

Der Golf-Liberalist

Er ist gegen die Platzreife, gegen Clubausweise und für mehr Wachstum und Liberalisierung. **Alexander von Spoercken** polarisiert mit seiner Clubhaus AG die Golf-Community in Deutschland. Auf seinem Landsitz in Lüdersburg empfing er das GOLF MAGAZIN zum Fachgespräch



Lässige Pose, charmanter Blick: Alexander von Spoercken vor dem Gatter einer Pferdekoppel. Die weiße Stute Lotte wurde mit Äpfeln ins Foto gelockt.



Alexander von Spoercken (Hcp 19) ganz entspannt auf der Motorhaube seines Jeeps. Mit seinen Ping-Schlägern im zweifarbigen Bag drehte er in dieser Saison bereits 58 9-Löcher-Runden.

VON JOHANNES OBERLIN UND OLIVER HARDT (FOTOS)

Es ist ein sehr trister Oktober-Tag, als mich Alexander von Spoercken vor den grünfarbenen Toren seines gut versteckten Anwesens direkt an der Golfanlage Schloss Lüdersburg begrüßt. Der Mann, der hinter den Golfprojekten Clubhaus AG, GolfCity und Bundesverband Golfanlagen steht, ist leger gekleidet. Statt Anzug und Krawatte hat er sich einen dunklen Wollpullover über die Schultern geworfen. Haus und Hof werde

ich nicht zu sehen bekommen – die Tore und die dicht angelegten bunten Herbstbäume verhindern jegliche Einblicke in die Privatsphäre des Freiherrn, der in höflicher Form auch mit „Baron von Spoercken“ angesprochen wird.

Für das GOLF MAGAZIN-Fotoshooting zündet der Baron seinen militärfarbenen Hof-Jeep: zorniger Motor, keine Türen, wenig Luxus! Das passt irgendwie zu einem Menschen, der den Golfsport über sein Luxus-Image hinaus einem breiteren Publikum zugänglich machen möchte.

1992 gründete er in Kooperation mit der International Management Group (IMG) die Clubhaus AG, damals noch „Clubhaus“. Die Idee dahinter: Golfanlagen in Deutschland professionell und gewinnbringend zu managen und mehr Menschen an den Sport heranzuführen. Das Konzept kam anfangs ähnlich schwer in die Gänge wie die kernige Schaltung seines Geländewagens, als wir zum zweiten Fotospot über die feuchte mit Laub bedeckte Herbstwiese fahren. „Ich dachte, die Golf-Community würde sich

schneller öffnen“, berichtet der 63-Jährige aus vergangenen Tagen. Heute zählt die Clubhaus AG stolze 10.000 Mitglieder (Tendenz steigend) und ist für viele Menschen in Deutschland längst eine echte Alternative zur klassischen DGV-Clubmitgliedschaft. Nicht zu Unrecht, denn die Clubhaus AG ist ein intelligenter Verbund von mehreren Golfanlagen, die ihren Mitgliedern besondere Privilegien bietet. Eines ihrer Steckenpferde: die „Gastmitgliedschaft“. Dabei erhält jedes Gastmitglied eine Fernmitgliedschaft in



In seinem urigen Lüdersburger Büro stellte sich der Freiherr den Fragen des Redakteurs.

einem deutschen Partnerclub der Clubhaus-Gruppe (18 an der Zahl) und einen DGV-Ausweis mit Handicapverwaltung – für 17,50 Euro pro Monat! „Dabei werden die nicht genutzten Ausweiskontingente von den Clubs abgekauft und weitervermarktet“, erläutert Alexander von Spoercken sein Produkt. Neben diversen Vorteilskarten, welche die Clubhaus AG weiter anbietet, ist das wohl umstrittenste Projekt die Online-Platzreife. Für 25 Euro bekommt man im Internet auf www.online-platzreife.de schnell und unkompliziert seine Platzreife (tausende sicherten sich hier schon ihre Platzerlaubnis) – sogar mit offizieller Urkunde und Geld-zurück-Garantie. Das raffinierte Marketingkonzept („Vom Computer auf den Golfplatz“) löst jedoch im verschlossenen Golfdeutschland nicht nur Begeisterungstürme aus. Kritiker stören sich an der wenig praxisbezogenen Abwicklung, Traditionalisten an dem vereinfachten Einstieg in „IHREN“ Sport. Der Deutsche Golf Verband reagiert gar mit einem harschen Schreiben, als Clubhaus AG-Vorstandschef von Spoercken den Turbogolfeinstieg vor drei Jahren einführt. „Für die bin ich so etwas wie ein Terrorist“, erzählte er im Mai 2009 spiegel online mit einem Augenzwinkern. Dabei verfolgt der Golf-Liberalist lediglich das Ziel, Golf in Deutschland größer zu machen – dass Barrieren wie Platzreife, Clubausweise und komplizierte Regularien abgeschafft werden und mehr

Golfer als nur die rund 700.000 registrierten DGV-Mitglieder dem Sport nahekommen. Spoercken: „Ich bin für Wachstum und Öffnung. Wir wollen auch die Menschen erreichen, die nur mal einen Golfschläger in der Hand hatten oder einfach Interesse am Golfsport haben.“

Renommierte Marktforschungsunternehmen schätzen diese immerhin auf eine Zahl zwischen zwei und vier Millionen. Den ersten Schritt in Zielrichtung hat der smarte Unternehmer mit der Clubhaus AG schon gemacht. Und auch der zweite ist mit seinen jüngsten GolfCity-Projekten längst vollführt.

Hinter GolfCity steht die Devise: Stadtnahe Standorte, kurze Anfahrtswege und Zeitersparnis durch ausschließlich 9-Löcher-Anlagen. Die bislang einzige GolfCity-Anlage in Köln hat bereits über 1.000 Mitglieder, die hier mit oder ohne DGV-Ausweis spielen dürfen. Weitere Projekte in München, Bonn und Berlin sind bereits in Bau oder Planung.

Bei all den Projekten wundert es nicht, dass der Vater von drei Kindern nur etwa sechs Monate pro Jahr hier in Lüdersburg seine Zeit bei der Familie verbringt. Mit seinen 63 Jahren macht „der Baron“ aber noch lange nicht den Eindruck, am Ende seiner Ziele zu sein. „Allmählich ist es zu spät, noch etwas 'Gescheites' zu lernen“, scherzt er. „Ich muss das jetzt zu Ende bringen.“

■ Mehr Infos: www.clubhaus.de