

TIM BERENDSEN ÜBER DIE ZUKUNFT DES GC MÜLHEIM

Mit Leidenschaft und Weitblick

Der GC Mülheim an der Ruhr e.V. steht seit zwei Jahrzehnten für solides, nachhaltiges Golfplatzmanagement – frei von Krediten, getragen von Investitionen aus eigener Kraft und mit dem Anspruch, ein Clubleben zu schaffen, das sportliche Exzellenz und familiäre Gemeinschaft verbindet. Dieser Kurs hat dem Club überregionale Aufmerksamkeit beschert und macht ihn zu einem Vorreiter, wenn es um moderne Strukturen, technische Innovationen und ökologische Verantwortung im Projekt ‚Golf&Natur‘ geht.

An der Spitze dieses Kurses steht seit 2022 Clubmanager Tim Berendsen, CCM 4 (2021). Er kennt den Golfsport von Kindesbeinen an, hat die Perspektive als Mannschaftsspieler, als Vertriebsprofi in der Industrie und nun als Manager im Club erlebt. Seine Laufbahn ist geprägt von Leidenschaft für den Sport, Offenheit für Neues und dem klaren Ziel, den GC Mülheim an der Ruhr für die Zukunft stark aufzustellen.

Im Gespräch mit dem GMVD erzählt Tim Berendsen, wie ihn persönliche Erfahrungen geprägt haben, welche Projekte ihm besonders am Herzen liegen – von Digitalisierung und Jugendarbeit bis zur Ausrichtung internationaler Meisterschaften – und warum für ihn kein Breitensport ohne Leistungssport, aber auch kein Leistungssport ohne Breitensport denkbar ist.

? Tim, Du hast Deine Golfkarriere als Jugendlicher im GC Grevenmühle begonnen. Welche Rolle spielt diese frühe sportliche Prägung noch heute in Deinem Managementalltag?

! Ich bin mit dem Golfsport groß geworden und habe schon als Jugendlicher viele Facetten erlebt – vom Anfänger bis zum Mannschaftsspieler. Besonders Letzteres hat mich geprägt: Teamgeist, Verlässlichkeit und der sportliche Wettkampf in der Mannschaft sind Werte, die mir noch heute

wichtig sind. Diese Erfahrungen helfen mir sehr, weil ich mich in die Perspektive unterschiedlicher Spielertypen hineinversetzen kann. Auch für die Platzgestaltung und -pflege ist dieses Verständnis wertvoll. Wenn man selbst jahrelang intensiv gespielt hat, weiß man, worauf es Spielern ankommt – sei es bei der Spiellogik, den Übungsanlagen oder beim Platzerlebnis insgesamt. Gerade wenn es darum geht, Angebote für verschiedene Zielgruppen zu entwickeln, ist dieses Verständnis Gold wert.

? Wie hat sich Dein Handicap entwickelt, seitdem Du beruflich in der Golfbranche tätig bist?

! Mein bestes Handicap lag bei 1,8, damals als Mannschaftsspieler im GC Hösel und im GC Grevenmühle. Während des Studiums und den ersten Berufsjahren habe ich die Schläger zeitweise zur Seite gelegt – andere Prioritäten standen im Vordergrund. Heute spiele ich lieber Scrambles als vorgabewirksame Turniere. Das macht mehr Spaß, ohne den Leistungsdruck. (lacht)

? Ursprünglich wolltest Du Golftrainer werden, bist dann aber über eine kaufmännische Ausbildung ins Management gewechselt. Welche Bedeutung hatte diese Weichenstellung für Deine Karriere?

! Ein privater Schicksalsschlag – der frühe Tod meiner Mutter – hat mich damals zum Umdenken gebracht. Freunde rieten mir, mich breiter aufzustellen und eine kaufmännische Ausbildung zu absolvieren. Diesem Rat bin ich gefolgt, und rückblickend war es die richtige Entscheidung. Sie hat mir die Basis für meinen heutigen Weg im Management gegeben.

? Du hast sowohl Clubarbeit als auch die Perspektive der Industrie kennengelernt. Welche Erfahrungen aus der Zeit als Sales Manager bei der



Tim Berendsen, CCM 4 (2021), Clubmanager GC Mülheim
(Alle Fotos: GC Mülheim)

Cart Care Company helfen Dir heute im Clubmanagement?

! Ich war ein Jahr im Vertrieb für Carts von Club Car tätig, teilweise auch mit Blick auf den US-Markt. Schnell habe ich gemerkt, dass mir der direkte Kontakt auf der Golfanlage mehr liegt. Aber diese Erfahrung hat mir Struktur und Verbindlichkeit in meiner Arbeitsweise vermittelt – etwas, das mir heute sehr hilft. Der Alltag im Club ist vielseitiger, aber auch fordernder. Und: Man muss die Bereitschaft für Wochenend- und Feiertagsarbeit mitbringen.

? Welche beruflichen Qualifikationen bringst Du ins Clubmanagement ein?

! Neben meiner kaufmännischen Ausbildung und der Weiterbildung zum Golfbetriebsmanager habe ich an der IST-Hochschule meinen Bachelor in ‚Sportbusiness Management‘ absolviert. Das Studium hat mir ein breites Fundament gegeben – von BWL, Marketing und Recht bis hin zu sport-spezifischen Themen wie Event- und Golfbetriebsmanagement oder Sport Sponsoring. Besonders wertvoll war die Kombination aus Theorie und Praxis: fundiertes Fachwissen einerseits, direkte Anwendung im Alltag

andererseits. Was ich mir in der Praxis zusätzlich aneignen musste, war die Mitarbeiterführung – insbesondere Feedback- und Entwicklungsgespräche.

? Deine Bachelorarbeit beschäftigte sich mit der Digitalisierung im deutschen Golfsport. Welche Erkenntnisse hast Du in Mülheim umgesetzt?

! In meiner Arbeit habe ich untersucht, wie Mitglieder Digitalisierung wahrnehmen und welche Angebote sie tatsächlich nutzen. Die Analyse hat gezeigt: Mitglieder sind grundsätzlich offen, erwarten aber eher klassische digitale Services wie eine gute Website oder einen Newsletter. Social Media spielte damals für die Mitgliederinformation kaum eine Rolle – ist aber ein sehr wirksames Instrument, um neue Interessenten zu gewinnen. Diese Erkenntnisse konnte ich in Mülheim direkt umsetzen: Wir haben eine Online-Startzeitenbuchung eingeführt, digitale Services wie den Ballautomaten mit Online-Bezahlsystem integriert und Social Media konsequent für die Mitgliedergewinnung genutzt. Im ersten Jahr konnten wir darüber 88 neue Mitglieder gewinnen – ein großer Erfolg.

? Was war das Erfolgsrezept dieser Kampagne?

! Wir gehörten zu den ersten Clubs, die Social Media umfassend einge-



setzt haben. Anfangs war der Effekt sehr stark, später hat er nachgelassen. Inzwischen setzen wir wieder verstärkt auf digitale Kanäle, kombinieren sie aber mit Empfehlungsmarketing und klassischen Anzeigen.

? Welche Projekte seit Deinem Start als Clubmanager 2022 waren besonders prägend?

! Der Wechsel unserer Club-Verwaltungs-Software war sicherlich das größte Projekt – ein umfassender Changeprozess für Mitglieder und Mitarbeiter. Dazu kommt die wiederholte Ausrichtung der Internationalen Amateurmeisterschaften von Deutschland. Bei diesen DGV-Turnieren mit Teilnehmern aus neun Nationen war der Marketingeffekt für den Club spürbar,

wenn auch schwer messbar. Hier zeigt sich für mich: Leistungssport ist wichtig und strahlt nach außen, er muss aber immer im Rahmen der wirtschaftlichen Möglichkeiten stattfinden.

? Über welche Kanäle spricht ihr mit den Mitgliedern?

! Hauptsächlich über unseren Newsletter und einen WhatsApp-Channel. Zum Glück sind wir personell so gut aufgestellt, dass wir diese Kanäle professionell bedienen können.

? Ein Herzenthema von Dir ist die Jugendarbeit. Was macht für Dich ein lebendiges Jugend- und Clubleben aus?

! Jugendförderung heißt für mich, dass junge Menschen den Club als Ort ihrer Freizeit erleben – nicht nur sportlich, sondern auch sozial. Ich erinnere mich gut an die Jugendfahrten meiner eigenen Zeit und weiß, wie prägend solche Erlebnisse sind. Genau deshalb begleite ich auch heute noch unsere Jugendlichen persönlich, zuletzt etwa bei der Fahrt nach Gut Kaden.

Mir ist es wichtig, den direkten Kontakt zu halten und gemeinsam etwas zu erleben. Neben leistungsorientiertem Training gehören für mich Spaßturniere, gemeinsame Aktionen, Partys und das Miteinander auf der Terrasse unbedingt dazu. Dieses Gemeinschaftsgefühl ist entscheidend und schafft die Basis, auf der sportlicher Erfolg überhaupt erst entstehen kann.



Umweltbewusstes Denken und Handeln sowie die Teilnahme an verschiedenen Projekten gehören für Berendsen und sein Verständnis eines modernen Clubmanagements dazu – hier ein Bild mit (v.l.) Hans-Georg Blümer (Golfverband NRW), Tim Berendsen (GC Mülheim) und Axel Pottschmidt (NABU Ruhr) bei der Übergabe der Schilder zu ‚Lebensraum Golfplatz – Wir fördern Artenvielfalt‘

? Kürzlich wurde der GC Mülheim mit ‚Golf&Natur‘ in Gold rezertifiziert. Welche Bedeutung hat das für Dich?

! Es geht um ressourcenschonenden Umgang bei uns im Club, gesellschaftliche Verantwortung und die Sensibilisierung der Mitglieder. Projekte wie die Umsiedlung eines Bienenvolkes oder die Zusammenarbeit mit dem NABU sind sichtbare Beispiele. Gleichzeitig stärkt das Label auch das Verhältnis zu Behörden und Partnern.

? Deine Visionen reichen von KI-gestützter Digitalisierung bis Nachhaltigkeit. Wie bringst Du diese Stränge zusammen?

! Der Beruf lebt vom Spagat. KI wird unseren Alltag massiv verändern, daher schaue ich, welche Routinen sich dadurch verbessern lassen. Gleichzei-

tig sehen wir die demografische Veränderung: Die Babyboomer sind noch tragende Säule, aber das wird sich ändern. Im Club fahren wir nach dem Motto: Kein Breitensport ohne Leistungssport – und kein Leistungssport ohne Breitensport. Aber immer auf einer wirtschaftlich gesunden Basis. Nur so bleibt ein Club langfristig stabil und attraktiv.

? Du strebst eine weitere CCM-Qualifikation an und möchtest Dich auch im Verband engagieren. Welche Rolle siehst Du für Dich persönlich im deutschen Golfmanagement?

! Meine Zukunft sehe ich klar im professionellen Golfmanagement. Ziel ist die nächste Graduierungsstufe im CCM-System. Darüber hinaus würde ich mich sehr freuen, eine ehrenamtliche Rolle im GMVD zu übernehmen – nicht nur im Club, sondern auch für

die Weiterentwicklung unseres Berufsstandes, insbesondere im Regionalkreis West, dem ich angehöre.

Vielen Dank für das Gespräch, lieber Tim!

Matthias Nicolaus & Andreas Dorsch

CCM-Kurzprofil Tim Berendsen

- Position: Clubmanager im Golfclub Mülheim an der Ruhr e.V. seit: 2022
- Im Golfmanagement seit: 2015
- Mitglied im GMVD seit: 2018
- Ausbildung: Golfbetriebsmanager (IST), B.A. Sportbusiness Management (IST)
- Schwerpunkt: Kommunikation
- Handicap: 4,5
- CCM-Graduierung seit: 2021
- Hobbies: Fitness, Golf

