

GOLF UND GESUNDHEIT

Kann die Golf-Branche vom Fitness-Boom lernen?

Der Fitness-Summit 2018 hat es auf den Punkt gebracht: Das Thema Fitness war für die Golf-Branche noch nie so interessant wie heute. Die Veranstalter Fabian Bünker und Martin Zawieja zeigten sich hoch zufrieden und planen den Summit 2020 zu wiederholen: Wie trainieren Top-Sportler, welche Trainingsformen sind speziell für Golfspieler ideal und wie können Golf-Professionals und Athletiktrainer mit diesem Know-how mehr Geld verdienen?

Bereits vor der Studie des Karolinska-Instituts in Stockholm haben wir geahnt, dass Golf fit hält. Nun ist es bewiesen: Ältere Golfer haben ein um 40 Prozent niedrigeres Sterberisiko als Altersgenossen mit anderen Hobbys. Es kommt noch besser: Je niedriger das Handicap, desto höher ist die Lebenserwartung.

Der Stellenwert von Fitness prägt auch längst das Training der Profi-Golfspieler. Nach Justin Buckthorp, Athletiktrainer von Justin Rose, ist ein „Turkish Get Up“ mit 32 Kilogramm-Kugelhanteln nichts Besonderes¹. Wer kann schon 32 kg einarmig stemmen, geschweige denn damit aufstehen?

Das Thema Fitness hat in den letzten Jahren das Athletiktraining in der Golfwelt völlig verändert. Christian Marysko, Athletiktrainer des DGV, trainiert die besten deutschen Golferinnen und Golfer nach neuesten Erkenntnissen. Neben der Steigerung der Leistungsfähigkeit ist das vorrangigste Ziel seines Trainings das Verletzungsrisiko zu minimieren – und zwar durch funktionelles Training mit komplexen Bewegungsabläufen, die mehrere Gelenke und Muskelgrup-



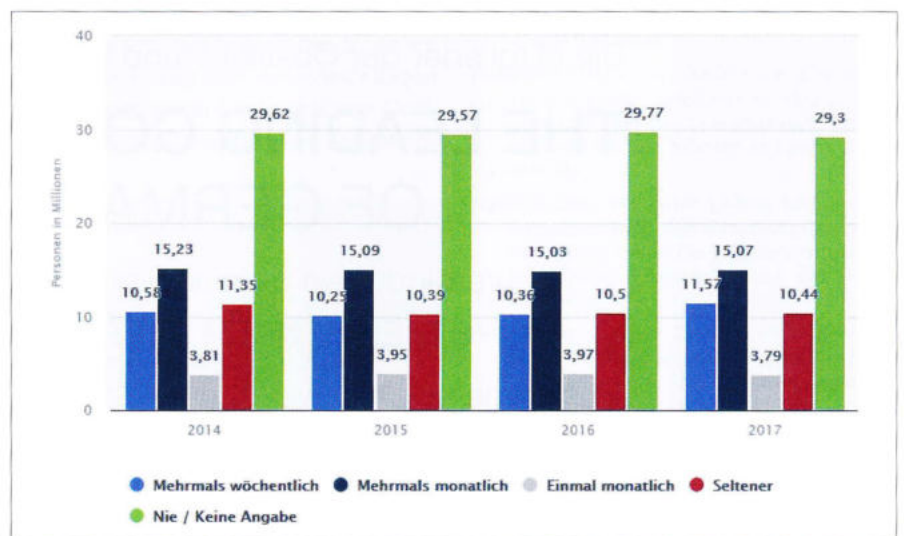
Foto: Fotolia, Konzeption Golf

pen gleichzeitig beanspruchen. Denn auf den wichtigsten Golf-Touren beträgt die Ausfallquote im Durchschnitt sechs Wochen im Jahr – Zeit, die teuer sein kann.

Fitness ist Mittel zum Zweck, um persönliche Ziele zu erreichen

Das moderne Trainings-Know-how ist im Prinzip auch genau das, was erfolgreiche Personal-Fitness-Trai-

ner ausmacht: Bei minimalem Verletzungsrisiko persönliche Ziele zu erreichen helfen. Deshalb ist die Nachfrage nach Personal-Training hoch: Im deutschlandweiten Durchschnitt können Personal-Trainer 87 Euro pro Stunde abrechnen. Im Vergleich: Golf-Professionals berechnen lediglich ca. 65 Euro. Bemerkenswert dabei ist, dass die Personal-Fitness-Stunde so teuer ist, obwohl es sich beim Personal-Trainer um keine geschützte Berufsbezeichnung han-



Grafik 1: Menschen in Deutschland, die Sport treiben (in Mio. pro Jahr 2014-2017)
(Quelle: Statista 2018)

¹ Dabei stemmt man eine Kugelhantel mit 32 kg im Liegen einhändig hoch, begibt sich in eine knieende Lage und steht dann auf, wobei der Arm die gesamte Zeit über senkrecht nach oben ausgestreckt bleibt.

delt (jeder darf sich Personal-Trainer nennen) und obwohl die Fitness-Branche um ein Vielfaches größer ist als die Golf-Branche: Ca. Zwölf Millionen Fitness-Begeisterte geben an, dass sie mehrmals wöchentlich Sport treiben, siehe Grafik 1.

Überraschend ist die Motivation der Menschen für die Nachfrage nach Personal-Training. Nach Angaben der Beratungsagentur Edelhelfer steht das Erreichen sportlicher Ziele an 1. Stelle. Erst danach spielen Gewichtsreduktion, Muskelaufbau, athletischeres Aussehen und Rehabilitation eine Rolle. Das bedeutet, dass auch Golfer, die im Golf besser werden möchten, zunehmend verstehen, dass sie Fitness betreiben müssen bzw. einen Personal-(Golf-Fitness-) Trainer benötigen, der ihnen aufzeigt, wie sie sich für Golf besser fit machen.

Die Fitness-Branche hat eines erreicht: Sie hat das Bewusstsein der Menschen verändert. Je nach sportlichem oder körperlichem Ziel wissen sie heute alle, dass sie um Fitness nicht herumkommen. Ob sie Fitness betreiben ist daher lediglich davon abhängig, wie wichtig ihnen das Erreichen ihrer persönlichen Ziele ist und in welchem Umfang sie in der Lage sind, ihre Prioritäten im Alltag entsprechend zu gestalten.

Fitness eine hohe Priorität einzuräumen ist nicht immer einfach, denn dafür müssen einige Hürden überwunden werden. Die häufigsten Ausreden, warum kein Sport betrieben wird:

Keine Zeit: Der Berufsalltag ist zu vereinnahmend, Familie oder andere Verpflichtungen lassen keinen Spielraum für Sport übrig.

Foto: © Eugene Shalby/123rf.com



Keine Zeit

Kein Geld: Auch wenn es immer mehr Billig-Angebote gibt, präferieren gerade Menschen ab Ende 20 ein Fitnessstudio mit Atmosphäre und ansprechenden Leistungen, in dem man sich gerne aufhält – und das ist nicht billig.

Foto: © glesny/123rf.com



Kein Geld

Zu faul/kein Spaß: Es fehlt die Disziplin, sich regelmäßig zum Sport aufzuraffen und/oder Sport macht einfach keinen Spaß.

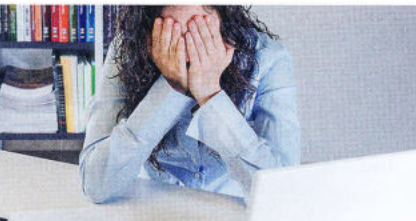
Foto: © christomchery/123rf.com



Zu faul/kein Spaß

Kein Glauben an Erfolg: Man kann sich nicht vorstellen, dass durch Fitness persönliche Ziele besser erreicht werden.

Foto: © sunlight19/123rf.com



Kein Glauben an Erfolg

Der Fitness-Markt boomt dennoch ungebrochen, obwohl diesem Trend die genannten Barrieren entgegenstehen. Immerhin trainieren heute zehn Millionen Menschen in Fitnessstudios, sind also organisiert – eine Zahl, von der die Golf-Branche nur träumen kann:

Obwohl die zu überwindenden Barrieren dieselben sind, ist es bislang der Golf-Branche nicht gelungen, auch

nur annähernd so viele Menschen zu begeistern. Dafür werden folgende Gründe angeführt:

- Golf ist eine der schwersten koordinativen Sportarten
- Golf ist nur etwas für alte Menschen
- Golf kann man nur spielen, wenn man viel Zeit hat
- Golf ist langweilig
- Golf benötigt Ballgefühl und das hat eben nicht jeder

Vordergründig betrachtet klingt jedes Argument für sich plausibel. Aber nur vordergründig.

Golf ist zwar eine Sportart mit einem komplexen Bewegungsmuster, kann aber bereits nach ein paar Trainingsstunden mit Spaß ausgeübt werden (im Gegensatz zu vielen anderen Sportarten). In nur kurzer Zeit kann auch mit deutlich besseren Golfspielern mitgehalten werden (sofern das zügige Spiel vermittelt worden ist) und in Turnieren erzielen vor allem Anfänger begehrte Nettopreise. Das gibt es in keiner anderen Sportart! Ebenso einzigartig ist es, dass man beim Golf mit Kumpels nicht nur auf dem Heimatplatz, sondern auch im In- und Ausland unterwegs sein kann, egal wie unterschiedlich das Spielniveau ist.

Jeder, der einmal einem Kadertraining für Kinder- und Jugendliche beigewohnt hat, wird bestätigen können, dass Golf ein idealer Sport für junge Menschen ist. Denn das Bewegungsmuster, welches sich ältere Menschen mühsam aneignen müssen, beherrscht die Jugend meist intuitiv in kürzester Zeit. Zudem wird Golf von Psychologen und Pädagogen als Hobby speziell für Kinder und Jugendliche empfohlen, um schulische Leistungen zu verbessern und gesellschaftliche Verantwortung zu lernen:

- Steigerung der Konzentrationsfähigkeit
- Übernahme von Verantwortung für sein eigenes Handeln; Lernen der Folgenabschätzung; Konfrontation mit den Konsequenzen seines Handelns

- Abbau von Hyperaktivität
- Lernen von gesellschaftlichen Umgangsformen (Stichwort Etikette)
- Stärkung des Selbstbewusstseins

Golf benötigt nur dann zwingend viel Zeit, wenn Turniere gespielt werden. Golf macht aber auch dann Spaß, wenn man nur wenige Spielbahnen spielt (soweit es der Platz und die Belegung ermöglichen) oder lediglich auf der Driving Range trainiert. Für das Abschalten nach der Arbeit gibt es kaum etwas Besseres als eine Stunde Training auf der Range. Golf zwingt dazu, zur Ruhe zu kommen und sich zu konzentrieren – ansonsten gelingt kein Schlag. Und nicht zu vergessen: Golf ist eine der wenigen Fun-Sportarten, die man auch alleine spielen kann und wozu keine aufwendige Vorbereitung erforderlich ist.

Dass Menschen Golf langweilig finden, kann verschiedene Ursachen haben. Meistens hat es damit zu tun, dass sie kein Ballgefühl haben und ihr Spieltrieb zu wenig ausgeprägt ist. Sie haben schlicht keinen Spaß daran, die Herausforderung anzunehmen, mit dem Golfschlag ein angestrebtes Schlag-Ergebnis zu erzielen. Allerdings gibt es auch unter guten Golfspielern genügend Beispiele dafür, dass Ballgefühl nicht zwingend erforderlich ist, um eine gute Runde zu spielen. Für diese Menschen ist der Spaß am Golf nicht der perfekte Schlag, sondern das Gesamterlebnis an sich. Langweilig finden Menschen Golf vor allem dann, wenn sie es noch nicht ausprobiert und falsche Vorstellungen von dem Spiel haben.

Letztendlich sind die Argumente, warum vergleichsweise wenig Menschen Golf spielen, nur vordergründig. Die tatsächlichen Ursachen liegen darin, dass Golf in unserer Gesellschaft ein Schattendasein führt. Golf ist ein Tabu-Thema. Golfer „outen“ sich nicht gerne, vor allem dann, wenn sie prominent sind (von einigen wenigen Beispielen abgesehen). Dieses Verhalten ist einfach nachvollziehbar: Wenn über Golfer gesprochen wird, dann meistens negativ – also will man

am liebsten nicht zu den Golfern gehören. Zumindest nicht in Deutschland. Es gibt aber einen Ausweg aus dem Dilemma – schauen wir noch einmal auf die Fitness-Branche:

Erfolg durch Emotionen

Diejenigen, die etwas für ihre Fitness tun, sind davon überzeugt, dass sie ihren persönlichen Zielen näherkommen, ganz gleich, wie diese definiert sind.

Was hilft uns diese Erkenntnis bei der Gewinnung neuer Golfspieler? Wenn Noch-Nicht-Golfspielern klar wäre, welche persönlichen Ziele sie mit Golf verfolgen könnten, würden sie neugierig werden.

Betrachten wir also die Vorteile, die Golf zu bieten hat:

- Spaßfaktor Fitness
- Körperliche und mentale Leistungsfähigkeit
- Stärkung der Konzentrationsfähigkeit
- Erhöhung der Lebenserwartung
- Stärkung des Immunsystems
- Freisetzung von Glückshormonen (Serotonine, Dopamine und Endorphine)
- Spaß am Spiel (Wetten und Zocken ist „in“)
- Erweiterung des persönlichen Netzwerks
- Genuss an Natur und Bewegung an der freien Luft
- Geselligkeit, Gemeinsamkeit mit Gleichgesinnten
- Steigerung der Resilienz
- Dem Leben einen Sinn geben/sich sinnvoll beschäftigen

Die Herausforderung besteht darin, die Aufmerksamkeit von Nicht-Golfern zu erhalten, um zumindest erst einmal die Chance zu bekommen, die Vorteile von Golf zu vermitteln. Beispiel: *„Verfolgen Sie Ihr persönliches Ziel, indem Sie Golf spielen lernen.“* Konkreter: *„Mit Spaß fit und gesund im Alter? Lernen Sie Golf kennen.“* Das Wort reicht jedoch nicht, um beim Empfänger der Nachricht die notwendigen Emotionen zu generieren, die

für eine Aufmerksamkeit erforderlich sind. Deshalb ist die Bildsprache von besonderer Bedeutung. Bleiben wir zunächst noch kurz bei der Fitness-Branche:

Der primäre Grund, warum Menschen Fitness betreiben, ist die Überzeugung, dass sie mit einer höheren Lebensqualität länger leben. Und genau das ist es, was durch das Hobby Golf ebenfalls erreicht werden kann. Aber damit nicht genug. Im Gegensatz zu einem effektiven Workout im Fitnessstudio muss man sich beim Golfspielen nicht überwinden und quälen. Beim Golf überwiegt der Spaßfaktor in mehrerer Hinsicht: Glücksgefühl bei einem gut getroffenen Ball, die Interaktion mit Menschen und die positive Anregung sämtlicher Sinne auf dem Platz. Kurze Zeiten der Anspannung wechseln sich mit Erholungspausen ab, so dass keine Eintönigkeit entsteht und am Ende eines Golftages kann man voller Stolz auf das Geleistete zurückblicken und Erlebnisse austauschen – auch, wenn die eigenen Erwartungen einmal nicht erfüllt worden sind. Machen Sie selbst den Vergleich: Wer ist glücklicher, der Sportler, der eine Stunde im Fitnessstudio trainiert hat oder der Golfspieler nach einer Runde?

Die Golf-Branche hat im Vergleich zur Fitness-Branche einen erheblichen Vorteil: Das Golfspiel ist „ansteckend“. Zwar nicht für jeden, aber für viele. Aus der Image-Studie des DGV wissen wir, dass 56% der Nicht-Golfer Golf ausprobieren würden. Wer Golf ausprobiert, findet oft Gefallen daran. Über 75% der Golfspieler sind durchs Ausprobieren zu ihrem Sport gekommen.

Die oben genannte Studie hat folgende Erkenntnisse über die Haltung und Sichtweise der Nicht-Golfer erbracht: Nur 35% betrachten Golf als gesundheitsfördernd., nur 26% betrachten Golf als Sport. Noch weniger von ihnen, nämlich nur 14%, können sich vorstellen, dass Golf spannend ist. Hinzu kommt, dass Golf weder sympathisch noch offen für jedermann wahrgenommen wird.

Golf erlebbar machen und emotional kommunizieren

Menschen müssen die Möglichkeit erhalten, Golf so unkompliziert wie möglich auszuprobieren – am besten bereits in der Schule. Aber auch in den Fitness-Studios lassen sich Golf-spezifische Angebote etablieren: Golf-Simulatoren oder Kinesis-Applikationen sowie spezifische Angebote für Golfspieler. Außerdem sind Kooperationen zwischen Golfclub und Fitnessstudio denkbar.

Um Nicht-Golfer zu erreichen, muss man den nichtgolfenden Menschen vermitteln, dass Golf – genau wie Fitness auch – ein Mittel zum Zweck ist, um persönliche Ziele zu erreichen. Diese gilt es, kommunikativ auf den Punkt zu bringen. Verschiedene Beispiele aus der Praxis werden dazu im Handbuch „In der Golf-Branche Geld verdienen | Marketing- und Management-Handbuch Golf“ vorgestellt: Internet, Social Media, Direct Marketing. Herkömm-

liche Werbung ist ungeeignet und nur in Ausnahmesituationen sinnvoll, weil dabei Golf im Mittelpunkt steht und nicht das persönliche Ziel des Menschen. Aufgrund der Erklärungsbedürftigkeit von Golf lässt sich für den Nicht-Golfer daraus keine Leidenschaft entwickeln.

Die Menschen sollten nicht auf den Golfplatz kommen müssen, sondern in ihrem Umfeld emotional vermittelt bekommen, welchen Stellenwert Golf in ihrem Leben spielen könnte, siehe bspw. die Abbildung auf dieser Seite.

Im Grunde genommen möchte jeder Mensch seine Lebensqualität steigern. Im Gegensatz zu Fitness bietet Golf jede Menge Spaß und einmalige Vorteile, die in dieser Kombination weder im Fitnesssegment noch bei irgendeiner anderen Sportart zu finden sind. Persönliche

Ziele sind mit starken Emotionen verbunden, die geweckt werden wollen. Das, was die Fitness-Branche erfolgreich vormacht, ist Beispiel gebend für die Golf-Branche. Kommunizieren wir emotional! Geben wir doch Kate Moss einfach einen Golfschläger in die Hand. Wer würde dann Golf nicht ausprobieren wollen? Viel Erfolg!

Andreas W. Gross

In unserer Reihe „In der Golfbranche Geld verdienen“ greifen Autor Andreas W. Gross und der golfmanager interessante Themen der Golfzene auf – entweder auszugsweise aus dem „Marketing und Management-Handbuch Golf“ oder wie in diesem Beitrag zu „Golf und Gesundheit“ mit weiterführenden Hinweisen darin. Erschienen beim Köllen-Verlag, richtet es sich als Standardwerk in der Aus- und Weiterbildung an alle Führungskräfte auf Golfanlagen. Weitere Informationen sowie Bestellmöglichkeiten finden Sie unter www.koellen-golf.de/bookshop.





WEIL JEDER TROPFEN ZÄHLT: LYNX® ZENTRALSTEUERUNG



Dank **sekundengenauer** Berechnung mit Toro LYNX® bekommt Ihr Rasen zum richtigen Zeitpunkt **exakt** die Wassermenge, die er benötigt. So verhindern Sie Über- und Unterwässerung und sparen enorme Kosten. Praxisbeispiel: Bei 500 Regnern mit einem durchschnittl. Wasserbedarf von 120 l/Min./Regner **sparen Sie** pro Saison bei 90 Intervallen ca. **4,5 Mio. Liter Wasser!**

Mehr Infos:  Toro.com  07141 642 166 20  Lynx® Video: youtube.com/ToroCompanyEurope