



Erlebniswelt Golf Lounge

Hamburg ist das Tor zur Welt – für die Golf Lounge an den Elbbrücken gilt Ähnliches: Sie öffnet die Tür zum Golfsport. „Über 100 Millionen Golfbälle sind bei uns in den vergangenen zehn Jahren geschlagen worden“, erzählt der Gründer Peter Merck stolz. Anfangs wurde der mutige Macher für seine Idee belächelt. Doch längst hat der 47-Jährige seine Spötter eines Besseren belehrt. Seine innerstädtische Driving Range auf drei Ebenen mitten in der Hansestadt wird von Tausenden ambitionierten wie arrivierten Golfern regelmäßig frequentiert. Seine Anlage zählt zu den modernsten Europas. Das Geschäftsmodell Golf Lounge hat sich längst einen Namen – gerade auch als attraktive Veranstaltungsplattform – weit über die Grenzen Hamburgs hinaus gemacht.

Golfmedico: Herr Merck, macht Sie Golf allein nicht glücklich?

Peter Merck: (Lacht) In der Golf Lounge geht es neben dem Sport um Unterhaltung, Spaß und Geselligkeit in einer ganz entspannten, privaten und familiären Atmosphäre. Durch unser vielfältiges Angebot bieten wir eine hochmoderne, innovative Trainingsplattform und gleichzeitig eine stimmungsvolle Event-Location für Firmen- und Privatfeiern. Unser Bestreben ist es, möglichst viele Menschen unkompliziert und ohne Zugangsbarrieren an die faszinierende Sportart Golf heranzuführen.

Sie betonen, dass Dienstleistung bei Ihnen ganz großgeschrieben wird. Was meinen Sie konkret damit?

Jeder ist bei uns willkommen und wird mit einem Lächeln empfangen. Ich bin nach wie vor der Meinung, dass dieser traumhafte Sport mehr Anhänger verdient. Deshalb war es auch so wichtig, dass sich unsere Anlage vom ersten Tag an von der klassischen Trainings- zur Event-Location entwickelt – Sport plus gute Laune. So sprechen wir noch stärker die breite Masse an. Denn Golf ist bekanntermaßen kein Selbstläufer mehr.

Gewinnen Sie mit Kindergeburtstagen und Kunden-Events tatsächlich mehr Golfer?

Auf jeden Fall. Während die Anzahl der Golfer in Deutschland nahezu stagniert, haben

wir mit unseren Event-Möglichkeiten auf der 18.000 Quadratmeter großen Anlage in den vergangenen zehn Jahren mehr als 100.000 Besucher für diesen Sport begeistern können. Viele sind dabei zum ersten Mal mit dem Golfball und den Schlägern in Berührung gekommen. Die Golf Lounge will das Image von Golf als coolen und urbanen Sport prägen, der auch in der kalten Jahreszeit viel Vergnügen bereitet. Fast schon legendär sind in den wärmeren Monaten die niveaullastigen Feiern im Beachclub und an kühlen Tagen die tollen Partys in der Almhütte.

„Golf erleben“, „Golf kennenlernen“ und „Wir machen Golfer!“ sind Slogans der Golf Lounge. Wie viele Menschen wurden durch Sie beim Verband registrierte Golfer?

Weit über 30.000 Menschen haben wir zu Golfern gemacht. Damit ebneten wir auch vielen den Weg zu den zahlreichen Golfanlagen rund um Hamburg. Wir arbeiten frei nach dem Motto: Wir machen Golf cool – wir machen coole Golfer. Bei uns können ganz unterschiedliche Menschen das Spiel einfach ausprobieren und Spaß haben.

Bekommen Sie eine Provision, wenn Sie den Clubs neue Golfer zuführen?

Wir machen das Training hier. Die Platzreife findet bereits in einem unserer 25 Partnerclubs statt. Für die Vermittlung von Neugolfern beziehungsweise Neumitgliedern woll-

ten wir nie eine Provision haben. Uns geht es darum, dass die Leute eine „golferische Heimat“ finden sollen. Zahlen über den tatsächlichen Verbleib haben wir nicht. Die Golf-Lounge-Platzreife hat hohe Qualität, und die Spieler werden gern übernommen.

Was soll sich im deutschen Golf ändern?

Nicht alle Clubs müssen umdenken, aber diejenigen, die auf Neugolfer und Wachstum setzen, täten gut daran. Die Qualität muss stimmen, es geht dabei jedoch nicht um Exklusivität. Ganz wichtig ist, dass Golf weniger zeitaufwendig wird – dafür habe ich bereits das Konzept für eine Golf Lounge City und ein Golf Lounge Country in der Schublade. Wir müssen Golf an das veränderte Freizeitverhalten der Menschen anpassen – niemand hat heute die Zeit, mehrmals in der Woche stundenlang Golf zu spielen.

Wenn Sie zurückschauen: Hat sich das Geschäftsmodell Golf Lounge für Sie bezahlt gemacht?

Das Konzept funktioniert, es ist ein mögliches Zukunftsprodukt für den deutschen und mittlerweile auch internationalen Golfsport. Mit der Anlage in der City haben wir voriges Jahr 16.000 Event-Kunden gewonnen. Pro Jahr gab es 400 Veranstaltungen mit im Schnitt 40 Personen. Von allen, denen wir einen Golfschläger in die Hand gaben, griff mehr als die Hälfte wieder bei

uns zum Schläger, um es noch mal auszuprobieren. Und von dieser Gruppe der Golfinteressierten war abermals die Hälfte inspiriert, einen Schnupperkurs zu besuchen. Der ideale Weg vom Ausprobieren über das Kennenlernen zum Golfeinstieg. Die Golf Lounge ist dabei gerne der Appetizer.

Verraten Sie uns Ihre Zukunftsvision für Ihre Gäste?

Man fährt mit dem Auto auf den zentral gelegenen Parkplatz. Kurze Wege und unkomplizierter Zugang stehen im Vordergrund. Die unterschiedlich ausgeprägten 3-LochBahnen (Links Course, Lakes Course, Adventure Course...) führen immer wieder zu zentral gelegenen Parkplätzen – damit wird gewährleistet, dass auch mal nur drei oder sechs Löcher zum Feierabend gespielt werden können.

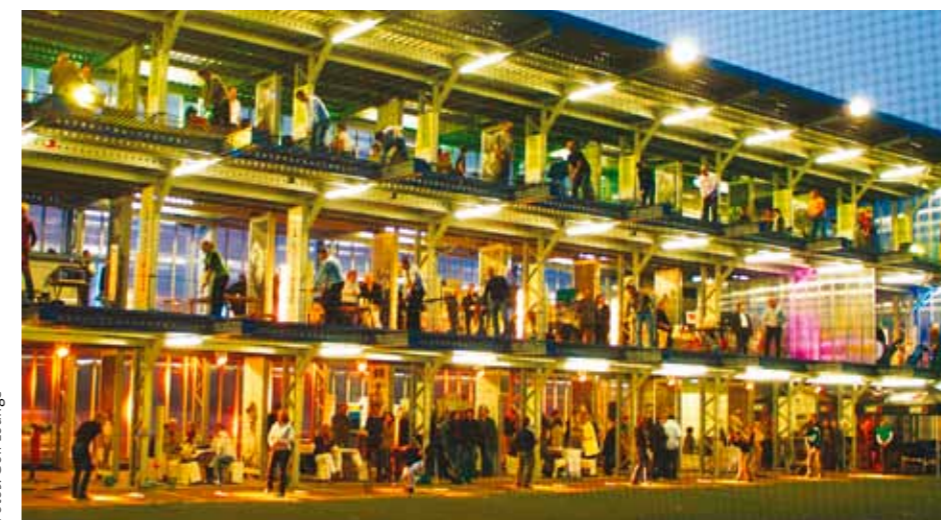
Welchen Vorteil soll das für den Golfer haben?

Das Freizeitverhalten der Menschen hat sich stark verändert, Zeit- und Lebensplanung erfordern angepasste Produkte. Eine moderne Golfanlage, die auf Freizeit und Event setzt, sollte diesem Umstand Rechnung tragen. Der Golfer hat so einen vereinfachten Zugang – mal eben zum Feierabend Golf spielen oder auch mal die Familie am Wochenende auf eine "kurze" Golfrunde mitnehmen. Im Business Bereich gilt das Prinzip „keep it simple“ ganz besonders. Netzwerkturniere legen ihren Schwerpunkt auf Spaß – letztendlich geht



◀ **Unterstützt von einem Golflehrer, der Freude am Spiel vermittelt, bleiben selten schnelle Fortschritte aus**

▼ **Schwingen ohne Ende – ein Grund für Mitglieder und Gäste der Golf Lounge, mitten in Hamburg auch schon mal eine Nachtschicht einzulegen**



Fotos: Golf Lounge



ZEHN JAHRE GOLF LOUNGE Zahlen & Fakten

- ▼ Im Schnitt 25.000 gespielte Bälle pro Tag
- ▼ Über 35.000 registrierte Kunden
- ▼ Durchschnittlich 150 Besucher pro Tag
- ▼ Mehr als 2.000 Events seit 2005
- ▼ Über 400 Xmas-Events mit mehr als 10.000 Besuchern
- ▼ Über 2.000 Absolventen von Platzreifekursen
- ▼ Mehr als 4.000 Schnupperkurs-teilnehmer
- ▼ Seit Juli 2007 offizieller Golfclub im DGV mit aktuell rund 1.400 Mitgliedern im Golf Lounge e. V.
- ▼ 25 Partnerclubs

es darum, in möglichst kurzer Zeit möglichst viele Menschen kennenzulernen. Nach 25 Minuten und drei Löchern kommt man immer wieder auf einen Happen zusammen, tauscht die Flightpartner. Nach zwei Stunden hat man dann 30 Flightpartner auf einem kurzweiligen Firmenevent auf ungezwungene Art und Weise kennengelernt. Perfektes Networking.

Und wie schlagen sich die Noch-nicht-Golfer die Zeit tot?

Für die habe ich auf der Anlage einen Biergarten mit angrenzendem Minigolfplatz, ideal für Wochenendausflügler. Ferner gibt es einen Softballplatz, auf dem die ganze Familie auch mit Kindern und Kinderwagen spielen kann. Und daneben ist die Driving Range der Golf Lounge, rundherum noch einmal drei Löcher, auf denen die Platzreife abgenommen wird. Zentrales Element ist nicht das leistungsorientierte Golf, sondern der Spaß am Spiel.

Herr Merck, vielen Dank für das Gespräch. (AM)

Mehr Infos unter:

➔ www.golflounge.de