

LEADING-QUALITÄTSSUMMIT 2026

Hospitality statt reiner Service

Die Ansprüche von Mitgliedern wachsen stetig und branchenübergreifend. Wer heute eine Golfanlage führt, wird nicht mehr allein an anderen Golfclubs gemessen, sondern an den besten Erfahrungen, die Mitglieder und Gäste anderenorts machen: im Hotel, im Restaurant, auf anderen Sportanlagen. Das setzt den Maßstab. Und es macht deutlich, warum die Leading Golf Clubs of Germany (LGCG) ihr Serviceverständnis nicht als gegeben betrachten, sondern kontinuierlich hinterfragen und weiterentwickeln.

Genau dafür hat die Qualitätsgemeinschaft das Format des Leading-Qualitätssummits ins Leben gerufen. Beim ersten Summit stand der branchenübergreifende Impuls im Mittelpunkt. Der Ort war bewusst gewählt: Das Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski München steht für das, was die Leading Golf Clubs anstreben – exzellente Gastlichkeit, die nicht auf Anfragen reagiert, sondern Bedürfnisse antizipiert und auf einem bis ins letzte Detail strukturierten Qualitätsmanagementprozess basiert. Ziel der Initiative ist es, von den Besten zu lernen und das Gelernte direkt in den Clubbetrieb zu übersetzen.

Details matter: Antizipation als höchster Standard

Den Auftakt bildete der Vortrag von Holger Schroth, Managing Director des Hauses und eine Größe in der internationalen Spitzenhotellerie. Sein Fokus lag auf dem Unterschied zwischen gutem Service und echter Exzellenz. Service bedeutet im Kern, professionell auf einen geäußerten Wunsch zu reagieren. Exzellenz hingegen beginnt erst dort, wo ein Bedürfnis erkannt und erfüllt wird, bevor der Gast oder das Mitglied es überhaupt ausspricht.

Es ist diese Antizipation entlang aller Kontaktpunkte des Gasterlebnisses,



Leading-Qualitätssummit (v.l.): Moritz Lampert (Vizepräsident), Holger Schroth (Managing Director Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski München), Bernhard May (Präsident), Wolfgang Michel (Vizepräsident) (Foto: F. Sixt)

die eine wirkliche Willkommenskultur ausmacht. Holger Schroth veranschaulichte dies durch seinen Führungsansatz des ‚Managing by Walking Around‘ und der Philosophie ‚Small Things Matter‘. Es geht um das geschulte Auge für Details: Wie wird ein Gast begrüßt, dessen Name noch nicht bekannt ist?

Der anschließende Blick hinter die Kulissen der operativen Bereiche zeigte deutlich, wie fundiert diese Antizipation in den Prozessen des Hauses verankert ist. Exzellenz entsteht hier nicht durch Zufall, sondern durch verlässliche, täglich trainierte Standards und eine konstante Überprüfung der Abläufe – selbst in der Großküche.

Lessons Learned

In den direkt anschließenden Workshops übersetzten die Teilnehmer diesen Ansatz in praxisnahe Konzepte. Zielgruppenspezifisch fokussierten sich die Präsidiumsmitglieder auf die strategische Ausrichtung der Clubkultur. Die Manager erarbeiteten Instrumente zur messbaren Qualitätssicherung, während die Sekretariate konkrete Kommunikationsleitfäden entwickelten.

Das gemeinsame Ziel: Die operativen Teams sollen so entlastet werden, dass sie mehr Zeit haben, um Mitglieder und Gäste zuvorkommend und persönlich zu betreuen.

Leading:AI – Service-Konzepte verlässlich in die Praxis übersetzen

Um diese hohen Servicestandards im Alltag zu garantieren, setzen die Leading Golf Clubs auf digitale Werkzeuge. Dr. Daniel Neuß, Leiter des LGCG-Servicecenters, übersetzte die erarbeiteten Konzepte in seinem Workshop direkt in die tägliche Praxis der Anlagen. Dabei erarbeiteten die Teilnehmer konkret, wie Künstliche Intelligenz die Clubs im Hintergrund befähigt, den Exzellenz-Anspruch besser umzusetzen.

Das Prinzip ist lösungsorientiert: Wenn spezialisierte KI-Assistenten erste Anfragen filtern, Greenfee-Anfragen fehlerfrei strukturieren oder Anmeldungen konsolidieren, gewinnen die Teams den Freiraum für echte, menschliche Hospitality-Momente. Die KI organisiert im Hintergrund und bereitet vor, der Mensch entscheidet und betreut den Golfer persönlich.

Mitgliederversammlung 2026: Digitalisierung als Teil der Unternehmenskultur

Eine partnerschaftliche Herangehensweise prägte auch die Mitgliederversammlung der LGCG in Würzburg. Der Vorabend in der Chase Bar und beim Dinner im Traditionsgasthaus Backöfele bot den bewährten Rahmen für vertraulichen Austausch. Es sind diese Momente abseits der Tagesordnung, in denen Erfahrung und Wissen geteilt werden. Genau hier, im geselligen Miteinander der Entscheider, liegt der informelle Think Tank der Gemeinschaft.

Nach der Begrüßung durch Würzburgs Oberbürgermeister Martin Heilig setzte Thomas Lurz, ehemaliger Spitzensportler und heute CHRO bei s.Oliver, den fachlichen Impuls. Seine Kernbotschaft: Die innovativste Technologie bleibt wirkungslos, wenn die Unternehmenskultur nicht bereit für sie ist. Als zwölffacher Weltmeister weiß er: Der Schlüssel zum Erfolg liegt nicht im besten Equipment, sondern in der konsequenten und disziplinierten Umsetzung an jedem einzelnen Tag.

Für das Golfmanagement bedeutet das: Digitale Werkzeuge sind kein Selbstzweck und ersetzen keine Führung. Sie bilden ein starkes Fundament, doch die eigentliche Transformation leisten Teams, die Veränderung als Chance begreifen. Genau diese proaktive Haltung verankert die Qualitätsgemeinschaft in ihren Mitgliedsclubs, um den Wandel aktiv zu gestalten.



Thomas Lurz (CHRO s.Oliver Group) sprach über Unternehmenskultur als Schlüssel der Transformation.

(Foto: M. Pogoda)

Verlässliche Club-Steuerung: Datenbasiertes Management-Cockpit

Um die Clubverantwortlichen in den Leading Clubs bei dieser Arbeit optimal zu unterstützen, benötigen die Entscheider belastbare Lösungen. Ein reines Bauchgefühl reicht in der modernen Clubführung nicht mehr aus. Mit den Auswertungen aus dem neuen Betriebsvergleich bauen die Leading Golf Clubs ein datenbasiertes Management-Cockpit auf. Die Manager treffen strategische Entscheidungen nun auf Basis valider, gemeinschaftlicher Strukturdaten.

Gleiches gilt für die IT-Infrastruktur. Die LGCG begegnen aktuellen Herausforderungen wie dem Datenschutz nicht mit Zögern, sondern mit einer

kompromisslosen Premium-Lösung. Die Daten der Anlagen werden streng DSGVO-konform auf einem eigenen, geschützten Server in Frankfurt verarbeitet.

Fazit: Substanz für die Zukunft von Leading Golfclubs

Der Ansatz der Leading Golf Clubs of Germany ist klar: Die Gemeinschaft befähigt ihre Anlagen durch leading-exklusive Werkzeuge, belastbare Daten und ein starkes Netzwerk von Entscheidern aus den Clubs. Indem bewährte Prozesse im Qualitätsmanagement der Luxushotellerie in maßgeschneiderte Lösungen für die Golfanlagen adaptiert werden, entstehen freie Räume für das, was wirklich zählt: die exzellente Betreuung von Mitgliedern und Gästen. ■

Freiburger Golfclub wird 40. Mitglied

Der Freiburger Golfclub e.V. wurde zum 01. Mai 2026 Mitglied der Leading Golfclubs of Germany. Im Leading-Test hat sich die Anlage sehr überzeugend präsentiert: vom Parklandkurs über die Übungsanlagen bis zum Clubhaus mit ausgezeichnetem Restaurant. Der 18-Löcher-Platz im Dreisam-Tal geht auf das Jahr 1970 zurück und wurde 2020 durch Golfplatzarchitekt Thomas Himmel umfassend modernisiert. Nachhaltigkeit ist für den Club gelebte Praxis: Eine

Photovoltaikanlage deckt rund 40 Prozent des Strombedarfs, Mähroboter ergänzen das ressourcenschonende Platzmanagement seit diesem Jahr. Mit 1.200 Mitgliedern – darunter 230 Jugendliche und Kinderbetreuung ab drei Jahren – versteht sich der Club als Zuhause für die gesamte Familie und alle Generationen. „Der Freiburger Golfclub passt hervorragend in die Gemeinschaft deutscher Premium-Golfanlagen“, so LGCG-Präsident Bernhard May.



V.l.: Wolfgang Michel (Vizepräsident), Dr. Stefan Schultheis (Vorstand Jugend Freiburger Golfclub), Bernhard May (Präsident)