

BVGA-VIDEOKONFERENZEN ZU BRANDAKTUELLEN THEMEN

Golfplatzunternehmer fragen – Experten antworten

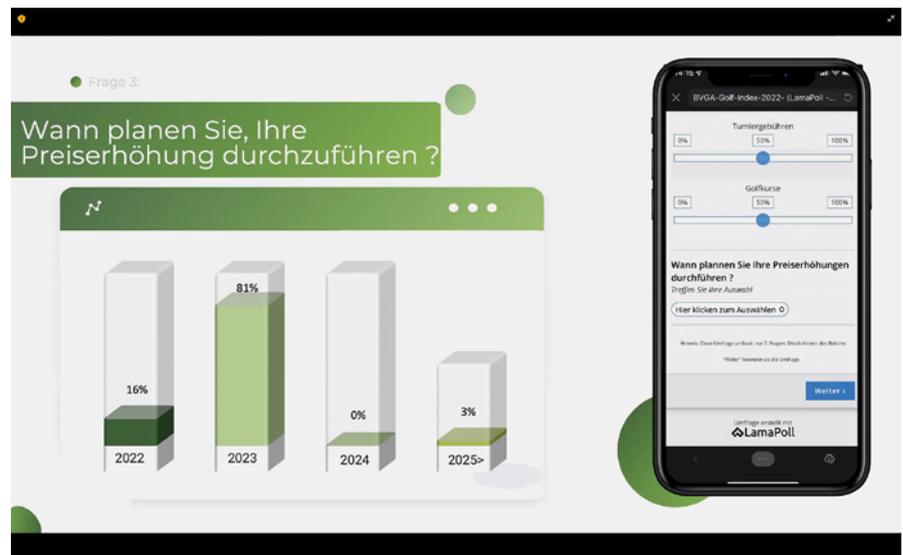
Das Thema „Digitalisierung“ betrifft uns alle und es ist es nur folgerichtig, dass sich auch die Golf-szene damit beschäftigt. Alle Golf-fachverbände haben sich während der Corona-Pandemie dieser Aufgaben-stellung verschrieben, meist in Form von Online-Veranstaltungen. Über-haupt hat die Pandemie in den Berei-chen Produktion und Service manches deutlich beschleunigt, man betrachte nur einmal den mittlerweile fast schon „normalen“ Umgang mit Online-Calls, Webinaren oder virtuellen Tagungen.

Dass gerade diese Form der Wissens-vermittlung und des Austausches einen ganz besonderen Reiz und eine hohe Akzeptanz erfahren hat, verdeut-lichen zwei Online-Jour Fixe des Bun-desverband Golfanlagen e.V. (BVGA). Die Themen: „Preismanagement“ bzw. „Brandschutz auf Golfanlagen“.

Experten diskutieren zum Preismanagement auf Golfanlagen

Basierend auf den Ergebnissen einer vom BVGA durchgeführten Golf-marktumfrage (s. separater Beitrag im Anschluss), die im Rahmen eines On-line-Jour-Fixe vorgestellt wurden, diskutierten die Teilnehmer engagiert und offen ihre persönlichen Erfahrungen. BVGA-Geschäftsführer Thomas Hasak hatte hierzu einige Fragen als groben Gesprächsleitfaden zusammengestellt:

1. Wie verändern mögliche Preisanpassungen das Konsumverhalten der Golferinnen und Golfer?
2. Wie verändert sich die Mitgliederstruktur und damit die Planungssi-cherheit?
3. Droht ohne Preiserhöhungen eine wirtschaftliche Schiefelage von Golf-anlagen?
4. Geht mit einer Preiserhöhung der Jahresgebühr eine Preiserhöhung des Greenfees einher?



Über 80% der Befragten gaben an, die Preise für Jahresgebühr und Greenfee erhöhen zu wollen – soweit nicht schon in 2022 geschehen, in ähnlicher Prozentzahlhöhe in 2023.

Joachim Geffken (G.K.M.B.) fasste die Diskussion wie folgt zusammen: „Die Erkenntnisse der Diskussion decken sich mit denen meiner Kunden-Gespräche: Preisdruck, Preissensibilisierung und der Trend zu flexiblen Preismodellen sind vielerorts festzustellen und werden uns in der nächsten Zeit sicher weiter begleiten.“

Intelligenter Brandschutz auf Golfanlagen

Nach dem BVGA-Jour-Fixe zum Thema Preismanagement veranstaltete der BVGA eine weitere Videokonferenz zu einem besonders wichtigen Thema: „Intelligenter Brandschutz auf Golfanlagen“. Unter dem Motto „Golfplatzunternehmer fragen – Experten antworten“ wurden den Teilnehmern zu Beginn der Videokonferenz zahlreiche Bilder von Bränden auf Golfanlagen gezeigt. Im Anschluss erläuterte Brandschutzexperte Markus Kohten alles Wissenswerte zu Lithium-Ionen-Batterien und Lithium-Ionen-Bränden. André Michael ging danach auf die Hauptgründe für Brände speziell auf Golfanlagen ein.

Besonders bewegend war der Erfahrungsbericht von Marcel Gallmayer, Geschäftsführer der Golfanlage Schönbuch, der konkret beschrieb, welche Schritte nach einem Brand strukturiert und lösungsorientiert gegangen werden sollten. Sein Fazit: „Ausschlaggebend ist und bleibt – wir wollen kein Laden in unserem Gebäude – unabhängig vom System, denn ein Restrisiko ist nicht zu vermeiden!“

Wie man sich präventiv gegen Brände auf Golfanlagen schützen kann, erklärte Peter Grund, Grundstückseigentümer vom Münchner Golfclub in Strasslach, der sich mit der Planung



An eindrucklichen Aufnahmen fehlte es beim hervorragend organisierten Jour-Fixe zum Thema „Brandschutz auf Golfanlagen“ nicht.

und Durchführung für einen Brandschutzcontainer gemeinsam mit Behörden, Feuerwehr und Herstellern viele Gedanken machte. Peter Grund: „Nach eingehender Prüfung haben wir uns bewusst für den umgebauten Überseecontainer mit inkludierter Löschvorrichtung der Firmen GolfComfort & GelKoh GmbH entschieden.“

Finanzierungs- und Leasingexperte Marcel Lude wies in Anbetracht der wirtschaftlich herausfordernden Rahmenbedingungen auf die Schonung der Liquidität und auf eine mögliche individuelle Ratengestaltung hin.



Insbesondere Brandschutzexperte Markus Kohlen vermittelte viel Wissenswertes zu Lithium-Ionen-Batterien und -Bränden.

Auch die Versicherungsexperten Marc Lahaye und Peter Eich nahmen aktiv an der Videokonferenz teil und infor-

mierten insbesondere über Lösungen, Richtlinien, mögliche Fallstricke und Haftungsfragen.

In der abschließenden Diskussionsrunde konnten die Teilnehmer ihre ganz individuellen Fragen an die Experten richten, so dass keinerlei Fragen offen blieben. (Anm. d. Red.: Für alle BVGA-Mitglieder, welche nicht an der Veranstaltung teilnehmen konnten, steht die Power Point-Präsentation im Login-Bereich auf der BVGA-Internetseite zum Download bereit.)

Stefan Vogel

PREISSTRATEGIE 2023 – SO LÄUFT'S AKTUELL AUF DEN GOLFFANLAGEN

Preismanagement der Zukunft

Wie verändern mögliche Preispassungen das Konsumverhalten der Golferinnen und Golfer? Wie verändert sich die Mitgliederstruktur und damit die Planungssicherheit? Droht ohne Preiserhöhungen eine wirtschaftliche Schieflage der Golfanlagen? Wichtige Fragen, mit denen sich die Verantwortlichen von Golfanlagen intensiv beschäftigen.

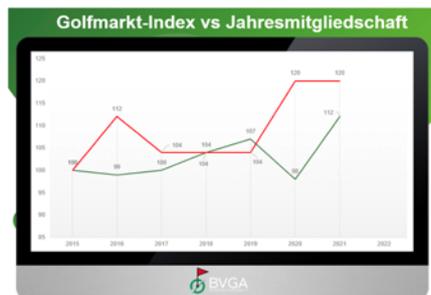
Zunächst zum Sachverhalt: Nahezu jede Golfanlage bzw. jeder Golfclub berichtet aktuell von steigenden Kosten. Infolge gestörter Lieferketten und steigender Preise für Energie (Strom, Gas, Benzin, Öl), Maschinen inkl. Ersatzteile, Sand, Dünger, Samen, Pflanzenschutzmittel, Personalkosten u.v.m. überlegen die Entscheidungsträger von Golfanlagen daher vermehrt, die Kostensteigerungen an ihre Mitglieder, Greenfee-Gäste und Turniervoransteller weiterzugeben.

Gerade deshalb führte der Bundesverband Golfanlagen e.V., als wirtschaftliche Interessensvertretung in der Golfbranche, eine große Golfmarktumfrage durch, an der sich über 100 Golfanlagen beteiligten.

Der BVGA-Golfmarkt-Index

Zunächst wurde ein Golfmarkt-Index errechnet, der einen Überblick über die

allgemeine Kostenentwicklung gibt. Dafür wurde die Annahme zugrundegelegt, dass der „Warenkorb Golf“ aus Personal- und Sachkosten besteht, welche jeweils 50% der Gesamtkosten ausmachen. Als Quelle dienten die Zahlen des Statistischen Bundesamtes.



Im Warenkorb „Golf“ wurden folgende Sachkosten berücksichtigt: Benzin / Diesel / Strom / Maschinen / Externe Dienstleister. Im Warenkorb „Personalkosten“ wurden die Arbeitskosten im Dienstleistungssektor je geleistete Stunde berücksichtigt. Der BVGA-Golfmarkt-Index zeigt u.a. auf, wie sich die Kosten einer Golfanlage aus den o.g. Warenkörben „Golf & Personalkosten“ im Verhältnis zum Preis einer Jahresmitgliedschaft im Zeitraum 2015-2021 entwickelt haben.

Die Umfrage brachte zutage, dass Golfanlagen in den Jahren 2015-2022 durchaus einen kostengerechten Preis

für ihre Mitgliedschaften erhoben haben. Offen bleibt die Frage, ob dies auch in Zukunft so bleiben wird. Die folgenden Umfrageergebnisse zeigen einen ersten Trend für das kommende Geschäftsjahr 2023.

Die große BVGA-Golfmarktumfrage

In der großen Golfmarktumfrage wurde erörtert, welche Bereiche einer Golfanlage (u.a. Einstandsgebühren, Jahresspielgebühren, Greenfees, Golfcarts, Rangebälle, Turniergebühren, Golfkursgebühren) von Preissteigerungen betroffen sein könnten. Hier einige interessante Auszüge aus den Umfrageergebnissen:

- 1. Einstandsgebühr:** Keine Erhöhung 72%, Erhöhung 28% der Befragten
- 2. Jahresgebühr:** Keine Erhöhung 15%, Erhöhung 85% der Befragten
- 3. Greenfee:** Keine Erhöhung 17%, Erhöhung 83% der Befragten
- 4. Carts:** Keine Erhöhung 29%, Erhöhung 71% der Befragten
- 5. Rangebälle:** Keine Erhöhung 33%, Erhöhung 67% der Befragten
- 6. Turniergebühren:** Keine Erhöhung 36%, Erhöhung 64% der Befragten
- 7. Golfkurse:** Keine Erhöhung 40%, Erhöhung 60% der Befragten



Alle Ergebnisse wurden zunächst im Rahmen des Internationalen Golfkongresses und anschließend aufgrund des großen Interesses im Rahmen einer BVGA-Online-Konferenz präsentiert und diskutiert.

Strategische Überlegungen

Neben den aktuellen Zahlen, Daten und Fakten wurden auch strategische Überlegungen diskutiert. Dabei standen u.a. folgende Fragen im Fokus der Diskussion:

a) Wie verändern mögliche Preisanpassungen das Konsumverhalten der Golferinnen und Golfer?

Hier ist das Stimmungsbild bei den Verantwortlichen im Management von Golfanlagen durchaus optimistisch. Die meisten Vertreter/innen von Golfanlagen sind weiterhin von einer positiven Mitgliederentwicklung überzeugt. Geringfügige Umsatzeinbußen werden in der Gastronomie und bei der Buchung von Trainerstunden erwartet. Alle anderen Profit-Center weisen stabile Prognosen auf.

b) Wie verändert sich die Mitgliederstruktur und damit die Planungssicherheit von Golfanlagen?

Auch hier zeigt die Umfrage ein positives Bild: Die verschiedenen Formen von Mitgliedschaften sind so klar abgegrenzt, dass keine spürbare Verschiebung der Mitgliederstruktur zu erwarten sei. Lediglich bei langjährigen „passivierten“ Mitgliedern könnte es laut Aussage der Experten zu höheren Austrittszahlen als in den vergangenen Jahren kommen.

c) Worauf sollte bei der Kommunikation von Preiserhöhungen geachtet werden?

Zunächst sind Preiserhöhungen etwas völlig Normales. Mitarbeiter/innen

von Golfanlagen erhalten mehr Gehalt und Kosten für Energie und Betriebsstoffe steigen permanent. Dies klingt logisch, plausibel und nachvollziehbar. Gute Gründe also, die notwendigen Preisanpassungen durchzuführen. Entscheidend bei der Kommunikation sind die Begründungen und der Zeitpunkt. Wichtig ist außerdem, die Planungssicherheit aus Sicht der Golferinnen und Golfer zu berücksichtigen. Schließlich hat der Golfer/in mit dem bisher gültigen Tarif sozusagen sein eigenes Budget geplant. Konkret bedeutet dies, die Preisanpassung bei Bedarf nicht während, sondern vor Beginn der Golfsaison durchzuführen. Und gerade deshalb ist auch ein ausreichend langer zeitlicher Vorlauf durchaus sinnvoll.

Wichtig ist an dieser Stelle, dem Kunden (Golfer/in) klar und offen mitzuteilen, was Sache ist, und dieser die Argumente nachvollziehen und akzeptieren kann. Kürzlich getätigte Investitionen in Maschinenpark, Gastronomie, Driving-Range oder Golfplatz, verbesserte operative Serviceangebote, die durch die Digitalisierung auf der Golfanlage erfolgten, oder die Optimierung der Qualität in allen Bereichen der Golfanlage sind neben den allgemeinen Kostensteigerungen für Sachwerte und Personal die am häufigsten genannten Gründe.



Ein ausgezeichnetes strategisches Instrument für die interne und externe Kommunikation ist beispielsweise die Bewerbung für ein Qualitäts- und Gütesiegel. Suzana Hopf, Markenleiterin der Internationalen Golfanlagenklassifizierung, meint dazu. „Nach der Steigerung von Leistung und Qualität sollte man für die Kommunikation möglicher Preisanpassungen genügend zeitlichen Vorlauf einplanen. Wer bisher mit der Leistung zufrieden war und nun erfährt,

dass die Golfanlage in Zukunft verstärkt auf Qualitätsmanagement setzt, wird einer moderaten Preiserhöhung gerne zustimmen.“

d) Geht mit einer Preiserhöhung der Jahresgebühr auch eine Preiserhöhung des Greenfees einher?

Die Verantwortlichen sehen hier einen zwingenden Zusammenhang. „Es kann nicht sein, dass die Erhöhung des Jahresbeitrages dafür sorgt, den Greenfee-Preis für Gastspieler stabil zu halten. Mitgliedern muss auch finanziell eine entsprechende Wertschätzung entgegengebracht werden“, so ein Experte. Konkret bedeutet dies, zuerst sollten die Tarife für Greenfee und anschließend die Jahresgebühren für Mitglieder in einem fairen Verhältnis angepasst werden.

e) Wie geht man mit gleichbleibenden bzw. sinkenden Preisen um?

Seit jeher orientieren sich die Verantwortlichen von Golfanlagen bei der Preisfestlegung neben der betriebsinternen Kalkulation auch an den regionalen Angeboten der Mitbewerber. Hier spielt das Thema Produktdifferenzierung eine wichtige Rolle. Golfanlagen müssen hier ihre Angebote klar vom Wettbewerb differenzieren und entsprechend kommunizieren. Das macht die einzelne Golfanlage einzigartig und damit weniger vergleichbar.

Fazit

Die große BVGA-Golfmarktumfrage zum Thema Preismanagement hat vor allem eines gezeigt: Die Vertreter/innen von Golfanlagen sind für diese strategische Herausforderung bestens gerüstet. Ob die moderat geplanten Preisanpassungen betriebswirtschaftlich ausreichen, wird die Zukunft zeigen. Der Bundesverband Golfanlagen e.V. plant daher auch im kommenden Jahr wieder eine große Golfmarktumfrage, um die Preisentwicklung in der Golfbranche bestmöglich zu analysieren. Das gesamte Stimmungsbild ist jedenfalls durchgängig optimistisch. Steigende Mitgliederzahlen werden ebenso erwartet wie stabile Umsätze in den einzelnen Profit-Centern der Golfanlage.

BVGA