

Warum ist Golf unter Geschäftsleuten so beliebt und wird immer beliebter?

Warum ist Golf unter Geschäftsleuten so beliebt und wird immer beliebter? Eigentlich passen Golf und Business doch gar nicht zusammen. Wer gut Golf spielt, muss stets mit dem Verdacht leben, dass er sich zu viel Zeit für den Sport nimmt und zu wenig für sein Geschäft. Es soll Unternehmensanalysten geben, die die Handicaps der Vorstände eruieren und daraus Schlussfolgerungen über die Gewinnaussichten der Firmen zu ziehen versuchen (je besser die Handicaps, desto schlechter die Geschäftsperspektiven). Beim Business Golf Cup der Süddeutschen Zeitung aber spielen pro Jahr mehr als 1500 Führungskräfte, Entscheider und Geschäftsführer. In den letzten Jahren hat sich die Zahl mit zweistelligen Raten erhöht. Die meisten Turniere waren komplett ausgebucht. Der Trend ist eindeutig. Golf wird für das Geschäft wichtiger. Es geht sogar so weit, dass, wer nicht Golf spielt, in den Verdacht gerät, nicht auf der Höhe der Zeit zu sein. Golf wird zum Business Tool. Immer mehr Firmen nutzen es, um ihr Geschäft zu fördern. Dabei wird beim Golf nur Golf gespielt und nicht über Preise oder Lieferbedingungen gesprochen. Allenfalls gibt es einen Handschlag, dass man sich versteht, dass man ein Geschäft machen will und sich am nächsten Tag wegen der Details zusammensetzen wird.

Golf verbindet

Golf ist ein perfektes Instrument zur Kundenbindung. Gutes Geschäft beruht ja nicht nur auf guten Produkten, zuverlässigen Dienstleistungen und pünktlicher Bezahlung. Gutes Geschäft beruht zu allererst auf dem Vertrauen der Partner zueinander. Dieses Vertrauen muss gepflegt werden. Wo kann man das besser als auf dem Golfplatz? Da sind Sie vier Stunden mit Ihrem Partner unterwegs. Da können Sie sich in Ruhe unterhalten. Sie suchen zusammen die Bälle im Gebüsch. Das verbindet. Sie freuen sich über gute Schläge. Und Sie ermutigen sich gegenseitig. Sie sehen, wie Ihr Partner seine Punkte zählt und Sie wissen dann, worauf Sie auch in den Geschäftsbeziehungen achten müssen. Im Golf gibt es kein Herumhetzen und Außer-Atem-Sein. Es gibt kein Netz, das die Partner trennt. Es gibt keine Barrieren zwischen guten und schlechten Spielern. Selbst wenn Ihr Geschäftspartner Anfänger ist, können Sie mit ihm über die Runde gehen. Das Handicap wirkt bekanntlich ausgleichend.

Golf hilft neue Kunden oder Geschäftspartner kennenzulernen. Beim Golf treffen sich eher Gleichgesinnte. Da versteht man sich schnell und braucht sich nicht mühsam über den Austausch von Visitenkarten anzunähern. Die Einladung zu einer Golfrunde ist ein perfektes Instrument, dem Geschäftspartner etwas Gutes zu tun oder sich für Gefallen zu revanchieren. Sie ist nicht so teuer, dass jemand sie als Bestechung auslegen könnte. Keiner muss aus Compliance-Gründen ablehnen. Golf ist ein perfekter Ausgleich zu Hektik und Stress im Geschäftsleben.

Vielen Firmen sind eigene Turniere zu aufwendig

Wenn Golf so wichtig für das Geschäft ist, muss man sich überlegen, wie man die Gelegenheit dazu schafft. Einem Club beizutreten ist wichtig. Nur dann wird man in die ehrenhafte Gilde der Golfer so richtig aufgenommen. In den kann man Geschäftspartner zu einer privaten Runde einladen und auch noch zum Drink oder zum Essen. Wer etwas Größeres machen möchte, kann ein eigenes Turnier für seine Geschäftsfreunde und ihre Begleitungen organisieren. Das ist aber nicht nur mit viel Arbeit verbunden, sondern kostet auch richtig Geld. Manch einer verlangt von seinen Gästen eine Startgebühr. Das wird aber nicht von allen geschätzt: Verdient der so wenig an mir, dass er mich auch noch beim Golfen zur Kasse bitten muss? Vielen Firmen sind eigene Turniere zu aufwendig. Für sie gibt es aber Alternativen. Das ist das Sponsoring. Auch hier gibt es einfache und aufwendigere Varianten. Das Einfachste ist, dass Sie Ihre Kunden oder Geschäftspartner zu einer Golf Clinic oder zu einem Golf Coach einladen. Dort können sie ihren Schwung oder ihr Putten bei einem Pro verbessern. Eine andere Möglichkeit ist die Förderung eines Turniers in einem Golf Club. Das Turnier richtet der Club aus. Was Sie tun müssen, ist einen Zuschuss zu den Kosten zu geben. Sie können auch Werbegeschenke verteilen und Kunden einladen. Der Vorteil ist, dass Sie in einem Club auftreten können, dessen Mitglieder vielleicht zu Ihrer Zielgruppe gehören. Sie können damit auch Menschen ansprechen, die Sie noch nicht kennen und erweitern damit den Kreis Ihrer Geschäftspartner. Golfspieler sind ja meist nicht die Ärmsten der Republik, und wenn sie dank Ihrer Förderung einen schönen Tag erlebt haben, dann werden sie sich bei ihrem nächsten Einkauf gerne daran erinnern.

Wer noch einen Schritt weitergehen will, kann ein ganz großes Turnier sponsern. Denken Sie nicht, dass hier schon alles vergeben ist. Der Deutsche Golfverband hat viele Ideen und Deutschland spielt im internationalen Turnierkalender noch eine eher geringe Rolle. In diesem Jahr kam als ein neues Turnier die Ladies German Open in Gut Häusern bei München dazu. Es wurde von der HypoVereinsbank als Titelsponsor gefördert. Wenn Sie sich hier auch einen Zeitungssponsor mit ins Boot holen, dann ist Ihnen viel Publicity in der Öffentlichkeit sicher.