

Einladungen wieder exklusiver

Turniere Golf ist eine erstklassige Plattform für Netzwerker. Firmen nutzen diese heute intensiver als je zuvor. Das Kundenbindungs-Tool Einladungsturnier hat trotz Sparmassnahmen Hochkonjunktur. Eingeladen wird allerdings gezielter.

MIRJAM FASSOLD

Golfturniere sind ein Wirtschaftsfaktor. Grosse Profi-Turniere mit Millionenbudgets ebenso wie die zahlreichen Einladungsturniere von Unternehmen, welche Golfanlässe zur Netzwerkpflge und Kundenbindung nutzen. Über die dabei umgesetzten Beträge schweigt man sich allerdings aus. Keine der angefragten Schweizer Banken beispielsweise wollte sich gegenüber der «Handelszeitung» äussern, in anderen Branchen übte man sich ebenfalls in Zurückhaltung. Diskretion ist bei Einladungsturnieren oberstes Gebot. Wie viel den Schweizer Unternehmen ihre Golf spielenden Kunden und Geschäftspartner wert sind, lässt sich allenfalls erahnen. Zahlen offenlegen will keiner.

Dass Einladungsturniere für Golfplatzbetreiber ein gutes Geschäft sind, ist dennoch klar. Die Golf Engadin St. Moritz AG weist in ihrem öffentlichen Jahresbericht rund 1,2 Millionen Franken an Green-Fee- und Match-Fee-Einnahmen aus. «8 bis 10 Prozent davon stammen aus Einladungsturnieren», sagt Geschäftsführer Daniel Schaltegger. Wie viel Geld zusätzlich in die Kassen der Restaurationsbetreiber und Hoteliers fliesst, weiss er nicht: «Unsere Golfrestaurants sind verpachtet.» Keine Frankenbeträge nennt Ralph Polligkeit, Director of Golf & Sports im Grand Resort Bad Ragaz, doch auch in seiner Rechnung (Golfplatz und Restaurant) würden Einladungsturniere rund 10 Prozent der Einnahmen beisteuern.

Gleich oft, aber mit etwas weniger Gästen

Spurlos ist die Wirtschaftskrise an der Golfbranche nicht vorübergegangen. Es wird gespart. Auch bei Einladungsturnieren? Jein, lautet das Fazit einer Umfrage bei sechs grösseren Schweizer Golfklubs und drei unabhängigen Event-Veranstaltern. Weniger geworden sind die Kundenturniere in den letzten Jahren definitiv nicht. «Im Gegenteil, wir haben deutlich mehr Einladungsturniere auf unseren Anlagen, sie sind aber

Kundenanlässe Einzigartigkeit ist beliebt

Plattform Warum Unternehmen im Rahmen der Kostenoptimierung lieber bei der Gästeliste den Rotstift ansetzen, statt ein Kundengolfturnier ganz zu streichen, ist für Anne-Marie In-Albon, selbstständige Projektmanagerin im Golfbereich, klar: «Ein Golfturnier ist nach wie vor eine hervorragende Plattform zum Netzwerken, um Kontakte zu pflegen oder neue Kontakte zu knüpfen.» Sie rät zu Team-Events wie Four Ball Best Ball oder Scramble: «Diese sind für eine lockere Atmosphäre förderlicher als handicapwirksame Stableford-Turniere.» Darum geht es schliesslich: Persönliche Kontakte. Sie stehen bei Einladungsturnieren heute wieder deutlicher im Fokus als auch schon. «Dass eine Firma ein Kundenturnier durchführt und damit eine Pendezenz abhakt, passiert nicht mehr», sagt Daniel Schaltegger, Geschäftsführer der Golf Engadin St. Moritz AG. Unternehmen, die Turniere sponsern, würden diese wieder bewusster und intensiver als Plattform zur persönlichen Kontaktpflege nutzen. In dieses Bild passt, dass Kunden nicht mehr mit unzähligen Give-aways über-



Vorbild grosse Turniere, wie hier die Dubai Desert Classic: Auch auf Schweizer Einladungsturnieren kommt die Werbepräsenz nicht zu kurz.

tendenziell eher kleiner», sagt Daniel Weber, Inhaber von Golf Sempachersee in Hildisrieden LU und Golf Kyburg bei Winterthur ZH. Polligkeit teilt diese Beobachtung: «Früher wurden Turniere mit 120 Teilnehmern ausgerichtet, heute sind es in der Regel noch 80 bis 100.» Bad Ragaz kennt wie viele Privatkubs ein Kontingent für Einladungsturniere, das nach wie vor ausgeschöpft wird. Auch im GC Heidental, dessen Manager Jürg Moning zudem einen Trend zu Einladungsturnieren während der Woche ausmacht: «Diese erfreuen sich steigender Beliebtheit, dafür ziehen sich Firmen eher von Wochenendturnieren zurück.»

Weniger Teilnehmer muss nicht unbedingt weniger Umsatz bedeuten. «Kundenspezifischere Einladungen führen zu geringeren Teilnehmerzahlen. Für diese kleinere Gruppe wird aber gut gesorgt, der Umsatz pro Person ist eher höher», sagt Stefan Gort, Leiter Golfpark Waldkirch SG. Wie viel Geld Unternehmen pro Gast konkret ausgeben, will er nicht sagen, das variiere auch von Turnier zu Turnier. Professionelle Turnierveranstalter gehen bei Einladungsturnieren von mindestens 400 bis 500 Franken pro Gast aus; je nach Rahmenprogramm und Gastgeber können die Pro-Kopf-Ausgaben auch 1000 Franken oder deutlich mehr betragen.

Achtung, es lauert die Compliance-Falle

Einladungen in dieser Grössenordnung lassen bei Compliance-Verantwortlichen in den Unternehmen die Alarmglocken läuten. Dessen sind sich Gastgeber und die mit der Durchführung von Kundengolfturnieren beauftragten Experten durchaus bewusst. «Je nach Corporate Governance muss ein Unternehmen den Wert der Einladung transparent ausweisen», sagt Evelyn Fankhauser, CEO von Tru Impact, Rotkreuz. Da komme es schon mal vor, dass der Gast auf eine Hotelübernachtung verzichte oder diese selbst bezahle. Fankhauser warnt vor einem Compliance-Hype: «Seit es Menschen gibt, werden Geschäfte oft in informellem Rahmen gemacht. Golfturniere sind gute Gelegenheiten zum Netzwerken.» Da hiesse es Vernunft walten zu lassen. Vernünftige firmeninterne Regelungen könnten die Thematik entschärfen.

Bei «normalen» Kundenturnieren stellt sich die Compliance-Frage eher selten, im Auge behält man die Thematik dennoch. «Wir wissen, dass es für unsere Kunden die eine oder andere Einschränkung gibt, die auch mal zu einer Absage führen kann», sagt Marcel Wolfram, Leiter Sponsoring & Events bei Allianz Suisse. Schwierig wird es häufig dann, wenn Sponsoren Gäste zu Pro-Am-Turnieren einladen wollen. «Beim LETAS-Turnier in Gams nächste Woche haben wir als Sponsor ein Kontingent an Pro-Am-Startplätzen, die wir aber nicht einfach an gute Kunden verschenken dürfen. Wir müssen sie offiziell verlosen», sagt Versicherer Wolfram.

ANZEIGE

Golf-Wochen mit Pros & Turnier-Wochen. Mehr Fortschritt. Mehr Spass.

Gardasee
Toscana
Piemont
Teneriffa



Die schönste Woche des Jahres

Verlangen Sie unverbindlich unsere neue Broschüre

Fronwaldstrasse 118
CH-8046 Zürich
Telefon 044 371 24 40
Telefax 044 371 24 45
info@gretener-golf.ch
www.gretener-golf.ch

**GRETENER
REISEN & GOLF
WOCHEN**