



WILLKOMMEN IN MOORFL

Eines für alle(s)

Imke Ulrich

Er liebt die Vielfalt und die Herausforderung – im Süden Hamburgs hat Peter Merck den Golfsport jetzt neu erfunden und präsentiert eine attraktive Ergänzung zum klassischen Clubgolfen: Eine Anlage für alle und alles rund um die Themen „Freizeit“, „Event“ und „Golf“, das Golf Lounge Resort. Welches innovative Konzept er verfolgt und wie er, auch dank eines simplen Preismodells und moderner Technik, für Bewegung im Golfmarkt sorgen will, hat er uns im Interview verraten.

Mehr als nur ein Golfplatz ... das Golf Lounge Resort



Im Golf Lounge Resort zu Hause: Peter Merck

schon lange nach einer geeigneten zusätzlichen Anlage umgesehen habe. 2019 konnte ich bei Red Golf in Moorfleet einsteigen, die Anlage dann komplett übernehmen. Sie liegt nur acht Minuten vom alten Standort entfernt. Wir haben 2022 einen konsequenten Cut gemacht, die alte Golf Lounge zum 1. April geschlossen, und bis auf das Stahlgerüst der Range ist alles mit an den neuen Standort gezogen, auch die rund 2.000 Mitglieder und meine Mitarbeiter. Die haben alle sehr positiv reagiert. Die neue Location ist ein Naturerlebnis. Die frische Brise der benachbarten Elbe, die Tiere – unschlagbar!

Unschlagbar ist offenbar auch das Konzept – wie sieht es aus? Nachdem ich die 30 Hektar große Anlage gekauft habe, bin ich erstmal ein halbes Jahr in mich gegangen. Dann stand für mich fest: Ich möchte die Qualität verbessern, aber den Geist bewahren. Die Anlage war von je her ein Ort der Begegnung – und mir war bald klar: Ich möchte hier keinen Member-Club. Die bestehenden Mitglieder haben natürlich Bestandsschutz. Doch generell soll hier jedermann jederzeit willkommen sein. Und dann ging es los mit umfangreichen Pflege- und Revitalisierungs- sowie Baumaßnahmen.

Neues hat er immer schon gerne gewagt, mutig seiner golfsportlichen Vision folgend: 2005 brachte Peter Merck mit der 18.000 Quadratmeter großen Golf Lounge den Golfsport in die Stadt. Die Trainingsstätte, eine mehrstöckige Driving Range mit 40 Abschlagboxen auf drei Ebenen plus 1.000 Quadratmeter Chipping-Area, baute er zu einer europaweit einzigartigen Freizeit-, Event- und Golflocation aus, die jährlich über 100.000 Besucher hatte. Nun hat er an einem neuen Standort, in Hamburg-Moorfleet, wiederum Großes vor.

Herr Merck, täglich hatten Sie durchschnittlich 200 Golfende auf Ihrer Anlage, dann kam die Pandemie ... Mussten Sie den etablierten Standort der Golf Lounge coronabedingt verlassen?

Nein, natürlich hat uns Corona finanziell schwer getroffen – wir hatten vorher rund 500 Veranstaltungen im Jahr, das fiel plötzlich weg, aber das war nicht der Grund. Wir hatten immer nur einen zeitlich begrenzten Pachtvertrag, so dass ich mich



Das Golf Lounge Resort präsentiert sich als Freizeitlocation für jedermann

„Wir sind eine Plattform,
auf der immer was
passiert!“

Bin ich als ambitionierter Golfer denn nicht
gut bei Ihnen aufgehoben?

Ich sage ganz klar: Wer jeden Tag den gleichen
Platz bespielen will, ist hier falsch. Für ihn ist ein traditioneller Club kostengünsti-
ger. Wir sind perfekt für alle, die 20 bis 30 Mal im Jahr stadtnah golfen wollen oder
regelmäßig auf einer top Trainingsanlage trainieren wollen. Tatsächlich nutzen aber
auch Club-Golfer als Friends unser vielfältiges Trainingsangebot ergänzend zu ihrer
Clubmitgliedschaft. Das freut mich!

Wenn Sie kein Member-
Club sind, was dann?

Wir haben hier ein einzigarti-
ges Preissystem. Es gibt nur zwei
Kategorien: Gast oder Friend. Du bist

Gast und zahlst für jedes einzelne Produkt. Wenn
du öfter kommen willst, kannst du für 99,- Euro Friend wer-
den und erhältst das Golfen, den TrackMan-Simulator und
die Matte auf der Range bis zu 50 Prozent günstiger sowie
zehn Prozent Bonus auf jede Einzahlung auf dein Kundengut-
habenkonto. Die Friend-Mitgliedschaft kostet 99,- Euro pro
Kalenderjahr, egal, wer kommt und egal, wann er kommt,
denn wir haben ganzjährig geöffnet. Uns ist es wichtig, dass
Menschen hier Golf kennen lernen. Entwickeln sie sich zu
Golf-Maniacs, wechseln sie in einen klassischen Club. Wir
verstehen uns als eine Plattform für Freizeit, Event und Golf,
auf der immer was passiert.

Was ist noch besonders an Ihrem
Konzept?

Wir legen großen Wert auf kurze Wege
und eine optimale Logistik. „Keep it sim-
ple“: Jede Sekunde, die du mit Suchen
oder überflüssigen Handgriffen verbringst,
ist eine zu viel. Bei uns sind die Prozesse
extrem schlank und einfach gehalten: Ich
habe hier 20 Leute Personal. Alle können
alles und jeder macht alles. Wichtig sind
die Vorbereitung und die klare, einfache
Struktur. Bei der Digitalisierung war Ama-
zon unser Vorbild: Buchen, bezahlen, stor-
nieren – alles läuft bequem und unkompli-
ziert über unsere Homepage – die Admin
wird dadurch extrem verschlankt.



Die Elblodge lädt zum Chillen ein



Verlockend: der Putting-Course



Brennt mit viel Spaß und Engagement für seinen Lebenstraum: Peter Merck

Elblodge mit Sonnenterrasse und Putting-Course, durch Familien- oder Firmenfeiern und natürlich durch die Driving Range, die Golfplätze, Training. Es geht lässig zu und heterogen. Der Event- und Freizeitmensch erlebt hier das Ambiente, zum Beispiel auch durch kulturelle Veranstaltungen in unserem 300-Quadratmeter-Sternzelt. Qualität, Wohlbefinden und Atmosphäre sind mir wichtig.

„Ich will das hier so richtig gut machen“

Erst die Golf Lounge als erste innerstädtische Driving Range, nun ein innovatives Resort, sicherlich auch ein finanzielles Risiko – warum machen Sie das?

Für unseren Umzug haben wir über Wochen 18 Stunden am Tag Vollgas für unser Projekt gegeben. Für mich eine Herzensangelegenheit, ein Lebenstraum. Das ist ein ganz neues Konzept hier, ich bin ein Perfektionist, will hier die nächsten 20 Jahre noch wirbeln und das hier so richtig gut machen!

Die Golf Lounge war ja „nur“ eine Driving Range. Was ist die neue Anlage: Man munkelt, es gäbe Parallelen zu einem Ski-Resort ...?

Richtig, und das ist im Golf europaweit einzigartig: Wir haben hier drei Courses mit verschiedenen Leveln, der schwarze ist ein 9-Löcher-Platz für Fortgeschrittene (Friends zahlen nur 20,- Euro), der rote ein 6-Löcher-Platz für Anfänger

(Friend-Tarif 10,- Euro), mit breiten Fairways und kürzeren Bahnen, Kunstrasen-Abschlägen und -Grüns, und der blaue ein 9-Löcher-Putt-Course aus Kunstrasen, den Friends für 5,- Euro spielen. Und es gibt eine Golf Academy, die ganzjährig mit vier Trainern ausbildet.

Kunstrasen?

Ja, denn wir wollen möglichst nachhaltig und umweltbewusst agieren – mit wenig Dünger und Bewässerung. Um Natur und Ressourcen zu schonen, lassen wir auf unserem schwarzen Course um die Abschläge und zwischen den Golfbahnen die Rough-Bereiche stehen. Darüber hinaus haben wir 100 neue Bäume gepflanzt und spenden von jedem Greenfee für „Plant for tree“, also die Aufforstung von Wäldern.

Die Kundenkartei der Golf Lounge umfasste 50.000 Menschen: Hippe Städter, Singles, Neu-Hamburger, junge Familien, Best Ager – welche Zielgruppen sprechen Sie jetzt an? An unserem Credo „Wir machen Golfer“ hat sich nichts geändert, „Freizeit“, „Event“ und „Golf“ sind unsere Themen und haben unsere Marke stark gemacht. Deshalb ist Red Golf Moorfleet nun das „Golf Lounge Resort“. Meine Zielgruppe sind die 1,2 Millionen sportlich Aktiven in Hamburg. Bei uns kommen Ausflügler, Familien, Tagestouristen mit Golf in Berührung – durch Essen und Trinken in unserer gemütlichen

Holz und coole Sprüche – im Golf Lounge Resort geht es lässig zu





Grüne Oase in Elbnähe: das Golf Lounge Resort

„Das ist hier ein Leuchtturmprojekt“

Gibt es wieder eine spektakuläre Driving Range?

Ja, eine doppelstöckige mit 35 überdachten Plätzen, für bis zu 250 Meter weite Abschlüge, einer Trainerbox für die Golflehrer, zwei TrackMan-Golfsimulatoren und einem Pro-Shop. Es ist die modernste Range bundesweit: Wir leben hier die volle TrackMan-Show. Jede Abschlagbox ist mit der marktführenden Radar-Technologie und Schlägern ausgestattet. Man kann zwischen drei TrackMan-Optionen wählen. Es ist grundsätzlich alles freigeschaltet. Klicke ich „Training“ an, liefert mir das Gerät exakte Daten zum Ballflug und zur Schlägerbewegung. Bei „Spiel“ kann ich mich mit bis zu drei weiteren Person batteln und bei „Course“ stehen mir acht Golfplätze mit Echtbild zur Auswahl, darunter auch der Old Course St. Andrews. Bezahlt wird immer pro Matte und

Stunde, als Friend nur 15,- Euro pro Stunde. Range-Bälle gibt es unbegrenzt, ohne Token, Karte oder Kleingeld.

In der Golf Lounge hatten Sie vor Corona bis zu 500 Veranstaltungen im Jahr. Erwarten Sie diese Dimensionen auch für die neue Location?

Die Anlage hat auf jeden Fall das Potenzial dazu. Wir können hier sieben Events gleichzeitig stattfinden lassen – vom Barbecue mit Golf über Hochzeiten bis zu Firmenfeiern, zum Beispiel in unserer echten Tiroler Almhütte.

Wo wollen Sie mit der neuen Anlage in fünf Jahren stehen?

Wenn wir dann 100.000 Kunden haben, die mehr als einmal hier waren, haben wir alles richtiggemacht! Wir sind nicht

nur eine Golflocation, sondern auch eine Freizeitanlage für jedermann und damit ein Leuchtturmprojekt für Deutschland: Ob Mitglieder-Club, pay & play, VcG, es gibt unterschiedliche Wege, Menschen für Golf zu begeistern. Wenn mein Konzept bundesweit Nachahmer findet, bin ich glücklich!

Vielen Dank für das Gespräch! 

Interviewpartner:

Peter Merck
Jahrgang: 1967
HCPI: 18
Heimatclub: Golf Lounge
Geschäftsführer des
Golf Lounge Resorts

