

ZITIERT

„Laura Davies ist mein Idol. Sie geht nie auf die Range, spielt nie die Proberunden und hat trotzdem eine Bomben-Karriere hingelegt.“
Brittany Lincicome (29).

„Es gibt nichts Besseres auf dem Markt.“

Leserin **Ingrid Vocht** über den Reiseführer „Mallorca schönste Seiten“. Dem können wir uns nur anschließen.

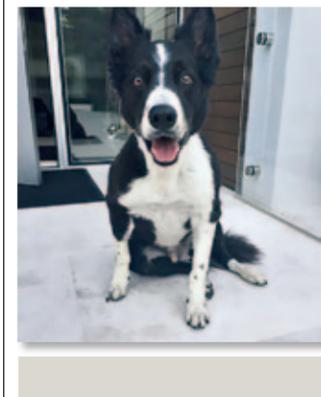


„Mit IMG gewinnen wir weitere internationale Golf-Expertise hinzu.“

Martin Kaymer (30) über seinen neuen Vermarkter, mit dem u. a. auch Bernhard Langer seit Jahren zusammenarbeitet.

„Ein hartes Jahr wird langsam besser. Meinem Jungen wurden mit neun Jahren beide Hinterbeine erfolgreich operiert.“

Tiger Woods über seinen geliebten Border Collie **Taz**.



CROWDFUNDING-PROJEKT GOLFCITY

„Nach 14 Tagen hatten wir eine halbe Million Euro zusammen!“

Als erstes Unternehmen in Deutschland finanziert die GolfCity München Puchheim den Bau einer Golfanlage über Crowdinvesting. Max von Spoercken, Geschäftsführer der GolfCity Crowdinvesting GmbH, über die Kampagne, neue Wege und seine Gedanken zur Zukunft des Golfsports in Deutschland.



Max von Spoercken auf dem 18. Grün des Old Course auf Schloss Lüdersburg.

Herr von Spoercken, Crowdfunding kennen wir in erster Linie aus der StartUp-Branche. Warum gehen Sie nun auch im Golf diesen Weg der Finanzierung?

Max von Spoercken: Viele Menschen möchten ihr Geld nicht mehr zur Bank tragen, wo es bei Renditen an der Null-Prozent-Grenze de facto nicht mehr, sondern immer weniger wird. Crowdinvestings umgehen deshalb bewusst die klassischen Geldinstitute und lassen den Investor direkt am Erfolg eines Unternehmens teilhaben. Wir schreiben also gemeinsam eine Erfolgsgeschichte. Dazu tragen auch die Zusatzleistungen, die so genannten Perks, bei. Wer bei GolfCity beispielsweise 50.000 Euro investiert, erhält zusätzlich zur Rendite von mindestens vier Prozent ein lebenslanges Spielrecht auf einer Clubhaus-Anlage seiner Wahl. Und jedes Jahr wird er

zu einem Turnier-Wochenende nach Schloss Lüdersburg eingeladen.

Wieviel Geld wollen Sie am Ende denn tatsächlich eingesammelt haben?

500.000 Euro war die untere Schwelle, die wir nach knapp 14 Tagen erreicht hatten. Insgesamt lag unser Ziel bei 750.000 Euro. Tatsächlich sind wir ein wenig überrascht von dem schnellen Erfolg der Kampagne. Deshalb erscheint die Möglichkeit attraktiv, sowohl die Dauer als auch die Investitionssumme zu erhöhen.

Was ist GolfCity denn genau?

Wir sehen uns als Innovationsführer in der Golfbranche, und so verstehen wir auch GolfCity. Das Anlagenkonzept ist einfach, anders, schnell. Es bringt Golf näher an die Metropolen und an die Menschen. Nicht umsonst wurde GolfCity mit dem „Grow the Game“-Award des europäischen Golfunternehmerverbandes ausgezeichnet. Mit unserer GolfCity in Köln bringen wir beispielsweise jedes Jahr 800 Menschen neu zum Golf. In München und geplanten weiteren Standorten wie Berlin oder Hamburg wird das ähnlich sein.

Für welche Zielgruppe sind diese Plätze gedacht?

Für den Einsteiger, der unkompliziert und mit viel Spaß Golf lernen möchte. Für den viel Beschäftigten, der am Morgen, in seiner Mittagspause oder am Abend etwas trainieren oder neun Löcher spielen möchte. Für den urbanen Metropoliten, der Golf vor der Haustür spielen möchte und nicht erst mit dem Auto eine Stunde im Stau stehen will.

Wie sehen Sie die Zukunft von Golf in Deutschland?

Uneingeschränkt positiv. Golf bedient die Megatrends Gesundheit und Natur optimal und wird sich daher in Zukunft zu Lasten anderer Sportarten positiv entwickeln. Mit zunehmendem Altersquotienten ändert sich zudem das Verhältnis zugunsten derjenigen, die nicht mehr im Erwerbsalter stehen. Die Zahl der über 65-Jährigen steigt bis Ende der 2030er-Jahre von knapp 16 auf rund 24 Millionen. Diese Menschen haben Zeit und suchen den sportlichen Ausgleich. Marktforschungen belegen zudem, dass sich 4,1 Millionen Deutsche vorstellen können, Golf zu spielen. Das Aufholpotential ist riesig. Leider ist es dem Deutschen Golf Verband in den vergangenen Jahren nicht gelungen, den Weg für die Golfanlagen zu ebnen, um dieses Potential auszuschöpfen. Mit Hilfe von Konzepten wie GolfCity wird sich das allerdings in absehbarer Zeit ändern.

Interview: Carli Underberg

PORSCHE EUROPEAN OPEN

Kaiserlicher Startschuss in Passau

Der Countdown für die Porsche European Open (24.-27. September) auf dem Beckenbauer Course in Bad Griesbach läuft! Franz Beckenbauer: „Ich freue mich besonders, dass die Porsche European Open in Bad Griesbach stattfindet, auf dem Platz, der meinen Namen trägt und auf dem ich schon so viele unvergessliche Runden gespielt habe.“ Der Platz-Namensgeber ist auch Mitglied im Porsche European Open Kuratorium. Und in dieser Funktion hat er mit einem Abschlag von der Veste Oberhaus in Passau Richtung Drei-Flüsse-Eck das Golf- und Bewegungs-

Festival für über 300 Kinder der Porsche European Open eröffnet. Gleichzeitig fiel auch der Startschuss für die „golf4good“ Charity-Kampagne. „Deren Ziel ist es, mit verschiedenen Events Spenden und Aufmerksamkeit für das Projekt ‚fit4future‘ zu generieren, das Gesundheits-Förderprogramm für 6- bis 12-jährige Schulkinder im Kampf gegen Fettleibigkeit und Bewegungsarmut“, erläuterte Dr. Hans-Dieter Clevn (Gesellschafter Golf-Resort Bad Griesbach).

■ Tickets für die Porsche European Open unter www.europeanopen.com



Der Kaiser mit dem Driver: Franz Beckenbauer beim Abschlag in Passau Richtung Drei-Flüsse-Eck.



EUROPEANOPEN.COM

PORSCHE
EUROPEAN OPEN
GOLF RESORT BAD GRIESBACH

24-27 SEPTEMBER 2015

PROUD TO
BE BACK.



TITLE SPONSOR

HOST VENUE

