

15. INTERNATIONALER GOLFFACHKONGRESS DES BVGA

Mut zur Zukunft – und zur Umsetzung

Drei Tage Internationaler Golffachkongress (14. – 16.04.2026) in Mannheim, drei Tage geballter Input – und vor allem drei Tage, die eines deutlich machten: Die Golfbranche hat verstanden, dass Stillstand keine Option ist. Unter dem programmatischen Motto ‚Leading the Business of Golf‘ versammelte der Bundesverband Golfanlagen e.V. (BVGA) Entscheider, Vordenker und Praktiker, um genau darüber zu sprechen: wie sich Golfanlagen wirtschaftlich stabil, zukunftsfähig und zugleich attraktiv für neue Zielgruppen aufstellen lassen.

Auftakt mit Perspektive: Netzwerken am Neckar

Den stimmungsvollen Auftakt bildete das Get-together im Bootshaus Mannheim. Mit Blick auf den Neckar, einem ansprechenden Buffet und einer angenehm ungezwungenen Atmosphäre bot sich hier bereits reichlich Gelegenheit für intensive Gespräche und erste fachliche wie persönliche Vernetzungen – ein gelungener Einstieg in drei inhaltsreiche Kongresstage.



Zum Auftakt ging es gut gelaunt per Bus zum Bootshaus Mannheim – direkt am Neckar gelegen. (Alle Fotos: BVGA)



In lockerer Atmosphäre trafen sich beim Get-together langjährige Weggefährten und natürlich wurden auch zahlreiche neue Kontakte geknüpft.



Rainer E. Becker über Robotik als Effizienz- und Umsatztreiber in der Golfgastronomie.



Peter Merck wusste einmal mehr mit seinen persönlichen Ausführungen die Zuhörer in seinen Bann zu ziehen.

Klare Linie im Programm: Effizienz, Erlös, Erneuerung

Diese in den Gesprächen bereits spürbare inhaltliche Ausrichtung setzte sich im offiziellen Kongressprogramm konsequent fort. Die Themenpalette war breit, und zugleich zeigte sich eine klare Linie: Effizienz steigern, Erlöse sichern, neue Wege gehen. Dass dabei sehr konkret und praxisnah gedacht wurde, zog sich wie ein roter Faden durch das Programm.

Ein besonders prägnantes Beispiel lieferte **Rainer E. Becker**. Der Chief Visionary Officer von Becker Robotics nahm sich eines Problems an, das inzwischen nahezu jede Anlage kennt: Personalmangel in der Gastronomie. Seine Antwort fiel ebenso pragmatisch wie zukunftsorientiert aus. Service-Roboter, so Becker, seien längst mehr als technisches Spielzeug. Richtig eingesetzt, könnten sie das Team entlasten, Prozesse stabilisieren und zugleich einen nicht zu unterschätzenden Erlebnisfaktor für Gäste schaffen. Der viel zitierte ‚Wow-Effekt‘ ist dabei kein Selbstzweck, sondern Teil einer klaren wirtschaftlichen Überlegung: Wer länger bleibt, konsumiert mehr. Und wer positiv überrascht wird, kommt im Zweifel auch wieder.

Dass Innovation im Golf weit über klassische Ansätze hinausgeht, zeigte **Peter Merck** eindrucksvoll. Der Gründer der



Thomas Schmocker (l.) referierte über Greenfee-Strategien zwischen Kostenwahrheit und Marktakzeptanz und erhielt von **Stuart Orme** und **Regina Ludwig** wie alle Referenten einen Präsentkorb aus München.

Golf Lounge steht wie kaum ein anderer für die Öffnung des Golfsports in urbane Erlebniswelten. Sein Vortrag war weniger eine klassische Präsentation als vielmehr ein Plädoyer für unternehmerischen Mut. Transformation, so Merck, beginne im Kopf – und scheitere oft weniger an äußeren Umständen als an inneren Vorbehalten. Seine eigene Geschichte, die neben Erfolgen auch Rückschläge kennt, verlieh diesen Aussagen zusätzliche Glaubwürdigkeit. Gerade dieser offene Umgang sorgte für eine hohe Aufmerksamkeit im Auditorium.

Einen deutlich nüchterneren, aber nicht minder relevanten Blick auf die wirtschaftliche Realität von Golfanlagen warf **Thomas Schmocker** vom Migros-Golfpark Moossee. Sein Thema: Greenfee-Strategien jenseits von Rabattaktionen. Schmocker plädierte für eine konsequente Orientierung an der Kostenwahrheit – ohne dabei die Marktakzeptanz aus den Augen zu verlieren. Ein Balanceakt, der Fingerspitzengefühl erfordert. Denn zu günstige Preise untergraben langfristig die Wirtschaftlichkeit, zu hohe schrecken potenzielle Gäste ab. Die Lösung liegt, wie so oft, in der differenzierten Betrachtung: Wer seine Kosten kennt und seine Zielgruppen versteht, kann Preise nicht nur rechtfertigen, sondern gezielt als Steuerungsinstrument einsetzen.



Alexandra Engelhard mit Tagungs-Moderator **Stuart Orme**, der im Anschluss an den Vortrag die Frageunde aus dem Publikum eröffnete.

„Seit rd. 25 Jahren bin ich regelmäßig bei den Veranstaltungen des BVGA und habe jedes Mal etwas dazugelernt. Und dies gilt nicht nur für die Fachvorträge während des Kongresses, sondern insbesondere auch für die Gespräche mit Kollegen und Betreibern, die ein unerschöpfliches Wissen und eine großartige Erfahrung bündeln. Schon aus diesem Grunde empfehle ich meinen Kunden regelmäßig die Mitgliedschaft im BVGA.“



Dr. Reinhard Koss,
ö.b.u.v. Sachverständiger für Wirtschaftlichkeitsbewertung von Golfanlagen



BVGA Wirtschafts GmbH-Geschäftsführer Thomas Hasak mit Miracle Nnabuife und Dominik Albicker (beide Simfact GmbH)

Bereits zum Auftakt des Fachprogramms setzte **Alexandra Engelhard** einen klar vertrieblichen Akzent. Die Category Development Managerin zeigte auf, welches Potenzial in einem systematischen Category Management auf Golfanlagen steckt – insbesondere dann, wenn Vertrieb nicht ‚nebenbei‘, sondern strategisch gedacht und personell verankert wird. Ihr Ansatz: Angebote gezielt strukturieren, Bedürfnisse der Gäste besser verstehen und daraus konkrete Umsatzimpulse ableiten. Gerade die Idee, Vertriebsverantwortung klar zu definieren und aktiv zu steuern, stieß auf großes Interesse – nicht zuletzt, weil sie einen Perspektivwechsel nahelegt: weg vom reinen Verwalten, hin zum aktiven Entwickeln von Erlöspotenzialen.

Ein weiterer Programmpunkt zeigte, dass wirtschaftlicher Erfolg nicht zwangsläufig nur aus eigener Kraft finanziert werden muss. **Dominik Albicker** von Simfact GmbH führte in die Welt der Fördermittel ein – ein Terrain, das vielen Betreibern nach wie vor als schwer zugänglich gilt. Seine Botschaft: Mit der richtigen Expertise lassen sich Investitionen nicht nur realisieren, sondern auch deutlich wirtschaftlicher gestalten. Was auf den ersten Blick wie bürokratisches Dickicht wirkt, entpuppte sich bei näherer Betrachtung als durchaus gangbarer Weg – vorausgesetzt, man ist bereit, sich darauf einzulassen.

Wissen vertiefen – weitere Vorträge

Ergänzend sei erwähnt, dass eine Reihe weiterer spannender Vorträge das Programm bereicherten, die an dieser Stelle aus Platzgründen jedoch nicht im Detail ausgeführt werden können. Für alle, die tiefer in die Inhalte einsteigen möchten, stehen die Präsentationen im Mitgliederbereich unter www.bvga.de zur Verfügung.

Neben diesen inhaltlichen Schwerpunkten spielte auch der persönliche Austausch wieder eine zentrale Rolle. Die Networking-Pausen und Abendveranstaltungen wurden intensiv ge-



In den Networking-Breaks gab es bei den ausstellenden BVGA-Partnern Zeit für vertiefende, individuelle Gespräche.

„Der jährliche BVGA-Golf-fachkongress ist für mich mittlerweile ein unverzichtbarer Impuls für den erfolgreichen Betrieb unserer Golfanlage. Der Austausch unter Gleichgesinnten und die Themenvielfalt des Seminarprogramms ermöglichen einen inspirierenden Blick über den Tellerrand.“



**Johannes Fülöp,
Geschäftsführer Golf & More Huckingen**

nutzt – nicht selten mit dem Ergebnis, dass Gespräche aus den Vorträgen direkt in konkrete Ideen für den eigenen Betrieb überführt wurden. Genau diese Mischung aus fachlichem Input und kollegialem Austausch ist es, die den Reiz des Fachkongresses seit Jahren ausmacht.

Organisation und Moderation: Verlässliche Konstanten

Ein besonderer Dank gilt der BVGA-Geschäftsstelle um Thomas Hasak und seinem Team für die erneut rundum gelungene Organisation des Kongresses. Ebenso gebührt Stuart Orme als Vorsitzendem des BVGA-Vorstands und zugleich souveränem Moderator Anerkennung für die strukturierte und zugleich angenehme Führung durch die Veranstaltung. Nicht unerwähnt bleiben darf zudem das Dorint Kongresshotel Mannheim, das mit hoher Qualität in Küche und Service über-



Einmal mehr Garanten für eine gelungene Durchführung des Internationalen Golfkongresses (v.r.): Thomas Hasak, Regina Ludwig, Nele Funke, Hannah Woith und Julius Helgert

zeugte. Besonders die Abendveranstaltung setzte dabei einen stilvollen und würdigen Akzent und bot den passenden Rahmen, um langjährige BVGA-Mitglieder und -Partner zu ehren, neue Mitglieder willkommen zu heißen sowie besondere Leistungen und Partnerschaften im Golfmarkt zu würdigen.

Fazit: Werkzeuge sind vorhanden – jetzt geht es an die Umsetzung

Am Ende blieb der Eindruck einer Branche, die sich ihrer Herausforderungen sehr bewusst ist – und gleichzeitig über genügend Ideen, Konzepte

und Persönlichkeiten verfügt, um diese aktiv anzugehen.

Die Rückmeldungen der Teilnehmer sprechen dabei eine klare Sprache: Große Zufriedenheit auf allen Ebenen mit der Gesamtnote 1,9, eine Weiterempfehlungsrates von 100 Prozent sowie eine ebenso vollständige Wiederkehrbereitschaft unterstreichen den hohen Stellenwert der Veranstaltung. Stuart Orme bringt es auf den Punkt: „Der Golfkongress ist die zentrale Plattform für alle, die Verantwortung tragen und die Zukunft der Branche aktiv mitgestalten möchten.“

„Der BVGA-Kongress hat gezeigt, dass die entscheidenden Herausforderungen der Golfanlagen weniger im Markt als in den eigenen Strukturen liegen.



Erfolgreiche Anlagen unterscheiden sich zunehmend durch Managementqualität – insbesondere in der datenbasierten Steuerung, klaren Positionierung und konsequenten Führung. Das Bewusstsein dafür ist in der Branche spürbar gewachsen, entscheidend wird nun sein, diese Ansätze auch konsequent umzusetzen.“

Eric Marschke,
General Manager Berliner Golf & Country Club am Motzener See

Mit 130 Entscheiderinnen und Entschcidern und einem vollständig ausgebuchten Kongress wurde eindrucksvoll deutlich: Der Bedarf an Orientierung, Austausch und konkreten Lösungen ist größer denn je. So steht der Golfkongress 2026 für genau das, was die Branche aktuell braucht: relevantes Wissen, klare Orientierung, starke Netzwerke und messbaren Mehrwert. Oder, wie es BVGA-Geschäftsführer Thomas Hasak treffend formuliert: „Der Golfkongress liefert genau die Impulse, die unsere Branche jetzt braucht – und gibt den Teilnehmern einen echten Wissensvorsprung für eine erfolgreiche Saison.“ ■

Stefan Vogel



Die abschließende Teilnehmerbefragung spricht eine klare Sprache: volle Zustimmung und durchweg hohe Zufriedenheit im Auditorium.