



DER DEUTSCHE GOLFMARKT 2008

Januar 2009





Inhaltsübersicht

1	VORBEMERKUNGEN	3	3	ANGEBOT	11
2	NACHFRAGE	3	3.1	Allgemeine Entwicklung des Golfangebots	11
2.1	Entwicklung Golfnachfrage in Deutschland	3	3.2	Entwicklung nach Landesgolfverbänden	13
2.2	Alter der deutschen Golfer	5	3.3	Betriebswirtschaftliche Entwicklung	14
2.3	Regionale Verteilung der deutschen Golfer	6	3.3.1	Preisentwicklung Mitgliedschaften und Greenfee.....	14
2.3.1	Golfer nach Landesgolfverbänden	6	3.3.2	Kosten und Erlöse.....	15
2.3.2	Entfernung Wohnort - Heimatclub	7	3.3.3	Zufriedenheit mit der Saison 2008.....	15
2.3.3	Regionale Golfhochburgen.....	8	3.4	TOP100 beim Mitgliederzuwachs	16
2.4	Ausgewählte Aspekte zum Spielverhalten	9	3.5	Ausgewählte Aspekte des Marketings	16
2.4.1	Golfer nach Vorgabenklassen	9	3.5.1	Regionalität von Golfanlagen.....	16
2.4.2	Anzahl vorgabenwirksamer Runden	9	3.5.2	DGV-Mitglieder mit freiwilliger Ausweiskennzeichnung.....	17
2.5	Marktforschungsergebnisse zur Golfnachfrage	10	4	DER DEUTSCHE GOLFMARKT IM VERGLEICH	18
2.5.1	Potenziale in der nicht golfenden Bevölkerung	10	4.1	Angebot und Nachfrage im europäischen Vergleich	18
2.5.2	Hinweise zur Quantifizierung nicht organisierter Golfer.....	10	4.2	Golfnachfrage im Vergleich zu anderen Sportarten	20
			5	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	21

1 Vorbemerkungen

Bereits seit geraumer Zeit ist der Deutsche Golf Verband e.V. bestrebt, seinen Mitgliedern, privaten Investoren im Golfmarkt, Industrie & Handel sowie allen sonstigen Interessierten aktuelle Daten und Fakten des Golfmarktes zu liefern. Dieser Service soll allen Akteuren eine bessere Bewertung der Situation auf dem Golfmarkt ermöglichen sowie eine strategische Club- und Unternehmensplanung erleichtern.

Vor diesem Hintergrund führt der Deutsche Golf Verband jährlich den DGV-Betriebsvergleich durch, bietet Statistiken und Services auf golf.de und zeigt mit dem zweimal pro Jahr durchgeführten DGV-Golfbarometer (in Kooperation der GTC - Golf & Tourism Consulting) Trends und Entwicklungen des Marktes auf.

Mit dem hier vorliegenden Golfmarktbericht 2008 kommt der Deutsche Golf Verband dem Bedürfnis seiner Mitglieder und allen Golfmarktinteressierten nach zeitnahen Informationen erneut nach. Der Marktbericht verdeutlicht anschaulich die weiterhin positiv konstante und gesunde Entwicklung des Golfmarktes in Deutschland. Neben den aktuellen Daten zur Angebots- und Nachfrageentwicklung werden hier erstmals auch Fakten zur Regionalität von Golfanlagen und zur Mobilität von Golfern genannt. Auch das grundsätzliche Golfpotenzial in Deutschland wird beschrieben.

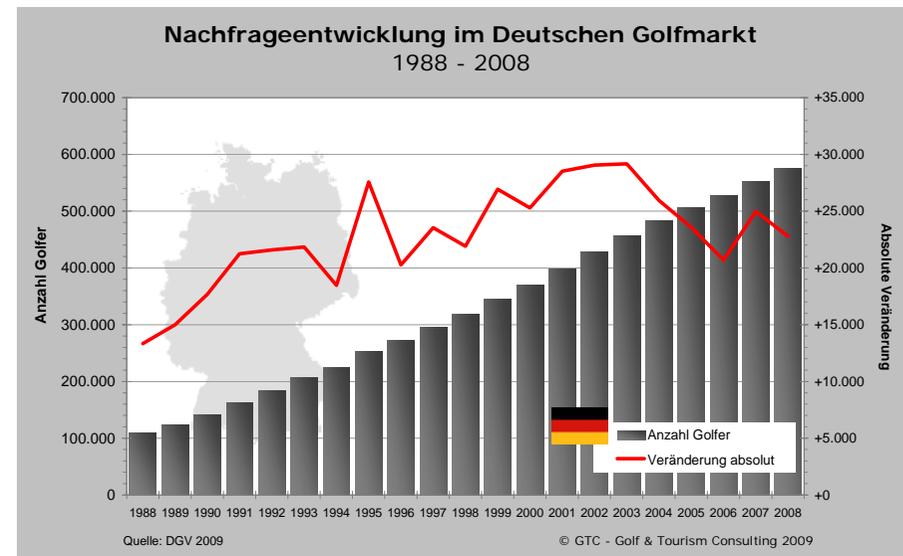
Immer wieder wird im deutschen Golfmarkt die Frage nach der Anzahl der sogenannten nicht organisierten deutschen Golfer gestellt. Verschiedene Studien und Marktforschungen haben versucht, diese Frage zu beantworten. Warum die Klärung dieser Frage so schwierig ist, und wie mögliche Wege zur validen Ermittlung dieser Anzahl aussehen können, wird ebenfalls in dem vorliegenden Marktbericht erläutert.

Der Deutsche Golf Verband wünscht allen Lesern eine interessante und spannende Lektüre.

2 Nachfrage

2.1 Entwicklung Golfnachfrage in Deutschland

Die Nachfrageentwicklung setzt auch 2008 den Trend der letzten Jahre fort. Die Nachfrage nimmt weiter zu. Die Zahl der Mitglieder in DGV-Clubs wächst absolut um 22.788 und liegt bei nun 575.176. Diese erfreuliche Tatsache bestätigt die langfristige Entwicklung. Die relativen Zuwächse sinken zwar seit Mitte der 90er Jahre: 1998 betrug das Wachstum 7,4 Prozent, im Jahr 2001 7,7 Prozent, 2004 5,7 Prozent und im Jahr 2006 wie im Jahr 2008 4,1 Prozent. Allerdings kann der Trend der letzten Jahre mit mehr als 20.000 zusätzlichen Mitgliedern bestätigt werden.



Die Entwicklung der Golfnachfrage ist in hohem Maße vom Alter des Golfclubs bzw. der Anlage abhängig. Das Alter bedingt i.d.R. das Trägerschaftsmodell, die Gewinnerorientierung und den Akquisitionsdruck. Insofern ist festzustellen, dass hinsichtlich des Nachfragewachstums ältere Clubs die niedrigsten Zuwachsraten haben, wobei diese in der Regel über einen ausreichend großen Mitgliederstamm verfügen und daher nicht zwangsläufig wachsen wollen oder müssen.

Clubs, die vor 1980 gegründet wurden, verzeichnen 2008 den geringsten Anteil an Clubs mit überdurchschnittlichem Wachstum (19 Prozent). Clubs mit Gründung zwischen 1981 und 1994 haben einen höheren Anteil (30 Prozent), bei Anlagen mit Gründung ab 1995 ist der Anteil mit 53 Prozent am höchsten.

Grad der Mitglieder- veränderung	Alle Golfanlagen	Golfanlage mit Gründung...		
		bis 1980	1981-1994	ab 1995
keine Veränderung bzw. Rückgang der Mitgliederzahlen ¹	34%	34%	34%	33%
unterdurchschnittlicher Zuwachs (0 bis +4,1%)	31%	47%	36%	14%
überdurchschnittlicher Zuwachs (mehr als +4,1%)	35%	19%	30%	53%
Summe	100%	100%	100%	100%

Tabelle 1: Anteile der Golfclubs an Zuwachs bzw. Rückgang der Mitgliederzahlen nach Gründungsjahr (Quelle: DGV 2009)

¹ Der Anteil der Golfanlagen, bei denen die Mitgliederzahl konstant geblieben ist, beträgt nur 2 Prozent. Diese Rubrik wird daher nicht gesondert ausgewiesen.

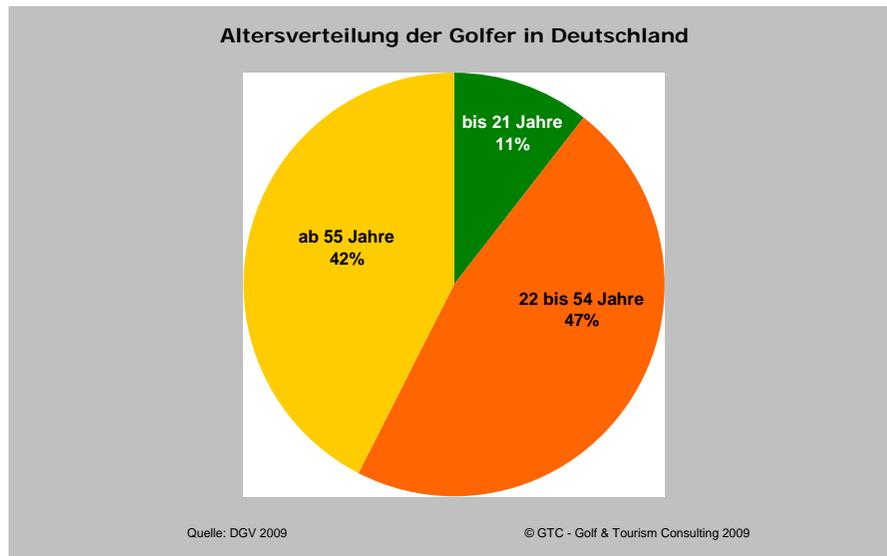
Betrachtet man die Entwicklung nach der Größe der Anlage, so ist festzustellen, dass 9-Löcher- und 27-Löcher-Anlagen höhere Zuwachsraten haben als 18-Löcher-Anlagen. Der Anteil mit überdurchschnittlichem Wachstum liegt bei 9-Löcher-Anlagen bei 44 Prozent und bei 27-Löchern-Anlagen bei 43 Prozent, bei 18-Löcher-Anlagen hingegen bei 28 Prozent.

Grad der Mitglieder- veränderung	Alle Golfclubs	Golfanlagengröße		
		9-Löcher	18-Löcher	27-Löcher
keine Veränderung bzw. Rückgang der Mitgliederzahlen	34%	36%	33%	34%
unterdurchschnittlicher Zuwachs (0 bis +4,1%)	31%	20%	39%	23%
überdurchschnittlicher Zuwachs (mehr als +4,1%)	35%	44%	28%	43%
Summe	100%	100%	100%	100%

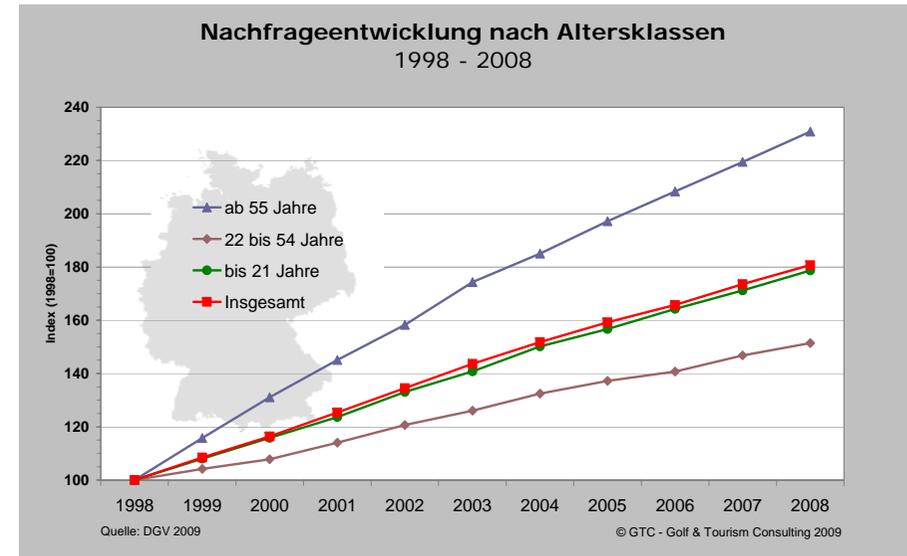
Tabelle 2: Anteile der Golfclubs an Zuwachs bzw. Rückgang der Mitgliederzahlen nach Anlagengröße (Quelle: DGV 2009)

2.2 Alter der deutschen Golfer

Insgesamt sind heute 42 Prozent aller deutschen Golfer älter als 55 Jahre, nur jeder neunte Golfer ist jünger als 22. Die Golfer in Hamburg sind mit einem Anteil von 48 Prozent der über 55jährigen am ältesten, gefolgt von NRW, Niedersachsen/Bremen und Schleswig-Holstein. Aufgrund des noch relativ jungen Marktes erstaunt es nicht, dass die Golfer in Ostdeutschland vergleichsweise jung sind.



Allerdings wird bei der Betrachtung der Entwicklung der verschiedenen Altersklassen deutlich, dass bei der älteren Zielgruppe ab 55 Jahren die größten Zuwächse zu verzeichnen sind und bei der jungen Gruppe bis 21 Jahre die Entwicklung der Gesamtnachfrage entspricht. In der Gruppe der 22-54jährigen jedoch konnten trotz konstanter Steigerung nicht die gleichen Zuwächse wie in den anderen Gruppen erzielt werden.



Die Entwicklung der verschiedenen Altersgruppen kann unterschiedliche Gründe haben. Zum einen ist die überdurchschnittliche Zunahme bei der älteren Zielgruppe auf den „demographischen Wandel“ zurück zu führen und zum anderen ist die mittlere Altersgruppe aufgrund der Berufstätigkeit am wenigsten in der Lage, den zeitlichen und eventuell auch finanziellen Aufwand aufzubringen, der erforderlich wäre. Hinzu kommt unter Umständen auch die derzeit noch wenig auf Familien ausgerichtete Gestaltung des Golfangebotes, die besonders in dieser Altersgruppe notwendig wäre.

Allerdings sind zur Überwindung der Barrieren vom DGUV bereits wichtige Schritte durchgeführt worden. Besonders sei hier auf die Einführung der vorgabenwirksamen 9-Löcher-Runden verwiesen, die den zeitlichen Aufwand für die Verbesserung des Handicaps deutlich herabsetzt. Viele Golfanbieter gewähren darüber hinaus inzwischen auch flexiblere Nutzungsformen und Mitgliedschaftsmodelle, die insbesondere den verschiedenen neuen Zielgruppen entgegenkommen.

2.3 Regionale Verteilung der deutschen Golfer

2.3.1 Golfer nach Landesgolfverbänden

Gemessen an der Mitgliederanzahl der Clubs der verschiedenen Landesgolfverbände hat Bayern die höchste Anzahl Golfer, gefolgt von Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg. Blickt man allerdings auf die Golfverbreitung, also den Anteil der Golfer in der Bevölkerung, so belegen die Landesgolfverbände Schleswig-Holstein, Hamburg und Bayern die vorderen Plätze.

Die größten Zuwächse konnten in den letzten fünf Jahren erwartungsgemäß die östlichen Bundesländer verzeichnen. Eine Ausnahme bildet der Landesgolfverband Sachsen-Anhalt: hier wurde in den letzten fünf Jahren das geringste Wachstum aller Landesgolfverbände erzielt. In den westlichen Bundesländern liegt Schleswig-Holstein deutlich vorne, gefolgt von Rheinland-Pfalz/Saarland und Niedersachsen/Bremen.

Zur Ermittlung der Golfverbreitung eines Bundeslandes wurden die Golfer bisher dem Bundesland zugeschlagen, in dem der jeweilige Heimatclub liegt. Die neu eingerichtete Erfassung der Postleitzahlen der Golfspieler erlaubt nun eine genauere Ermittlung der Golfverbreitung. Berücksichtigt wird nunmehr der Wohnsitz der Golfer.

Vergleicht man nun die Golfverbreitung nach Wohnsitzen mit der Golferverteilung nach Landesgolfverbänden, werden einige Unterschiede deutlich.

Landesgolfverband	Anzahl Mitglieder		+/- 5 Jahre		Golfverbreitung nach LGV	
	Rang	Wert	Rang	Wert	Rang	Wert
Baden-Württemberg	3	68.240	8	+29,1%	7	0,63%
Bayern	1	130.440	7	+33,3%	3	1,04%
Berlin/Brandenburg	9	17.590	3	+58,6%	10	0,30%
Hamburg	8	21.796	11	+20,9%	2	1,23%
Hessen	5	45.193	9	+28,5%	5	0,74%
Mecklenburg-Vorp.	10	10.342	1	+186,7%	8	0,62%
Nieders./Bremen	4	64.000	6	+33,4%	4	0,74%
Nordrhein-Westfalen	2	120.992	10	+28,1%	6	0,67%
Rheinl.-Pfalz/Saarland	7	28.408	5	+34,9%	9	0,56%
Sachsen/Thüringen	11	8.911	2	+123,1%	11	0,14%
Sachsen-Anhalt	12	1.657	12	+7,7%	12	0,07%
Schleswig-Holstein	6	38.757	4	+49,4%	1	1,37%
VcG	--	18.850	--	+29,9%	--	--
Deutschland	--	575.176	--	+34,4%	--	0,70%

Tabelle 3: Anzahl Mitglieder und Golfverbreitung nach LGV (Quelle: DGV, destatis)

In den zwei Bundesländern Hamburg und Hessen ist die Golfverbreitung nach Wohnsitz deutlich höher als die Mitgliedsverteilung nach Landesgolfverband. Das bedeutet, dass Golfer mit Wohnsitz in den zwei genannten Bundesländern zum Teil außerhalb des „Heimat-LGV“ Mitgliedschaften haben. In Hamburg scheinen die Golfer aufgrund der städtischen Struktur und den eingeschränkten Flächen für Golfanlagen auf benachbarte Landesgolfverbände in den „Speckgürtel“ der Stadt auszuweichen. Hessische Golfer im Rhein-Main-Gebiet weichen vermutlich aufgrund der Nähe auf Golfanbieter in die angrenzenden Bundesländer aus. In Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein hingegen ist dieses Verhältnis umgekehrt. Hier sind die Golfclubs mehr auf den touristischen Markt angewiesen, der Anteil an Fern- oder Urlaubsmitgliedschaften ist hier vergleichsweise höher.

Landesgolfverband	Golfverbreitung nach LGV		Golfverbreitung nach Wohnsitz	
	Rang	Wert	Rang	Wert
Baden-Württemberg	7	0,63%	7	0,70%
Bayern	3	1,04%	3	1,02%
Berlin/Brandenburg	10	0,30%	9	0,35%
Hamburg	2	1,23%	1	1,45%
Hessen	5	0,74%	4	0,89%
Mecklenburg-Vorp.	8	0,62%	10	0,17%
Nieders./Bremen	4	0,74%	6	0,71%
Nordrhein-Westfalen	6	0,67%	5	0,76%
Rheinl.-Pfalz/Saarland	9	0,56%	8	0,51%
Sachsen/Thüringen	11	0,14%	11	0,13%
Sachsen-Anhalt	12	0,07%	12	0,07%
Schleswig-Holstein	1	1,37%	2	1,15%
Deutschland		0,70%		0,70%

Tabelle 4: Vergleich der Golfverbreitung nach LGV und Wohnsitz

2.3.2 Entfernung Wohnort - Heimatclub

Die Erfassung der Postleitzahl eines Golfers ermöglicht es, die Entfernungen des Wohnortes der Mitglieder vom Golfclub darzustellen. Als Messgröße dient hier die Regionalität von Golfanbietern. Diese betrachtet die Anteile der Mitglieder in unterschiedlichen Entfernungen vom Heimatclub. Der Anteil der Mitglieder innerhalb von 100 Kilometern vom Heimatclub ist auch Grundlage für die im Jahr 2009 eingeführte freiwillige Ausweiskennzeichnung (s. Kapitel 3.5.2).

In der folgenden Tabelle wird die Regionalität der Golfanbieter in drei Entfernungsstufen dargestellt.

Landesgolfverband	Anteil Mitglieder mit Wohnort innerhalb von (...) vom Heimatclub		
	0-20 km	0-50Km	0-100km
Baden-Württemberg	69,4%	91,2%	95,1%
Bayern	59,1%	76,9%	81,0%
Berlin/Brandenburg	43,4%	75,9%	81,5%
Hamburg	83,1%	96,4%	96,8%
Hessen	48,0%	63,8%	69,6%
Mecklenburg-Vorp.	17,5%	25,5%	28,6%
Nieders./Bremen	65,9%	82,6%	86,4%
Nordrhein-Westfalen	81,3%	91,4%	93,7%
Rheinl.-Pfalz/Saarland	63,4%	85,1%	90,2%
Sachsen/Thüringen	52,6%	68,5%	71,4%
Sachsen-Anhalt	23,3%	34,0%	36,6%
Schleswig-Holstein	64,0%	79,2%	84,5%
Deutschland	64,5%	80,9%	84,8%

Tabelle 5: Mitgliederanteile in unterschiedlichen Entfernungen vom Heimatclub

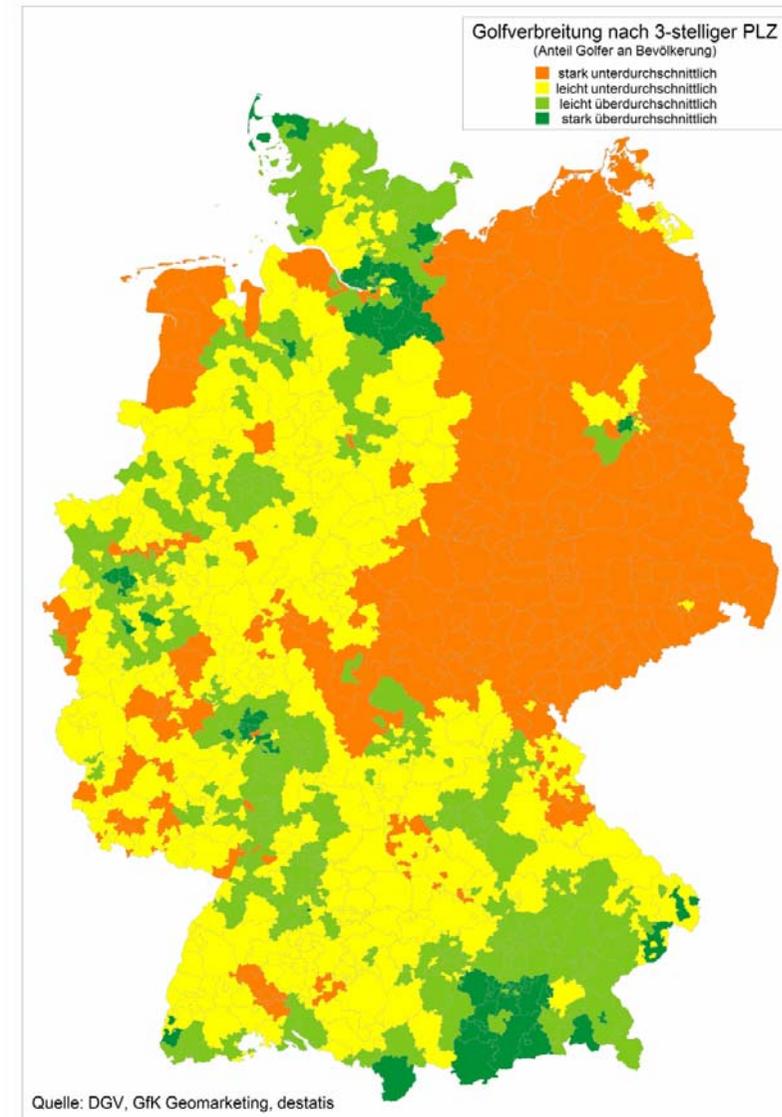
Demnach wohnen die Clubmitglieder in den Landesgolfverbänden Hamburg und Nordrhein-Westfalen dichter an ihren Heimatclubs als im übrigen Deutschland. Deren Regionalität innerhalb 20 Kilometern beträgt 83 bzw. 81 Prozent. Sie haben damit den höchsten Mitgliederanteil innerhalb von 20 km. Dies ist unter anderem auf die hohe Bevölkerungsdichte innerhalb dieser Gebiete zurückzuführen.

In Mecklenburg-Vorpommern hingegen wohnen die Mitglieder am entferntesten, die Regionalität innerhalb 100 Kilometern liegt hier bei 29 Prozent, in Sachsen-Anhalt liegt sie mit 37 Prozent nur leicht darüber. Dies weist auf einen höheren Anteil Fernmitgliedschaften hin.

2.3.3 Regionale Golfhochburgen

Weist man die Golfverbreitungen in den dreistelligen Postleitzahlgebieten aus, so ergibt sich folgende Deutschlandkarte. Gelb und orange sind Gebiete mit einer im Vergleich zu Gesamtdeutschland unterdurchschnittlichen Golfverbreitung gekennzeichnet, in den grünen Gebieten ist diese überdurchschnittlich.

Die Golferhochburgen liegen demnach in Hamburg, Bayern und den Ballungsgebieten Rhein-Main und Rhein-Ruhr. Eine deutlich unterdurchschnittliche Golfverbreitung haben die Flächenstaaten Ostdeutschlands sowie der Nordwesten Deutschlands (Emsland, Ostfriesland).



2.4 Ausgewählte Aspekte zum Spielverhalten

2.4.1 Golfer nach Vorgabenklassen

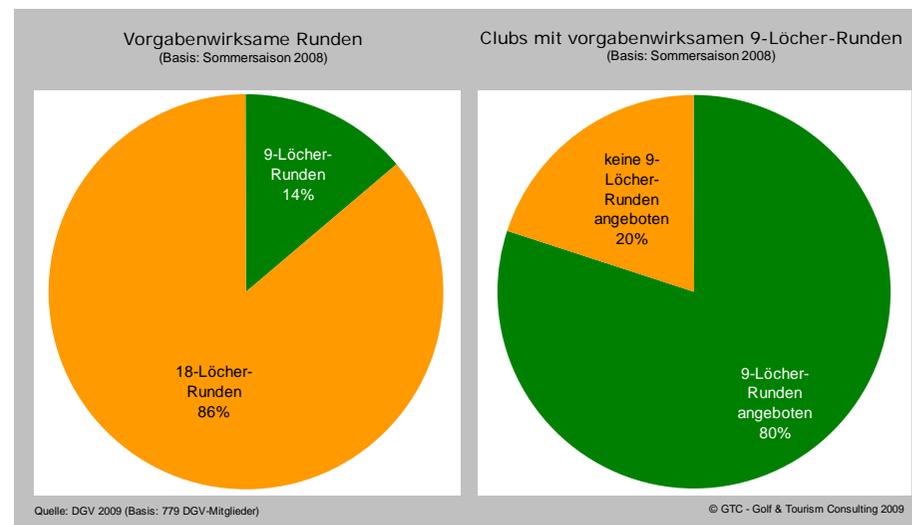
Die Landesgolfverbände mit den höchsten Anteilen einer niedrigen Stammvorgabe (Klassen I & II) sind in Baden-Württemberg, Hamburg und Berlin/Brandenburg zu finden. Hingegen sind die höchsten Anteile mit der Vorgabe in Klasse VI in Sachsen-Anhalt zu finden, gefolgt von Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen/Thüringen. Die Anteile der Golfer mit sonstigem oder ohne Handicap sind über die Landesgolfverbände relativ ähnlich, nur Sachsen-Anhalt sticht mit besonders geringem Anteil hervor.

Landesgolfverband	Stammvorgabe							
	I & II (bis 11,4)		III bis V (11,5 - 36,0)		VI (37 - 54)		sonstige oder ohne	
	Rang	Anteil	Rang	Anteil	Rang	Anteil	Rang	Anteil
Baden-Württemberg	1	5,0%	3	53,8%	11	25,8%	3	15,4%
Bayern	4	4,3%	4	51,0%	8	30,6%	6	14,1%
Berlin/Brandenburg	3	4,6%	6	50,6%	9	30,5%	4	14,3%
Hamburg	2	4,7%	1	59,2%	12	24,0%	11	12,1%
Hessen	7	3,4%	7	50,2%	5	34,0%	10	12,4%
Mecklenburg-Vorp.	12	1,5%	11	36,6%	2	48,5%	9	13,4%
Nieders./Bremen	8	3,0%	8	47,7%	4	35,7%	7	13,6%
Nordrhein-Westfalen	5	4,2%	2	54,4%	10	27,8%	7	13,6%
Rheinl.-Pfalz/Saarland	6	4,1%	5	50,9%	7	30,7%	4	14,3%
Sachsen/Thüringen	10	2,3%	10	37,2%	3	43,2%	1	17,3%
Sachsen-Anhalt	11	1,8%	12	20,2%	1	74,7%	12	3,3%
Schleswig-Holstein	9	2,9%	8	47,7%	6	33,3%	2	16,1%
Deutschland		4,0%		51,1%		31,0%		13,9%

Tabelle 6: Anteile der Stammvorgabeklassen nach LGV (Quelle: DGV)

2.4.2 Anzahl vorgabenwirksamer Runden

Im Jahr 2008 wurden in den deutschen Golfclubs insgesamt 2,58 Millionen vorgabenwirksame Runden gespielt. Hiervon entfielen in der Sommersaison 2008 etwa 86 Prozent auf 18-Löcher-Runden und 14 Prozent auf 9-Löcher-Runden.



Hierbei ist eine hohe Akzeptanz für 9-Löcher-Runden bei den Golfclubs festzustellen, 80 Prozent haben diese in der Sommersaison 2008 durchgeführt.

2.5 Marktforschungsergebnisse zur Golfnachfrage

2.5.1 Potenziale in der nicht golfenden Bevölkerung

Nach dem Blick in die bisherige Entwicklung der Nachfrage stellt sich nun die Frage nach den Potenzialen für Golf in Deutschland. Vorliegende Studien gehen von Anteilen zwischen 6 Prozent (Golfmarkt der Zukunft 2005, GTC; Golfmarktstudie 2007, MRC) und 18 Prozent (VcG-Trendstudie Golf, 2008) an der Bevölkerung ab 14 Jahren aus. Dies entspricht zwischen 4,1 und 11,7 Millionen Menschen in Deutschland, die Interesse an Golf haben bzw. die sich vorstellen können, mit Golf zu beginnen und bisher noch keinerlei Erfahrung mit Golf gemacht haben. Die Unterschiede sind größtenteils auf unterschiedliche Fragestellungen zurückzuführen.

Die Erschließung dieser Potenziale scheint dennoch keine leichte Aufgabe zu sein, wenn man bedenkt, dass pro Jahr zwischen 20.000 und 30.000 zusätzliche Mitglieder in DGV-Clubs gezählt werden. Auf Seiten der Anbieter sind nun die nötigen Voraussetzungen zu schaffen, um die unbestritten vorhandenen Potenziale heben zu können. Dazu gehören neben der Herabsetzung der Einmalentgelte auch flexible und an den Bedürfnissen verschiedener Zielgruppen (Familien, Berufstätige etc.) ausgerichtete Mitgliedschaftsmodelle sowie Maßnahmen zur Reduzierung des Zeitaufwandes. Die Weiterentwicklung des jeweiligen Golfangebots sollte darüber hinaus auch mit einer Intensivierung des Marketings auf Club- und Verbandsebene einhergehen.

2.5.2 Hinweise zur Quantifizierung nicht organisierter Golfer

Zur Gruppe der nicht organisierten Golfer (NOG) zählen Personen, die mindestens gelegentlich Golf spielen, ihren Hauptwohnsitz in Deutschland haben und bisher nicht in einem DGV-Club organisiert sind. Sie spielen Golf auf öffentlichen Anlagen bzw. Anlagenteilen oder auf Anlagen, die dem Deutschen Golf Verband angeschlossen sind.

Die Bestimmung der Anzahl von nicht organisierten Golfern wurde bisher aus Sicht der Nachfrage vorgenommen, d.h. es wurden in bevölkerungsrepräsentativen Untersuchungen Größenordnungen bestimmt, die eine Annäherung an die tatsächliche Zahl der NOGs erlauben soll. Allerdings gestaltete sich die Messung in der Vergangenheit sehr schwierig. Insbesondere bezieht sich dies auf die Definition der „Regelmäßigkeit des Golfspiels“. In jeder bisherigen Untersuchung zu dem Thema wurden praktisch andere Ansätze verwendet.

Eine Studie der Vereinigung clubfreier Golfspieler (VcG-Trendstudie Golf, 2008) geht von 2,2 Millionen Deutschen aus, die in irgendeiner Form Golf spielen. Die TdW – Typologie der Wünsche (Burda Community Network GmbH, 2008) fragt nach der Häufigkeit der Ausübung von Sportarten in den Kategorien *überhaupt nicht*, *selten*, *gelegentlich* und *regelmäßig*. Demnach betreiben 1,03 Millionen Menschen ab 14 Jahren in Deutschland selten Golf, 0,57 Millionen gelegentlich und 0,38 Millionen regelmäßig. Zusammengerechnet ergeben sich so etwa zwei Millionen Personen, was in etwa der Größenordnung der VcG-Studie entspricht. Es wird in den Studien allerdings weder erfasst, in welchem zeitlichen Rhythmus (Spielhäufigkeit) noch in welchen räumlichen Zusammenhängen (z.B. In- & Ausland, Urlaub) Golf gespielt wird. Eine Person, die nur alle drei Jahre einmal im Rahmen eines Betriebsausflugs auf der Driving Range ist, kann im herkömmlichen Sinne sicher nicht als aktiver Golfer bezeichnet werden. Da also gerade eine gewisse Spielhäufigkeit eine Person zu einem „aktiven Golfer“ macht, ist eine Quantifizierung der nicht organisierten Golfer auf Basis der dargestellten Studienergebnisse nicht valide möglich.

Ein Grund für die etwas höhere Anzahl Golfer in der VcG-Studie gegenüber der TdW könnte der sogenannte „Overstatement-Faktor“ sein, also die soziale Erwünschtheit des Golfspielens. Insbesondere bei Freizeitbeschäftigungen und Konsumgütern, denen eine sehr hohe Produktqualität zugeschrieben wird, ist dies keine Seltenheit.

Ein sinnvoller Weg zur Quantifizierung der NOGs könnte ein Marktforschungsansatz sein, der gemeinsam mit den Clubs und Betreibern auf den Golfanlagen durchgeführt werden müsste. Zu klären wäre hier allerdings die Frage nach der Verhältnismäßigkeit zwischen Aufwand und Erkenntnisgewinn.

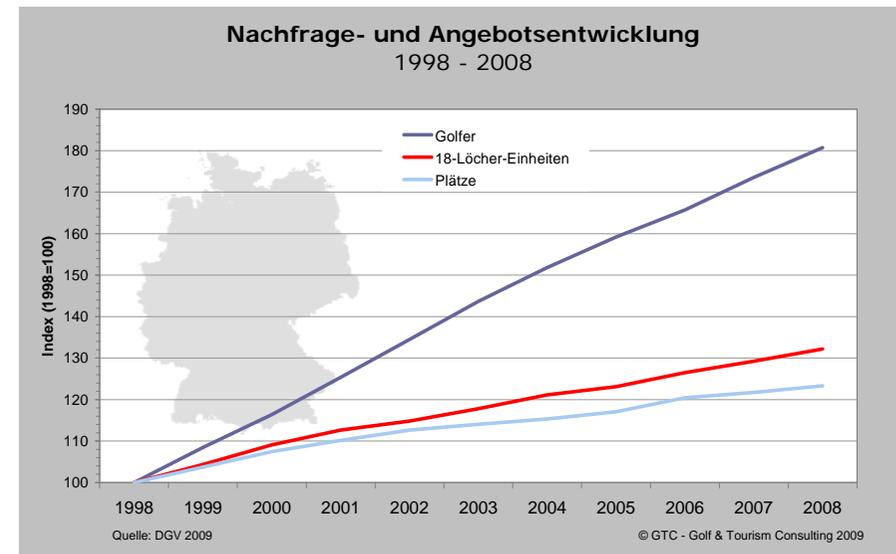
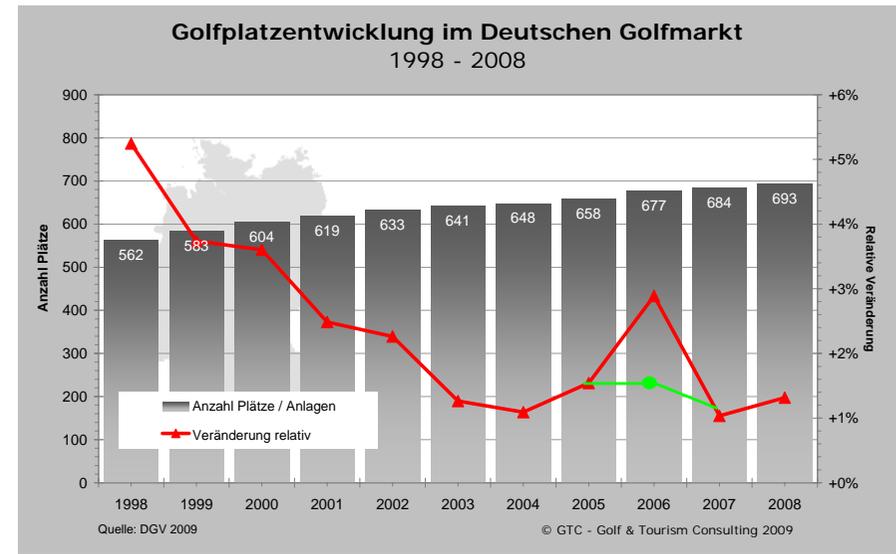
3 Angebot

3.1 Allgemeine Entwicklung des Golfangebots

In Deutschland sind inzwischen 693 Golfanlagen am Markt zu finden, das ist im Vergleich zum Vorjahr ein Zuwachs von neun Anlagen absolut und 1,3 Prozent relativ.² Die relative Steigerungsrate hat sich in den letzten Jahren bei ein bis zwei Prozent stabilisiert.

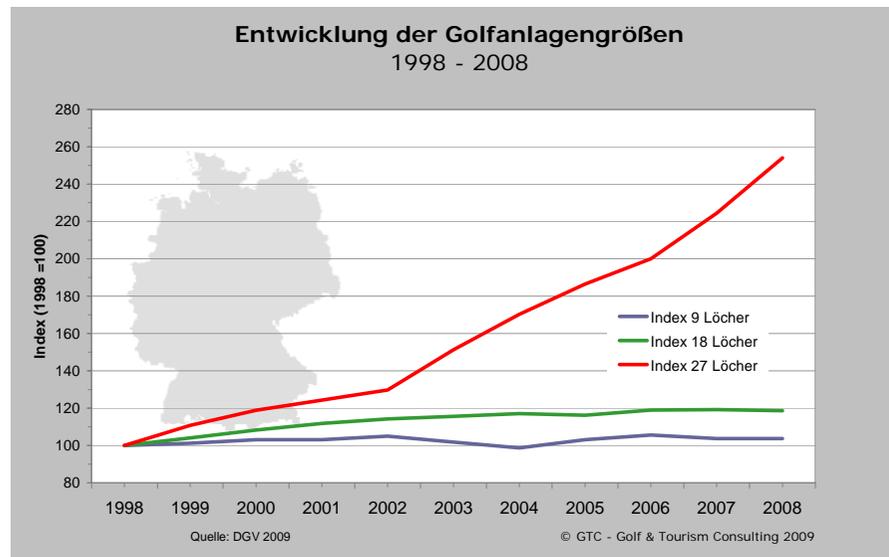
Deutlich muss an dieser Stelle auf einen Effekt im Jahr 2006 hingewiesen werden, wo durch neue Course Ratings statistisch 19 neue Anlagen ausgewiesen werden, allerdings real ein Zuwachs von zehn Anlagen zu verzeichnen war. In der Grafik wird der reale Zuwachs durch die grüne Linie dargestellt.

Während in den letzten zehn Jahren bei den Golfern Zuwächse von mehr als 80 Prozent erreicht wurden, betrugen die Zuwächse bei den Golfanlagen etwas mehr als 20 Prozent. Die etwas dynamischere Entwicklung der 18-Löcher-Einheiten in den letzten zehn Jahren (+30 Prozent) weist aber darauf hin, dass verstärkt Kapazitäten bereits bestehender Anlagen ausgebaut wurden.



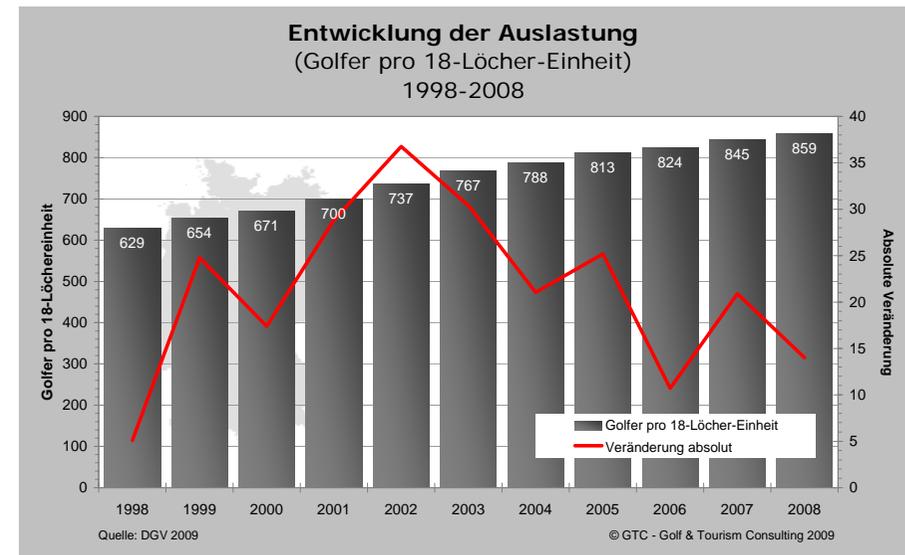
² Bei den Steigerungsraten wurden die Course Rating Effekte aus dem Jahr 2006 berücksichtigt.

Bei der Analyse nach der Entwicklung der Anlagengröße sind bei den 27-Löcher-Anlagen die größten Zuwächse zu verzeichnen. Deren Wachstum betrug in den letzten zehn Jahren mehr als 150 Prozent. Bei den 9-Löcher-Anlagen und den 18-Löcher-Anlagen sind deutlich niedrigere Wachstumsraten festzustellen. Diese betragen für 9-Löcher-Anlagen vier Prozent, bei den 18-Löcher-Anlagen liegt sie bei knapp 20 Prozent seit 1998.



Wie bereits aufgezeigt wächst sowohl die Anzahl der Golfer als auch die Anzahl der 18-Löcher-Einheiten. Aufgrund des dynamischeren Wachstums der Golferzahlen steigt auch die Auslastung, wie die folgende Grafik zeigt. Sie betrug im letzten Jahr 859 Golfer je 18-Löcher-Einheit und lag damit um 14 höher als im Vorjahr bzw. um 230 gegenüber 1998.

Grundsätzlich muss aber festgestellt werden, dass die Auslastung auf deutschen Golfanlagen im internationalen Vergleich immer noch niedrig ist. Die bestehende Kontingentierung der DGV-Ausweise nach Anzahl der Löcher wird derzeit deutschlandweit hochgerechnet etwa zu 61 Prozent ausgefüllt.



Der Golfmarkt ist als überaus „angebotsgetrieben“ zu bezeichnen. Und so sind neue Golfanlagen, besonders auch an neuen Standorten, ein besonders wichtiger Treiber der Marktentwicklung, wobei aber aktuell der Ausbau bestehender Kapazitäten offensichtlich Vorrang hat.

Immer mehr Golfanlagen bauen ihre Platzkapazitäten aus und schaffen so die Möglichkeit, differenzierte Golf-Leistungen anbieten und alternative Mitgliedschaften oder Nutzungsrechte verkaufen zu können. Auch werden hierdurch die Möglichkeiten höherer Greenfee-Einnahmen geschaffen, da gleichzeitig zum normalen Betrieb auch z.B. Sponsoren-Veranstaltungen durchgeführt werden können.

Dieser Trend wird dadurch plastisch verdeutlicht, dass die Anlagenneueröffnungen langsamer zunehmen als die Anzahl der theoretischen 18-Löcher-Einheiten. Neun neue Anlagen 2008 stehen 16 „18-Löcher-Einheiten“ gegenüber. Dies bedeutet, dass mehr bestehende Plätze ausgebaut als an neuen Standorten eröffnet wurden.

Abschließend lässt sich sagen, dass Golfanlagen, die den Wettbewerbsdruck deutlich spüren, aber nicht in der Lage oder Willens sind, ihre Strategie, ihr Golfplatzangebot sowie ihre Mitgliedschaftsformen und Nutzungsrechte den Markterfordernissen anzupassen, langfristig vermutlich geringere Chancen auf Wirtschaftlichkeit haben werden.

3.2 Entwicklung nach Landesgolfverbänden

Die Entwicklungen der unterschiedlichen Kennzahlen beim Angebot sind bei den Landesgolfverbänden unterschiedlich, Zuwächse sind allerdings in allen Landesgolfverbänden zu verzeichnen.

Absolut verfügt weiterhin Bayern mit 175 Golfclubs, 163 Plätzen und 2.689 Löchern über das größte Golfangebot in Deutschland. Rang zwei belegt Nordrhein-Westfalen mit 163 Clubs, 151 Anlagen und 2.597 Löchern.

Das größte relative Wachstum wurde in den letzten fünf Jahren in der Landesgolfverbänden der neuen Bundesländer erzielt, was zum Großteil auf die geringere bisherige Anzahl zurückzuführen ist. Beim Landesgolfverband Sachsen/Thüringen konnten Zuwächse von 41 Prozent bei den Clubs und 19 Prozent bei den Anlagen realisiert werden, in Mecklenburg-Vorpommern (Clubs +36 Prozent, Anlagen +17 Prozent) und Berlin/Brandenburg (Clubs +33 Prozent, Anlagen +18 Prozent) sind ähnliche Steigerungsraten festzustellen.

In Hamburg ist der einzige Rückgang erfolgt, bei den Golfanlagen wurde per Saldo eine Anlage weniger gezählt. Diese hat jedoch nicht geschlossen, sondern hat den Landesgolfverband gewechselt und ist nun Schleswig-Holstein zugeordnet.

Landesgolfverband	Angebot 2008					
	Golfclubs		Plätze		Löcher	18- Löcher-Einheit
	Anzahl	+/- 5 Jahre	Anzahl	+/- 5 Jahre	Anzahl	Anzahl
Baden-Württemberg	92	(+19%)	84	(+9%)	1.467	81,5
Bayern	175	(+17%)	163	(+12%)	2.689	149,4
Berlin/Brandenburg	24	(+33%)	20	(+18%)	450	25,0
Hamburg	24	(+9%)	21	(-5%)	366	20,3
Hessen	63	(+24%)	53	(+13%)	910	50,6
Mecklenburg-Vorp.	19	(+36%)	14	(+17%)	324	18,0
Nieders./Bremen	89	(+17%)	79	(+8%)	1.416	78,7
Nordrhein-Westfalen	163	(+12%)	151	(+6%)	2.597	144,3
Rheinl.-Pfalz/Saarland	43	(+23%)	38	(+6%)	639	35,5
Sachsen/Thüringen	24	(+41%)	19	(+19%)	245	13,6
Sachsen-Anhalt	3	(+50%)	3	(+50%)	36	2,0
Schleswig-Holstein	56	(+22%)	48	(+14%)	909	50,5
VcG	1	-	-	-	-	-
Deutschland	776	(+19%)	693	(+9%)	12.048	669,4

Tabelle 7: Angebotskennzahlen nach Landesgolfverbänden (Quelle: DGV)

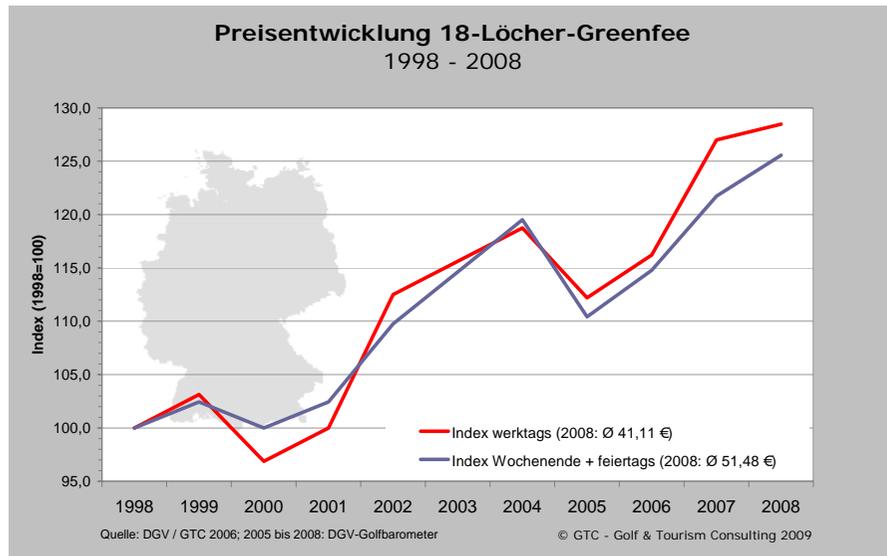
3.3 Betriebswirtschaftliche Entwicklung

3.3.1 Preisentwicklung Mitgliedschaften und Greenfee

Der Jahresbeitrag für einen Erwachsenen ist mit durchschnittlich 1.033 Euro im Jahr 2007 weiter gestiegen (+2,2 Prozent). Die Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen konnten im Vergleich zum Vorjahr allerdings nur um 0,9 Prozent gesteigert werden.

Das Wochenend-Greenfee steigt um durchschnittlich 3,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und durchbricht erstmals die 50-Euro-Marke, es kostet jetzt durchschnittlich 51,48 Euro. Das Werktags-Greenfee steigt hingegen etwas moderater um 1,2 Prozent und liegt nun bei durchschnittlich 41,11 Euro.

Dabei hat sich das Greenfee je nach Größe der Anlage höchst unterschiedlich entwickelt. Auf 9-Löcher-Anlagen ging das Greenfee in der vergangenen Saison werktags sogar um 5,5 Prozent zurück (Wochenende: Rückgang um 1,0 Prozent), auf 18-Löcher-Anlagen stieg das Greenfee leicht (werktags: +1,6 Prozent, Wochenende: +2,3 Prozent). Die echten Treiber für den Gesamtanstieg sind allerdings die 27-Löcher-Anlagen, die werktags die Greenfeepreise um 10,6 Prozent und am Wochenende um 16,2 Prozent erhöht haben. Es bleibt abzuwarten, ob sich dieses Niveau durchsetzt und wie sich das Greenfee in der kommenden Saison entwickeln wird.



Offensichtlich haben die größeren Golfanlagen nun eine Strategie des höheren Greenfees eingeschlagen und erfolgreich umgesetzt. So bezeichnet diese Gruppe nicht nur die wirtschaftliche Situation als positiver als die kleineren Anlagen, auch die Zufriedenheitswerte sind deutlich höher als bei kleineren Anlagen.

Betrachtet man die Entwicklung des Greenfees in den verschiedenen Altersgruppen der Anlagen, so fällt auf, dass jüngere Anlagen mit einer Gründung ab 1995 das Werktags-Greenfee sogar gesenkt haben (-3,6 Prozent) und beim Wochenend-Greenfee die Steigerung am moderatesten ausfällt (+1,6 Prozent). Die deutlichsten Erhöhungen sind bei den „mittelalten“³ Golfanlagen zu verzeichnen: werktags +3,6 Prozent und wochenends +4,7 Prozent.

³ Gründung 1981-1994

3.3.2 Kosten und Erlöse

Nach Angaben der teilnehmenden DGV-Mitglieder am Betriebsvergleich sind die Gesamtausgaben bei 18-Löcher-Anlagen im Geschäftsjahr 2007 durchschnittlich um ca. 11.000 Euro auf nunmehr 877.765 Euro gestiegen. Dies entspricht einer Steigerung von +1,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.⁴

Die Gesamteinnahmen auf deutschen Golfanlagen entwickeln sich wieder positiv. Bei durchschnittlich 1.001.160 Euro pro 18-Löcher-Anlage fällt das Wachstum 2007 mit 2,3 Prozent deutlich höher aus als in den Jahren 2004-2006. Insbesondere in den Jahren 2005 und 2006 hatten sich die Gesamteinnahmen sogar negativ entwickelt.

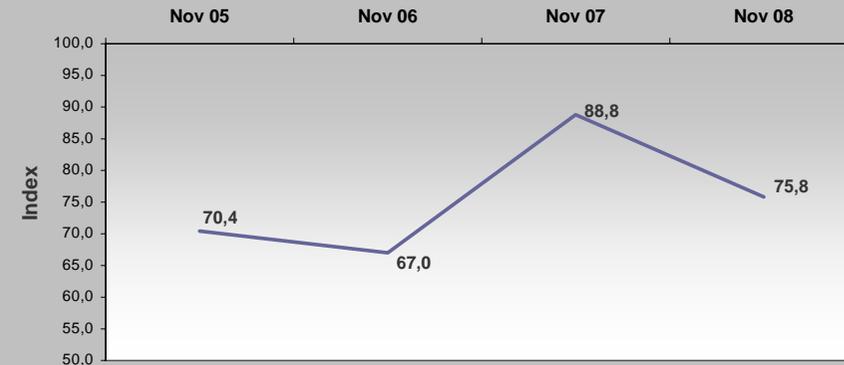
3.3.3 Zufriedenheit mit der Saison 2008

Eine gute Einschätzung der wirtschaftlichen Lage spiegelt sich auch bei der Erfüllung der Erwartungen wieder, die deutsche Golfanlagenbetreiber und Clubs in die Saison 2008 hatten. Der Saldo aus Zufriedenen und Unzufriedenen liegt bei 75,8 und ist damit immer noch höher als 2005 und 2006, allerdings analog zur Einschätzung der wirtschaftlichen Situation unter dem Niveau des Vorjahres.

⁴ Die Angaben zur Kosten- und Erlössituation beziehen sich auf das Jahr 2007. Aufgrund geringer Fallzahlen können hier keine Angaben zur Kosten- und Erlössituation bei 9- und 27-Löcher-Anlagen gemacht werden.

Zufriedenheitswerte 2005-2008

Index = Saldo der Nennungen "sehr zufrieden + zufrieden" und "unzufrieden + sehr unzufrieden"



© 2008 GTC-Golf & Tourism Consulting, Quelle: DGV Golfbarometer Herbst 2008

Insgesamt geben 87,9 Prozent der Befragten an, mit der Saison 2008 zufrieden oder sehr zufrieden zu sein. 12,1 Prozent sehen ihre Erwartungen als nicht erfüllt an und sind unzufrieden. Sehr unzufrieden war keine Golfanlage.

3.4 TOP100 beim Mitgliederzuwachs

Bei der Betrachtung der TOP100 Clubs beim Mitgliederzuwachs wurden ausschließlich Golfanlagen betrachtet, die vor mehr als fünf Jahren gegründet wurden, damit Verzerrungen durch einen noch jungen Markteintritt möglichst ausgeschlossen werden.

Die wachstumsstärksten Clubs verzeichnen teilweise zwischen 400 und 600 neue Mitglieder im Jahr 2008. Es fällt auf, dass sich in den TOP100 viele Golfanlagen befinden, deren Mitgliederzuwachs sich nicht ausschließlich aus dem regionalen Markt erklären lassen dürfte. Diese Anbieter vermarkten ihre freien DGV-Ausweis-Kontingente deutschlandweit oder international als Fernmitgliedschaften. Die Anzahl dieser Clubs hat in der Vergangenheit spürbar zugenommen.

Die Auswertung einzelner Teilgruppen ergibt folgende Unterschiede bei den verschiedenen Kriterien:

- Betrachtet man die Größe der Anlage, wird deutlich, dass 9-Löcher-Anlagen und 27-Löcher-Anlagen überdurchschnittlich häufig in den TOP100 vertreten sind, 18-Löcher-Anlagen sind deutlich unterrepräsentiert.
- Vergleicht man verschiedene Altersgruppen miteinander, so fällt auf, dass nur ein vergleichsweise geringer Anteil der „alten“ Anlagen einen überdurchschnittlichen Mitgliederzuwachs zu verzeichnen hatte, jüngere Anbieter sind überdurchschnittlich häufig in den TOP100 zu finden.
- Keine signifikanten Unterschiede gibt es allerdings hinsichtlich der Lage in Ballungsgebieten oder ländlichen Gebieten.

3.5 Ausgewählte Aspekte des Marketings

3.5.1 Regionalität von Golfanlagen

Wie bereits im Kapitel 2.3.2 erläutert, ist es seit kurzem möglich, die Regionalität von Golfanbietern zu bestimmen. Daraus ergibt sich, dass 75 Prozent der deutschen Golfanbieter über eine Mitgliedschaft verfügen, die mindestens zu 90 Prozent aus einem Umkreis von 100 Kilometern stammt.

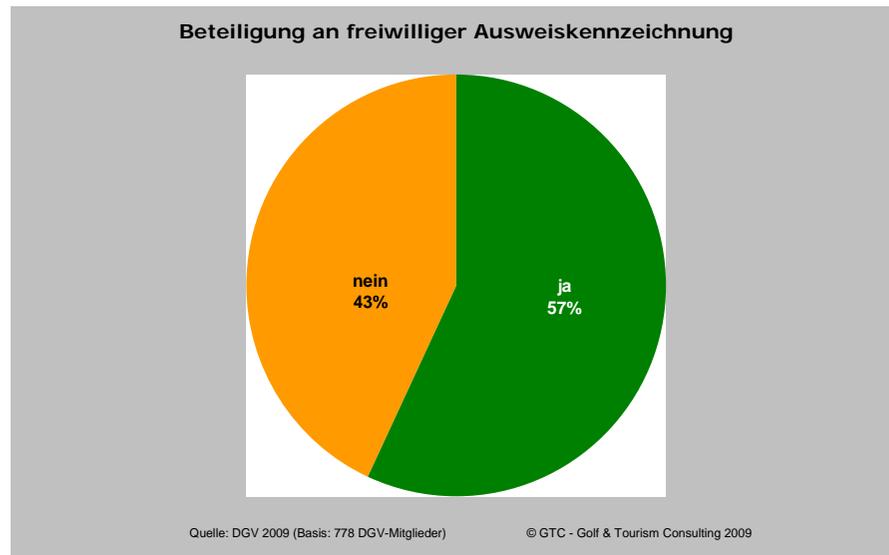
Überdurchschnittlich ist dieser Anteil in den Landesgolfverbänden Hamburg (100 Prozent), Baden-Württemberg (87 Prozent) und Nordrhein-Westfalen (87 Prozent), unterdurchschnittlich in Mecklenburg-Vorpommern (12 Prozent), Sachsen/Thüringen (52 Prozent) und Berlin/Brandenburg (57 Prozent).

Vergleicht man die Anteile nach dem Gründungsdatum, so ist festzustellen, dass der Anteil der Golfanbieter mit einem stärkeren regionalen Fokus mit zunehmendem Alter der Clubs auch zunimmt. Bei Clubs mit einer Gründung bis 1980 beträgt der Anteil 89 Prozent, bei Clubs mit Gründung zwischen 1981 und 1995 liegt der Anteil bei 78 Prozent und bei jüngeren Clubs bei 62 Prozent.

Bei den verschiedenen Anlagengrößen sind es die 18-Löcher-Anlagen mit einem überdurchschnittlichen Anteil von 81 Prozent, bei den 9- bzw. 27-Löcher-Anlagen sind 66 bzw. 69 Prozent, die eine Regionalität innerhalb von 100km aufweisen.

3.5.2 DGV-Mitglieder mit freiwilliger Ausweiskennzeichnung

Die Regionalität der Golfanbieter ist Grundlage für die im Jahr 2009 neu eingeführte, freiwillige Ausweiskennzeichnung. Golfanbieter werden dann als regional klassifiziert, wenn mindestens 90 Prozent der Mitglieder in einer Maximalentfernung von 100 Kilometern wohnen. Insgesamt beteiligen sich 445 von 778 Clubs und damit 57 Prozent der DGV-Mitglieder an der Ausweiskennzeichnung⁵.



Der Anteil der Clubs, die sich an der freiwilligen Ausweiskennzeichnung beteiligen, nimmt dabei mit zunehmendem Alter deutlich zu. Bei Clubs mit einer Gründung bis 1980 beträgt der Anteil 70 Prozent, bei Clubs mit Gründung zwischen 1981 und 1995 liegt der Anteil bei 62 Prozent und bei jüngeren Clubs bei nur noch 43 Prozent.

Bei den verschiedenen Anlagengrößen sind die Unterschiede geringer: 9-Löcher Anlagen haben einen Anteil von 59 Prozent mit freiwilliger Kennzeichnung, bei 18-Löcher-Anlagen sind es 62 Prozent und bei 27-Löcher-Anlagen 49 Prozent.

Nach Landesgolfverbänden ist der Anteil der sich beteiligenden Clubs in Baden-Württemberg (70 Prozent), Nordrhein-Westfalen (65 Prozent) und Hessen (62 Prozent) am höchsten, die niedrigsten Beteiligungsraten sind in Mecklenburg-Vorpommern (21 Prozent), Schleswig-Holstein (29 Prozent) und Berlin/Brandenburg (29 Prozent) festzustellen.

Interessant ist auch die Auswertung nach der Regionalität der Golfanbieter. DGV-Mitglieder mit ausgeprägtem regionalen Fokus beteiligen sich zu 71 Prozent. Golfanbieter, die das Kriterium der Regionalität nicht erfüllen, beteiligen sich hingegen nur zu 24 Prozent an der freiwilligen Ausweiskennzeichnung.

⁵ Stand: 20. Januar 2009

4 Der deutsche Golfmarkt im Vergleich

Die folgenden Abschnitte vergleichen die Entwicklung des deutschen Golfmarktes zum einen mit europäischen Ländern und zum anderen mit anderen Spitzenverbänden des deutschen Sports. Deutlich soll an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass der Vergleich auf Basis der Mitgliedszahlen des Jahres 2007 vorgenommen wird. Neuere Daten liegen für die Vergleichsländer und die Spitzenverbände der anderen Sportarten nicht vor.

4.1 Angebot und Nachfrage im europäischen Vergleich

Im europäischen Vergleich der Golfmärkte nimmt Deutschland sowohl bei der Anzahl der Mitglieder als auch bei der Anzahl der Golfplätze nach den absoluten Zahlen den zweiten Rang ein⁶. Mit großem Abstand liegt England sowohl bei den Golfern als auch bei den vorhandenen Golfanlagen auf dem ersten Rang.

Auf diesem Niveau ist auch nur noch mit geringen Steigerungsraten zu rechnen, wie die Tabelle zeigt. In Deutschland sind die Reifegrade anderer Märkte allerdings noch nicht erreicht, wie die Wachstumszahlen in den letzten fünf Jahren belegen. Im Gegensatz zu den britischen Ländern und Schweden können mit einem Plus von 29 Prozent bei den Mitgliedern und 8 Prozent bei den Plätzen deutlich höhere Steigerungen festgestellt werden. Grundsätzlich fällt auf, dass die Steigerungen der Nachfrage fast überall höher sind als die des Angebots.

Deutschland hat in den letzten Jahren demnach auch im europäischen Vergleich eine durchaus beträchtliche Entwicklung vollzogen, mit stetigen Steigerungen sowohl bei der Anzahl der Golfer als auch bei den Golfplätzen.

Land	Mitglieder in Golfclubs				Golfplätze			
	Rang	Anzahl Wert	Rang	Veränderung +/- 5 Jahre	Rang	Anzahl Wert	Rang	Veränderung +/- 5 Jahre
England	1	910.900	19	+3,8%	1	1.897	21	+0,1%
Deutschland	2	552.388	10	+29,0%	2	684	15	+8,1%
Schweden	3	532.944	21	+0,8%	5	462	17	+2,9%
Frankreich	4	387.067	15	+19,0%	4	565	14	+8,4%
Spanien	5	318.337	6	+46,3%	7	318	11	+16,9%
Niederlande	6	303.000	4	+55,4%	12	154	9	+18,5%
Irland	7	289.120	14	+21,4%	6	414	18	+2,7%
Schottland	8	249.311	22	-6,3%	3	575	16	+6,1%
Dänemark	9	145.310	11	+27,9%	9	170	7	+22,3%
Norwegen	10	122.000	13	+22,0%	10	164	5	+27,1%
Finnland*	11	116.473	8	+36,3%	14	117	10	+18,2%
Österreich	12	100.266	9	+35,3%	13	154	4	+28,3%
Italien	13	91.791	7	+36,8%	8	258	13	+14,7%
Wales	14	64.557	23	-9,3%	11	158	20	+0,6%
Schweiz	15	52.967	12	+23,8%	15	92	12	+15,0%
Belgien	16	48.756	18	+9,4%	17	77	23	-3,8%
Tschechien	17	35.369	1	+173,6%	18	74	1	+89,7%
Island*	18	15.865	2	+77,9%	19	61	19	+1,7%
Portugal	19	14.342	17	+10,3%	16	78	6	+23,8%
Slowenien	20	7.272	5	+51,1%	20	11	2	+37,5%
Luxemburg*	21	3.912	16	+11,5%	22	6	22	+0,0%
Ungarn*	22	2.140	3	+65,5%	21	8	3	+33,3%
Griechenland*	23	1.339	20	+2,5%	23	6	8	+20,0%

Tabelle 8: Mitglieder und Golfplätze im europäischen Vergleich (Quelle: DGUV, EGA)

⁶ Für das Jahr 2008 liegen noch keine Daten der internationalen Märkte vor, der Vergleich wird auf Basis 2007 vorgenommen. * Zahlen liegen nur für 2006 vor.

Kommt man nun zu einem Vergleich der relativen Zahlen, ist die Position Deutschlands nicht mehr ganz vorne zu finden.⁷ Bei der Golfverbreitung, also dem Anteil der Golfer in der Bevölkerung, belegt Deutschland mit 0,67 Prozent den 15. Rang. Führend ist hier Irland mit einem Anteil von 6,88 Prozent. Die weiteren vorderen Plätze bei der Golfverbreitung belegen Schweden (5,79 Prozent), Island (5,29 Prozent), Schottland (4,99 Prozent) und Dänemark (2,64 Prozent).

Bei einem Blick auf die Golfversorgung, also der Zahl der Einwohner pro Golfplatz belegt Deutschland mit 120.175 Golfern pro Anlage ebenfalls den 15. Rang. Der an den Zahlen gemessen reifste Angebotsmarkt ist im in dieser Hinsicht fast exotisch anmutenden Island zu finden, hier teilen sich gerade einmal knapp 5.000 Einwohner einen Golfplatz. Es folgen die klassischen Golfländer Schottland (8.696), Irland (10.145), Wales (18.987) sowie Schweden (19.913).

Zum Abschluss des europäischen Vergleiches werden die Auslastungen der Golfanlagen verglichen, also die Anzahl der Mitglieder je Anlage. Dabei ist anzumerken, dass hier „nur“ statistische Werte miteinander verglichen werden, die eine grundsätzliche Aussage zum Entwicklungsstand zulassen. Die hier angegebene Zahl berücksichtigt aber weder die tatsächlich gespielten Runden auf den Golfplätzen noch den Anteil der Gastspieler, die in golftouristischen Destinationen zum Teil erheblich zur Auslastung von Golfanlagen beitragen.

Deutschland belegt bei der Auslastung mit 808 Mitgliedern je Platz den 6. Rang. Führend sind hier die Niederlande mit 1.968 Mitgliedern pro Anlage, gefolgt von Schweden (1.154) und Spanien (1.001).

Land	Golfverbreitung (Anteil Mitglieder an Bevölkerung)		Golfversorgung (Einwohner je Golfplatz)		Auslastung (Mitglieder je Golfplatz)	
	Rang	Wert	Rang	Wert	Rang	Wert
Irland	1	6,88%	3	10.145	8	698
Schweden	2	5,79%	5	19.913	2	1.154
Island*	3	5,29%	1	4.918	21	260
Schottland	4	4,99%	2	8.696	17	434
Dänemark	5	2,64%	8	32.353	5	855
Norwegen	6	2,54%	7	29.268	7	744
Finnland*	7	2,20%	9	45.299	4	995
Wales	8	2,15%	4	18.987	18	409
Niederlande	9	1,83%	13	107.792	1	1.968
England	10	1,81%	6	26.568	15	480
Österreich	11	1,21%	10	53.896	12	651
Luxemburg*	12	0,98%	11	66.667	11	652
Schweiz	13	0,70%	12	82.609	14	576
Spanien	14	0,69%	19	144.969	3	1.001
Deutschland	15	0,67%	15	120.175	6	808
Frankreich	16	0,60%	14	114.159	9	685
Belgien	17	0,46%	16	137.662	13	633
Slowenien	18	0,36%	20	181.818	10	661
Tschechien	19	0,34%	18	140.541	16	478
Italien	20	0,15%	21	231.783	19	356
Portugal	21	0,13%	17	139.744	23	184
Ungarn*	22	0,02%	22	1.250.000	20	268
Griechenland*	23	0,01%	23	1.833.333	22	223

Tabelle 9: Golfkennzahlen im europäischen Vergleich (Quelle: DGV, EGA, Eurostat)

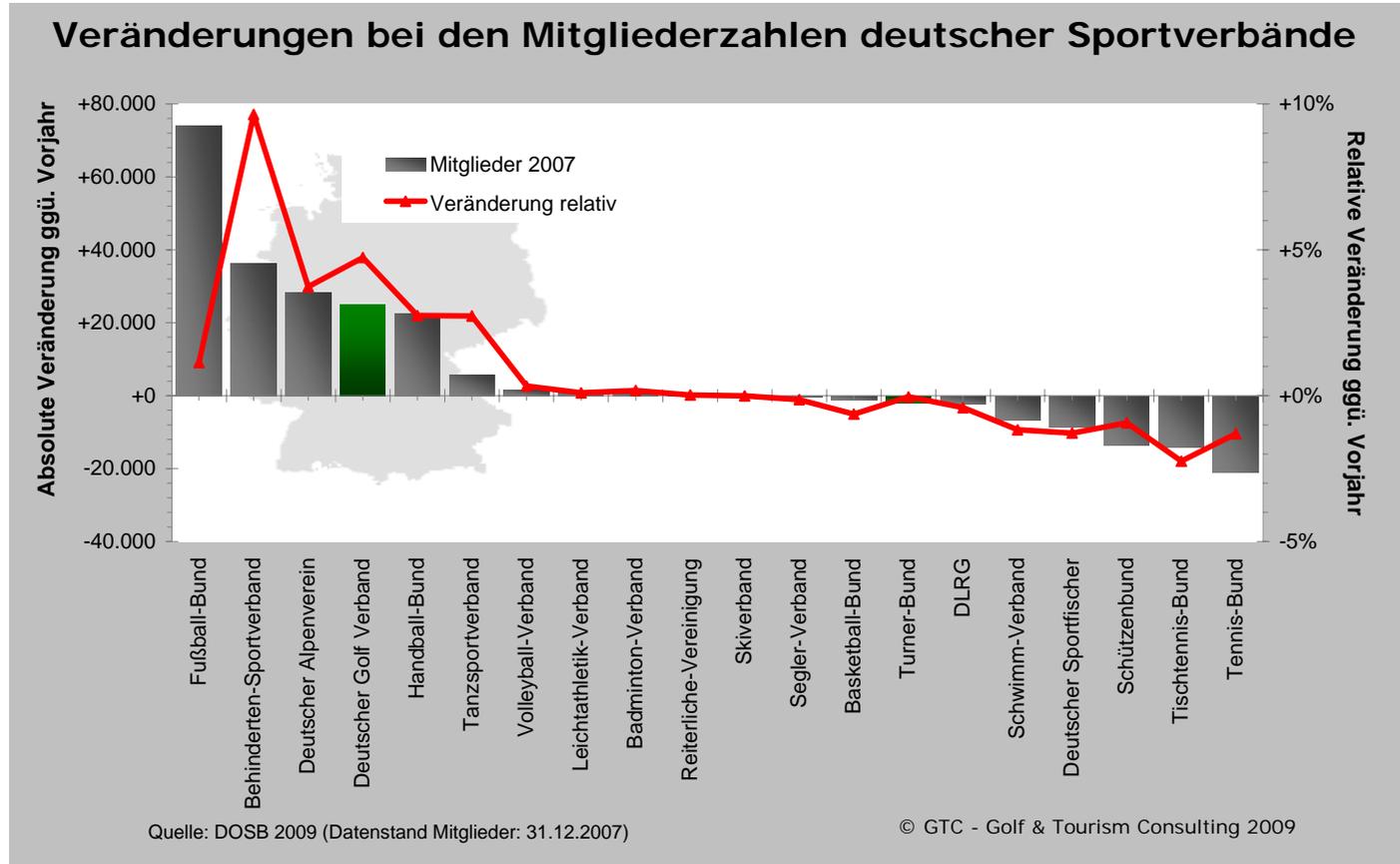
⁷ Für das Jahr 2008 liegen noch keine Daten der internationalen Märkte vor, der Vergleich wird auf Basis 2007 vorgenommen. * Zahlen liegen nur für 2006 vor.

4.2 Golfnachfrage im Vergleich zu anderen Sportarten

Beim Vergleich des Golfsports mit den TOP20-Spitzenverbänden im deutschen Sport kann der DGV beim Mitgliederzuwachs nach absoluten Zahlen⁸ mit einem Plus von 24.961 den vierten Rang einnehmen (Stand 2007). Die absolut höchsten Zuwächse konnte der Fußball-Bund (+73.969) erreichen, gefolgt vom Behinderten-Sportverband (+36.407) und den Deutschen Alpenvereine (+28.200).

Nur wenige Spitzenverbände konnten im betrachteten Zeitraum relative Zuwachsraten wie der DGV aufweisen. Der Behinderten-Sportverband konnte im Vergleich zum Vorjahr seine Mitgliedszahlen um knapp 10 Prozent erhöhen, danach folgt bereits der DGV mit 4,1 Prozent.

Bezogen auf die absoluten Mitgliedszahlen belegt der DGV mit seinen 552.388 Mitgliedern (Stand 2007) den 14. Rang. Mit großem Abstand führend ist der DFB (6,6 Millionen Mitglieder) und der Turner-Bund (5,0 Millionen). Der Tennisbund (1,6 Millionen) und der Schützenbund (1,5 Millionen) können darüber hinaus auch noch Mitgliedszahlen von mehr als einer Million aufweisen.



⁸ Für das Jahr 2008 liegen noch keine Daten der anderen Sportarten in Deutschland vor, der Vergleich wird auf Basis 2007 vorgenommen.

5 Zusammenfassung und Ausblick

Der deutsche Golfmarkt entwickelt sich weiterhin recht konstant. Sowohl hinsichtlich der Nachfrage als auch des Angebots bewegt sich das Wachstum auf dem Niveau der vergangenen Jahre.

Die deutschen Golfanbieter waren mit der letzten Saison durchaus zufrieden. Erstmals seit Durchführung des DGV-Betriebsvergleichs konnte für die Gruppe der 18-Löcher-Anlagen durchschnittlich ein positives Betriebsergebnis erzielt werden. Die Erwartungen für die kommende Saison sind durchaus optimistisch, wie das DGV-Golfbarometer im November 2008 ergab. Es muss jedoch davon ausgegangen werden, dass sich diese Erwartung in den letzten Wochen stärker eingetrübt hat. Maßgeblich hierfür ist in erster Linie die erwartete Rezession aufgrund der weltweiten Finanzkrise.

Es ist davon auszugehen, dass die Krise auch die Entwicklung des Golfmarktes beeinflussen wird. Da der Golfmarkt tendenziell angebotsgetrieben ist, zieht die Nachfrage insbesondere dann kräftig an, wenn neue Platzkapazitäten oder gänzlich neue Golfanlagen entstehen. Da sich alternative Finanzierungsformen (z.B. Fonds) bisher nicht durchgesetzt haben, sind neue Golfprojekte immer stärker auf Finanzierungen durch Banken angewiesen. Die bereits zu beobachtende Zurückhaltung der Banken bei Finanzierungszusagen trifft erfahrungsgemäß häufig den Hotel- und Gastronomiebereich wie auch das Segment der Freizeitanlagen. Neue Golfprojekte benötigen daher noch stärker als zuvor marktgerechte Standorte, Konzepte und Wirtschaftlichkeitsplanungen, die Kapitalgeber überzeugen.

Ältere Clubs, die über einen ausreichenden Mitgliederstamm verfügen und wirtschaftlich gut aufgestellt sind, sollten die Krise weitgehend unbeschadet überstehen. Neuere Anbieter, die z.B. deutlich geringere Einstiegsbarrieren haben (keine Aufnahmegebühr), sind für konjunkturell bedingte Fluktuation grundsätzlich anfälliger. Für diese gilt es, ihre Golfer durch entsprechende Maßnahmen an die Golfanlage zu binden.

Viele deutsche Golfanbieter sind auf einem guten Weg, sich im Markt und im regionalen Wettbewerb zu positionieren. Das Marketingverständnis wächst kontinuierlich. Mitarbeiter werden geschult, am Platz und am Clubhaus wird optimiert, es werden neue Mitgliedschaftsmodelle aufgelegt, Kommunikation und Werbung werden professionalisiert. Um eine bessere strategische Bearbeitung des jeweiligen Marktes zu ermöglichen, erfasst der DGV seit dem letzten Jahr für jeden Golfer die Postleitzahl des Wohnsitzes. Diese erlaubt nunmehr ...

- die genauere Identifizierung von regionalen Golfhochburgen und -entwicklungsgebieten
- genaueste Analysen zur Golfverbreitung im Einzugsgebiet von bestehenden Golfanlagen (oder eines neuen Golfprojektes)
- sowie die Identifizierung von regional ausgerichteten Golfanlagen, die eine entsprechende Kennzeichnung in ihr Marketing integrieren wollen.

Das Jahr 2009 wird kein einfaches Jahr. Die Finanzkrise wird den deutschen Golfmarkt zwar beeinflussen, dennoch sind die grundsätzlichen Strukturen ausreichend stabil, um gewappnet zu sein. Die deutschen Clubs und Golfanlagenbetreiber befinden sich gemeinsam mit dem DGV weiterhin auf Wachstumskurs.



Impressum:

Deutscher Golf Verband e. V.
Ansprechpartner: Herr Klaus Dallmeyer
Viktoriastraße 16
65189 Wiesbaden
Telefon: (06 11) 9 90 20 0
Telefax: (06 11) 9 90 20 40
E-Mail: info@dgv.golf.de
Internet: www.golf.de/dgv

Bearbeitet durch:

GTC – Golf & Tourism Consulting
Peter Hübner / Jurriën Dikken
Vor dem Roten Tore 1
21335 Lüneburg
Telefon: (0 41 31) 7 89 62 17
Telefax: (0 41 31) 7 89 62 29
E-Mail: info@gtc-germany.com
Internet: www.gtc-germany.com