

Die Chefs der Golf Lounge wollen weitere Städte erobern

HAMBURG :: Peter Merck, 44, sitzt im Konferenzraum der Golf Lounge. Sein Blick schweift über das, was er in den vergangenen fünf Jahren hier geschaffen hat: Links die Drivling Range mit einem Bistro und den Boxen, aus dem die Golfer abschlagen, auf einer riesige umzäunte Fläche, groß wie ein Fußballplatz. Rechts der neue Neun-Loch-Kurzplatz; mit seinem grünen Kunstgras, den Sandinseln, den Loungesesseln, der Grillstation und den Schirmen wirkt er ein wenig wie eine Mischung aus der Sylter Sansibar und einem Abenteuerplatz für Erwachsene. „Wir wollen den Wohlfühlcharakter weiter erhöhen“, sagt Merck und nennt die hohe Messlatte für die Zukunft der Golf Lounge: „Wir wollen die beste Range Europas werden.“

Vor sechs Jahren haben Merck und sein Geschäftspartner Marc Spangenberg, 40, mit der Golf Lounge, die sie mit einem Mut im wohl wenig gelaffinen Rothenburgsort gegründet haben, den Gründerepreis gewonnen. „Diese Auszeichnung bedeutet für uns auch eine Verpflichtung, frisches Golf anzubieten, ohne die Tradition mit Füßen zu treten – und dabei immer neue Ideen zu kreieren“, sagt Merck. Weit über zwei Millionen Euro haben die Gründer für dieses Ziel bereits investiert.

Längst nutzen die beiden sportlich aussehenden Unternehmer dabei die Chance, das Golfen durch neue Turnierevents auch außerhalb der Lounge attraktiver zu machen. Bei der Beach Trophy schlagen die Teilnehmer von

einer schwimmenden Insel ab, beim Gourmet-Cup warten an jedem Loch neue Köstlichkeiten. Und beim Barfuß-Wellness-Cup kommen geschundene Golferfüße ohne Schuhe aus, können den Rasen an den Zehen kitzeln spüren und sich mit einer Fußreflexzonenmassage verwöhnen lassen.

30 000 Sportler sind hier bereits mehr oder weniger aktiv. „Inzwischen haben wir mehr als 150 Gäste am Tag“, sagt Merck. Der Umsatz konnte jährlich um zehn Prozent gesteigert werden. Operativ ist das Projekt profitabel.

Merck und Spangenberg könnten zufrieden sein. Allerdings wollen sie mit ihrem ungewöhnlichen Sportplatz auch Investoren anlocken. Bisher hat noch keiner zugeschlagen. Merck hat aber noch einen Plan B: „Sobald die Golf Lounge hier in Hamburg so perfekt ist, wie wir es uns vorstellen, investieren wir selber in weitere Standorte oder starten ein Franchisesystem. Deutschland sei reif für acht weitere Standorte, „mindestens“, davon ist Merck überzeugt. (mw)



Marc Spangenberg und Peter Merck
Gewannen den Preis 2005 Foto: J. Joost