golfplatzunternehmer verbinden, wie Liberalismus, freie Marktwirtschaft und unternehmerischer Mut, vertreten und zusammenhalten – denn nur gemeinsam sind wir stark!

Besten Dank für das Interview Herr Hasak!



Mitgliederliste

Alle BVGA-Mitglieder sind Mitglied der National Golf Course Owners Association



Deutschland

Schleswig Holstein

Fehmarn
Gut Kaden
Gut Uhlenhorst
Gut Wulfsmühle
Hohwachter Bucht
Schloss Breitenburg
Timmendorfer Strand

Hamburg

Golf Lounge Hamburg
Golf Range Hamburg
Hamburg-Treudelberg

Bremen

Golfrange Bremen

Niedersachsen

Achim
Adendorf
Deinster Geest
Gleidingen
Gut Arenshorst
Gut Immenbeck
Hainhaus
Hainmühlen
Oldenburger Land
Rethmar
Schloss Lüdersburg
Schloss Lütetsburg
Steinhuder Meer

Nordrhein Westfalen

Am Lüderich
Burg Konradshaus
Clarenhof
Clostermanns Hof
Eggeberg
Golfcity Pulheim
Golfrange Dortmund
Grevemühle
Gut Frielinghausen
Gut Heckenhof
Gut Neuenhof
Gut Ottenhausen
Hamm
Haus Bey
Haus Kambach
Heerhof
Herdecke
Huckingen
Jammertal
Loherhof
Oberhausen
Rittergut Birkhof
Römerhof
Schloss Horst
Velderhof

Hessen

Attighof
Bachgrund
Biblis-Wattenheim
Gernsheim
Gudensberg
Hofgut Georgenthal
Hof Hausen vor der Sonne
Hof Trages
Idstein-Wörsdorf
Kiawah
Lich
Praforst
Schotten-Ring
Zierenberg

Rheinland Pfalz

Bad Neuenahr-Ahrweiler
Burbach-Lietzenhof
Cochem
Deutsche Weinstrasse
Kurpfalz
Landgut Dreihof
Wiesensee

Saarland

St. Wendel

Berlin Brandenburg

A-ROSA Bad Saarow
Golfrange Berlin
Gross Kienitz

Mecklenburg Vorpommern

Schloss Teschow
Strelasund
Warnemünde
Winston Golf
Wittenbeck

Sachsen-Anhalt

Schloss Meisdorf

Baden-Württemberg

Bad Bellingen
Bad Waldsee
Buchenhof-Hetzbach
Cleebronn
Golfyouup
Heitlinger
Hohenhardter Hof
Johannesthal
Kaiserhöhe
Karlsruhe Gut Batzenhof
Kirchheim-Wendlingen
Mannheim
Marhördt
Schloss Langenstein
Schloss Monrepos
Schloss Nippenburg
Steißlingen am Bodensee
Zollern-Alb

Bayern

Achental
Aschheim
Bergkramerhof
Eschenried
Gerhelm
Gerolsbach
Golfcity Puchheim
Golfrange Augsburg
Golfrange Germering
Golfrange Harthausen
Golfrange München-Brunnthal
Golfrange Nürnberg
Golfrange Rottbach
Gut Rieden
Gut Westerhart
Hanusel Hof
Iffeldorf
Landau an der Isar
München-Riem
Oberstausen-Steibis
Obinger See
Rothenburg-Schönbrunn
Schloss Maxlrain
Schloss Reichmannsdorf
Sonnentalp
Thailing
Würzburg

Personen/Institutionen

David Krause Design
Dr. Reinhard Koss
Klaus D. Schmitt course support



Schweiz

Küssnacht



Italien

Mirabell



Tschechische Rep.

Franzensbad



Luxemburg

Luxembourg-Belenhaff



Österreich

Almenland
Attersee
Atzenbrugg
Bad Gleichenberg
Bad Loipersdorf
Bad Waltersdorf
Böhmerwald
City Golf Graz-Puntigam
Dachstein-Tauern
Defereggental
Deutschlandsberg
Dolomitingolf
Donau-Linz
Eugendorf
Finkenstein
Föhrenwald
Golfszentrum Andritz
Haugschlag
Himberg
Klagenfurt-Seltenheim
Lengenfeld
Leopoldsdorf
Maria Lankowitz
Mieminger Plateau
Mondsee Drachenwald
Moosburg-Pörtschach
Murhof
Murstätten
Regau
Salzburg Fuschl
Salzburg Rif
Schärding
Schloss Ebreichsdorf
Schloss Feistritz
St. Lorenzen
St. Oswald
St. Pölten
Thalersee
Traminer Golf
Westendorf
Wienerwald
Windischgarsten

