

## DEUTSCHLANDS GOLFPLATZUNTERNEHMER BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT

## BVGA Business-Golf 2023 voller Erfolg

Zum ersten Mal versammelten sich Deutschlands Golfbusiness-Entscheider in einem neuen Format zum Branchentreff. Beim „Business Golf 2023“, vom 25. bis 26. April, trafen die Experten im Golfmarkt im Hotel Hofgut Georgenthal bei Wiesbaden zusammen. Im Mittelpunkt standen die Themen Mitgliedergewinnung durch professionelles Social Media Marketing, Personalmanagement durch Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, Sponsorengewinnung und -bindung sowie die neuesten Entwicklungen der Golfbranche. Kein Wunder also, dass die Veranstaltung bereits im Vorfeld komplett ausgebucht war.

### Perfekte Gastgeberin beim BVGA Business Golf 2023



**Brita Hankammer, geschäftsführende Gesellschafterin Hotel Hofgut Georgenthal**

Zu Beginn der Veranstaltung begrüßte Golfplatzunternehmerin und Gastgeberin Brita Hankammer, geschäftsführende Gesellschafterin des Hotel Hofgut Georgenthal, die Teilnehmer und berich-



tete über die Entstehung, Entwicklung und die aktuellen Herausforderungen des Hotel Hofgut Georgenthal, welches heute zu den schönsten „Hideaways“ im Herzen Deutschlands zählt. Die erfahrene Gastgeberin und ihr Team begleiteten mit großer Freude die Gäste beim diesjährigen BVGA Business-Golf 2023 und sorgten für eine unvergessliche Veranstaltung!

### Interessante Neuigkeiten aus der Golfbranche

Im Anschluss wurden die Golfplatzunternehmer, Geschäftsführer und Vorstände von Golfplatz-Betreiber-gesellschaften, Manager von Golfanlagen sowie Vertreter namhafter und führender Golfindustrie-Unternehmen aktiv ins Programm mit eingebunden. Dabei lieferten die Teilnehmer selbst einen umfassenden Einblick in

die neuesten Entwicklungen ihrer Unternehmen und sorgten so für eine aktuelle und wertvolle Übersicht im Golfmarkt 2023.

Interessante Neuigkeiten präsentierte auch der Bundesverband Golfanlagen e.V. (BVGA), der die Umfrageergebnisse zu den aktuellen „Top-10-Themen der Golfbranche“ vorstellte, zu denen neben Personalmanagement und Mitgliedergewinnung u.a. auch Mähroboter, Wassermanagement, Grundsteuer sowie betriebswirtschaftliche Kennzahlen von Golfanlagen zählen. BVGA Wirtschafts-GmbH Geschäftsführer Thomas Hasak berichtete anschließend außerdem über neue Unternehmen im deutschsprachigen Golfmarkt, die sich u.a. mit Finanzdienstleistungen, der Beratung und dem Betrieb von Golfanlagen und der Akquisition

von Flächen für Solar- und Windenergie beschäftigen.

Des Weiteren berichtete er über die aktuellen Aktionsfelder des BVGA, zu denen u.a. die Themen „Erhöhung der Wandlungsquote von PE-Kurs zur Mitgliedschaft“, die Grundsteuerreform, die Nachfolgeregelung für Golfplatzunternehmer sowie der unternehmerische Betriebsvergleich für Golfanlagen gehören. Im Vorfeld des DGV-Verbandstages wurde natürlich auch über die anstehenden Entscheidungen gesprochen, welche die Initiative „Golf in Bewegung“ betreffen. Die Initiative wird unmittelbar nach dem Verbandstag eine entsprechende Analyse der Ergebnisse durchführen.

### Erfolgreiche Mitgliedergewinnung durch professionelles Social Media Marketing

Carlo Müller, geschäftsführender Gesellschafter der Marketing Wizards GmbH, die sich auf Performance-Marketing spezialisiert hat, referierte zum Thema „Mitgliedergewinnung durch Social Media Marketing“. Carlo Müller, der





**Carlo Müller**

das gesamte Repertoire des erfolgreichen Online-Marketings beherrscht, begeisterte mit kreativen Ideen und Lösungsmöglichkeiten die Teilnehmer und erklärte eindrucksvoll, wie Golfanlagen „online“ erfolgreich noch mehr Mitglieder, Golfkurse, Greenfees und Veranstaltungen generieren können.

**Erfolgreiche Mitarbeitergewinnung und -bindung durch Steigerung der Arbeitgeberattraktivität**



**Marcus Stumpf**

Marcus Stumpf, Professor für Marketing und Markenmanagement an der FOM Hochschule für Ökonomie & Management am Hochschulzentrum Frankfurt am Main, brachte den Teilnehmern das aktuell und zukünftig ausgesprochen wichtige Thema „Arbeitgeberattraktivität“ (Employer Branding) näher und verband dabei seinen wissenschaftlichen Hintergrund

mit seinen beruflichen Erfahrungen.

Marcus Stumpf erläuterte in seinem Vortrag zunächst anhand von Zahlen und Fakten die Herausforderungen für Golfplatzunternehmen in Zeiten des „War for talents“ und gab wertvolle Tipps, wie sich Golfanlagen als attraktiver Arbeitgeber in Szene setzen können, um junge Talente von sich zu überzeugen. Die Präsentationsfolien von Marcus Stumpf wurden allen Teilnehmern am Business Golf 2023 bereits zugeschickt.

**Business Talk beim SV Wehen Wiesbaden**

Einen der Schwerpunkte bildete der branchenübergreifende und interaktive Austausch zum Thema „Sponsorengewinnung und Sponsorenbindung“. Dafür standen den Teilnehmern am Business Golf 2023 die beiden Geschäftsführer des SV Wehen Wiesbaden, Nico Schäfer (Kommunikation und Marketing) und Stefan Blöcher (Brita-Arena) für individuelle Fragen zur Verfügung und gaben einen Einblick in diese spannende Thematik aus der Sicht eines Profi-Fußballclubs. Aus den Ausführungen der beiden Experten wurde deutlich, wie wichtig einerseits ein strategisches Vorgehen bei der Akquisition und Bindung von Sponsoren ist und welche enorme Rolle das Thema „Emotionen“



dabei spielt. Weitere Höhepunkte des Business-Talks „Golf meets Fußball“ waren eine ausführliche Stadionführung in der Brita-Arena mit anschließender „Pressekonferenz“.

Nach einer kurzen Stadtrundfahrt durch die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden gab es am Abend in entspannter und lockerer Atmosphäre ein Business-Dinner mit kulinarischen Köstlichkeiten des Hauses und damit eine weitere optimale Gelegenheit zum Netzwerken.

**Business-Golf Cup 2023**

Spaß am Golfsport, Netzwerken mit Branchenkollegen und ein guter Draht zum Wettergott war das Erfolgsrezept des Business Golf Cup 2023, der zum ersten Mal im Hofgut Georgenthal stattfand.

Nachdem alle Turnierteilnehmer bereits am Vorabend bestens auf das Wettspiel vorbereitet wurden, erfolgte am zweiten Tag der Veranstaltung um 10 Uhr der Kanonenstart in der Spielform des 2er-Texas Scramble. Auf dem Golfplatz





des GC Georgenthal, einem der anspruchsvollsten Golfplätze im Herzen Deutschlands aus der Feder von Golfplatzarchitekt Christian Althaus, entwickelte sich ein spannender Verlauf, bei

dem von allen Spielern ganz ausgezeichnete sportliche Ergebnisse erzielt wurden.

Viel Spaß, gute Laune und ein traumhafter Golfplatz sorgten dafür, dass in der

Tat alle Teilnehmer auch Gewinner waren. Nach dem geselligen Wettspiel stärkten sich die Golfer bei einem gemeinsamen BBQ. Im Anschluss daran fand die Siegerehrung statt, die mit einem Gruppenfoto ihren erfolgreichen Abschluss fand.

Thomas und Maximilian Hasak und Pascal Ferreira vom BVGA-Organisations-Team sowie das gesamte Golf- und Hotel-Team bedankten sich für eineinhalb intensive, lehr-

reiche und entspannte Tage beim BVGA Business Golf im Hotel Hofgut Georgenthal!

BVGA

*Anm. d. Red.: Leider überschnitt sich die Drucklegung mit den zwei weiteren Terminen des BVGA Business-Golf 2023 (16./17.05.2023, Dilly – das Nationalpark Resort, Österreich sowie 23./24.05.2023, Golf Meggen, Schweiz). Stimmen zu allen drei Veranstaltungen folgen in der nächsten Ausgabe des golfmanager.*

## EMOTIONEN SIND NICHT ALLES, OHNE EMOTIONEN IST ALLES NICHTS

### Eine Betrachtung zum Wesen von Wirtschaftsbeziehungen

Emotion ist eine multifunktionelle Vokabel. Mit Emotionen lässt sich alles auf- und abwerten, befeuern, dimmen, begründen, entschuldigen. Umgangssprachlich ist das fast eine Killerphrase: Was soll einer sich noch in Details verlieren, wenn Emotion alles deckelt und deren inhaltliche Ausprägung von der Natur der Person oder Sache bestimmt wird, die Emotionen auslöst oder erfordert.

So gesehen gebührt den beiden Machern des Fußball-Drittligisten SV Wehen Wiesbaden beim Besuch des Bundesverband Golfanlagen e.V. (BVGA) das Verdienst, sich nicht hinter dem Begriff Emotion versteckt zu haben, als es im Podiumsgespräch vor Golfanlagenbetreibern und -managern sowie Businesspartnern des BVGA um das Thema Gewinnung und Bindung von Sponsoren ging. Nico Schäfer als Geschäftsführer Sport, Marketing und Kommunikation sowie das einstige Hockey-Ass Stefan Blöcher als Geschäftsführer der Spiel- und Veranstaltungsstätte Brita-Arena haben klargestellt, dass alle Emotionen schlimmstenfalls verpuffen oder ins Negative kippen, wenn kein strategisches Vorgehen zugrunde liegt. Gut so.

#### Über den Tellerrand gucken

„Golf goes Fußball“ also beim „Business Golf 2023“, dem neuen Veranstaltungsformat des BVGA, das auf dem Hofgut Georgenthal im Taunus Premiere hatte. Oder anders: Eine Branche, bei der vielerorts zu viele Entscheidungen aus dem Bauch und aus den Befindlichkeiten eines Einzelnen getroffen werden, begegnet einem straff und effizient organisierten Sportbetrieb. Der ist zwar dem Fußball gewidmet, interagiert aber bestens mit Golf und führt dem Hofgut Georgenthal immer wieder Interessenten zu. Denn Schäfer und Blöcher gucken über den Tellerrand und haben nicht bloß die Fußball- oder Eventbrille auf.

Deswegen generieren womöglich sogar Sting oder Lionel Richie neue Golfer und Genussgäste, wenn sie im Juni in der Brita-Arena gastieren. Weil Golf in Georgenthal natürlich im Stadionviereck ebenso omnipräsent ist wie der Fußball.

#### „Wer nicht wirbt, stirbt“

All das folgt einem Plan. Und damit sind diese Zeilen bei des

Pudels Kern angelangt. Henry Ford, der Autopionier, hat mal gesagt: „Wer nicht wirbt, stirbt.“ Und: „Wenn Sie einen Dollar in Ihr Unternehmen stecken wollen, so müssen Sie einen weiteren bereithalten, um das bekannt zu machen.“ Will heißen, Marketing ist kein Luxus, den man sich leistet, wenn in der Kasse was für kundiges Personal und nützliche Aktivitäten übrig ist. Vielmehr ist systematisches, strukturiertes Marketing unabdingbar, um irgendwann Geld übrig zu haben. So wird ein Schuh daraus.

Fischer und Blöcher haben das exemplarisch aus der Praxis dargestellt. BVGA Wirtschafts-GmbH Geschäftsführer Thomas Hasak hat es mit dem Negativbeispiel eines fiktiven Clubs ergänzt, der mit einem Partner ein Turnier veranstaltet, sich anschließend monatelang nicht meldet und dann nachfragt, ob man wieder was zusammen machen wolle, kurz bevor der Termin sich jährt. So was gibt der anderen Seite lediglich das Gefühl, bei Bedarf wie eine Kuh gemolken zu werden.

#### Kostbares Gut, das Pflege braucht

Sponsoren zu finden, ist schwierig genug. Die Partner bei der Stange und bei Laune zu halten, ist nachgerade eine Kunst. Doch „aller Kunst muss das Handwerk vorausgehen“, wusste schon Goethe (Wilhelm Meisters Wanderjahre I, 12). Benötigt werden eine solide Grundlage fürs Geben und Nehmen, ein definiertes Preisschild. Das ergibt sich durch klare Ansagen, Dokumentationen, Leistungsbeschreibungen und -nachweise.

Wirtschaftsbeziehungen sind ein kostbares Gut und brauchen Pflege. On top gehören daher Kontakt, Kommunikation, ein offenes Ohr für die Belange des Sponsors, Wertschätzung. Idealerweise Integration in das Geschehen auf der Golfanlage. Empathie eben. Auch so lassen sich Emotionen erzeugen. Um bei Henry Ford zu bleiben: „Ein Geschäft, das nur Geld einbringt, ist ein schlechtes Geschäft.“

Michael F. Basche