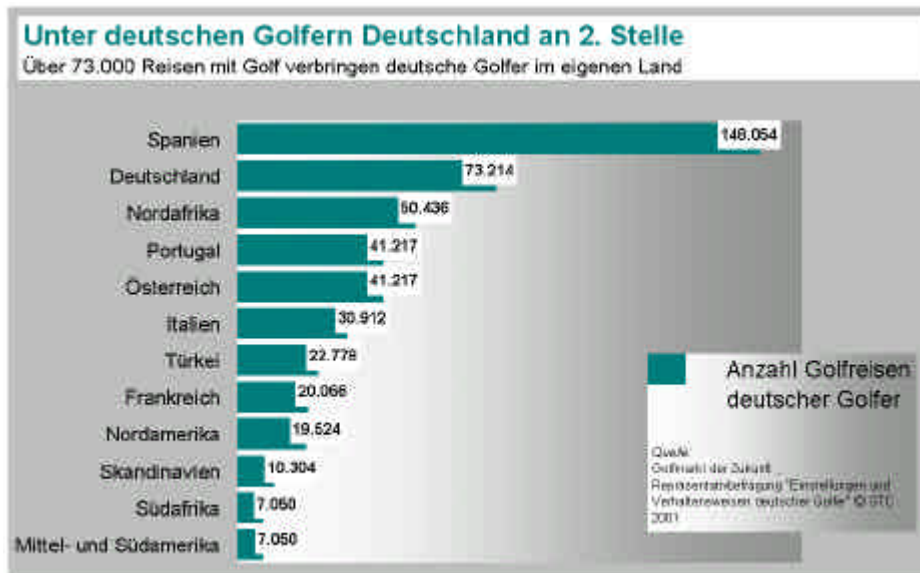


# Wirtschaftsfaktor Golftourismus

**Golftourismus ist ein Zukunftsmarkt mit weltweit hohen Wachstumsraten, der auch für deutsche Golfanlagen und Tourismusregionen große Chancen bietet. Dieses Potenzial findet bislang aber immer noch zu wenig Beachtung. Die Zielgruppe Golfurlauber, aber auch die wirtschaftliche Bedeutung und das ökonomische Potenzial des Golftourismus in Deutschland, sollen daher etwas genauer unter die Lupe genommen werden.**

Golf erfährt als Urlaubs- oder Reisemotiv weltweit, aber auch in Deutschland, eine steigende Bedeutung: Rund Zweidrittel aller deutschen Golfer, d. h. 284.000 Spieler, machen jährlich mindestens eine Urlaubsreise, in der sie Golf spielen. Im Durchschnitt unternehmen deutsche Golfer sogar mehr als zwei Golfreisen pro Jahr.

Zwar steht Deutschland als Zieldestination für Golfurlaub im harten Wettbewerb mit den Sonnenregionen in Südeuropa, Nordafrika und Übersee: Deutschland hat bei inländischen Golfern nur einen vergleichsweise geringen Marktanteil von ca. 13,5 %. Aber von dem Trend Golftourismus profitieren nicht nur die ausländischen Golfdestinationen. So verbringen deutsche Golfer immerhin über 73.000 Reisen im eigenen Land. Während bei längeren Urlaubsreisen von fünf und mehr Tagen ausländische Destinationen - allen voran Spanien - bevorzugt werden, liegen die Kurzreiseziele (2 - 4 Tage) deutscher Golfer überwiegend im Inland. So ist Deutschland hier für fast 43 % der deutschen Golfer das Traumziel Nr. 1. Doch Deutschland als reines Kurzreiseziel für Golfurlauber zu bezeichnen wäre verfehlt: Fast 60 % aller Golfreisen deutscher Golfer im Inland haben eine Dauer von sieben oder mehr Übernachtungen, wovon insbesondere auch das inländische Beherbergungswesen profitiert.

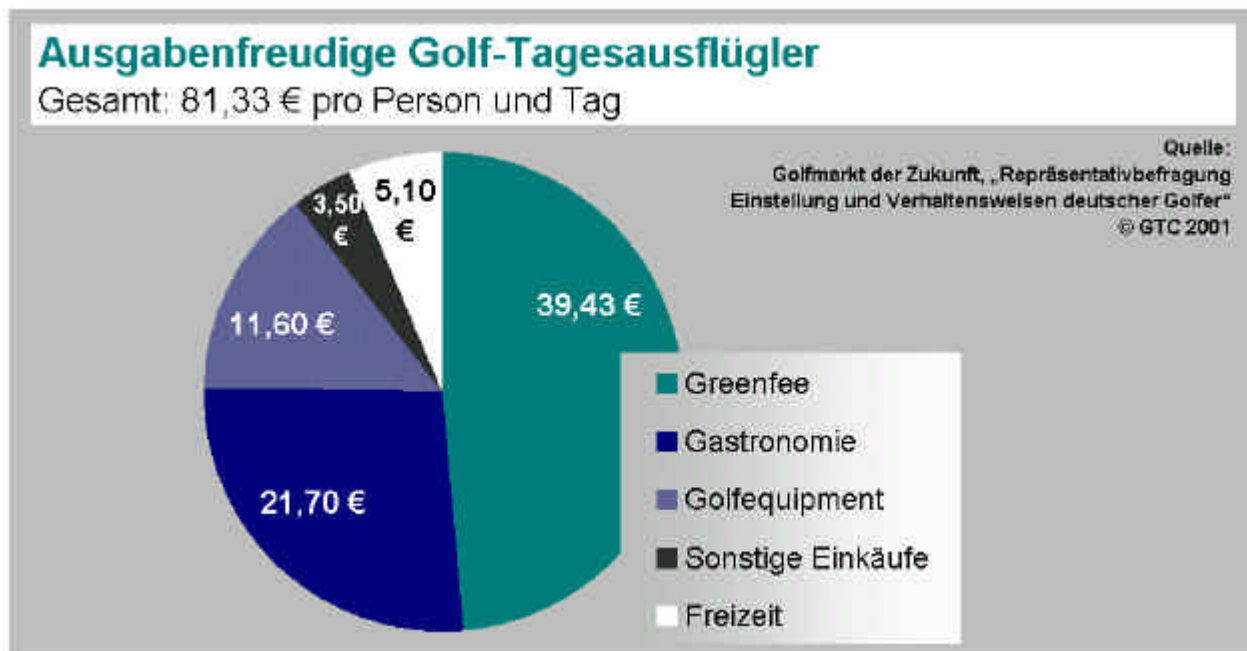


Unter Golftourismus werden aber nicht nur Urlaubsreisen mit dem Anlass Golf, sondern auch Tagesausflüge zu „fremden“ Golfanlagen etwa bei Turnierteilnahme oder privater Greenfee-Runde gefasst. Gerade die Bedeutung des Golf-Tagestourismus wird aber häufig unterschätzt. Hier zeigt sich die hohe Mobilität der deutschen Golfer, aber auch das wirtschaftliche Potenzial von golfinduzierten Tagesausflügen. Nach den Ergebnissen der GTC-Studie „Golfmarkt der Zukunft“ unternehmen jährlich 68,2 %, d. h. ca. 292.000 deutsche Golfer, golforientierte

Tagesausflüge auf fremden Plätzen. Im Durchschnitt unternimmt jeder dieser Golfer 11,8 Tagesausflüge im Jahr mit dem Hauptanlass Golf. Das entspricht 3,4 Mio. Greenfee-Runden.

### Golftouristen – eine lukrative Zielgruppe

Deutsche Golfer sind eine wirtschaftlich sehr attraktive Zielgruppe, was sich sowohl in ihrer hohen Mobilität als auch in ihrem überdurchschnittlichen Ausgabeverhalten zeigt. So gibt jeder Golfer bei Tagesausflügen durchschnittlich mit 81,33 € pro Person und Tag im Vergleich zu anderen Tagesausflüglern erheblich mehr aus. Denn für nicht golfmotivierte Tagesausflüge wurde, je nach untersuchter Region und Untersuchungsansatz, ein Tagesausgabensatz pro Person und Tag zwischen 17 und 28 Euro ermittelt. Betrachtet man die Ausgabenstruktur golfinduzierter Tagesausflüge wird deutlich, dass das Greenfee den größten Teil der Ausgaben einnimmt. Die Greenfeekosten für sich betrachtet übersteigen die Ausgaben von Tagesausflügen ohne Golf. Insgesamt generieren deutsche Golfer auf Golftagesausflügen einen Umsatz von ca. 280 Mio. Euro jährlich.



Auch auf Reisen mit Übernachtungen geben Golfer überdurchschnittlich viel Geld für die „schönsten Tage des Jahres“ aus. Die durchschnittlichen Ausgaben von Golfern im Rahmen von Urlaubsreisen mit Übernachtungen liegen bei ca. 130 Euro pro Urlaubstag und Person (auf Inlandsreisen). Vergleicht man auch diese Zahlen mit den ermittelten Durchschnittswerten über alle Touristen hinweg, so wird auch hier die wirtschaftliche Attraktivität des Golftourismus deutlich. So liegen die durchschnittlichen Ausgaben pro Urlaubstag und Person bei anderen Urlaubsreisen je nach zu Grunde liegender Untersuchung nur zwischen 60 und 95 Euro. Insgesamt generieren deutsche Golfer in deutschen Destinationen jährlich einen Umsatz von ca. 73 Mio. Euro.

### **Umsätze des Golftourismus**

Aus den vorliegenden Daten zum Tagesausflugs- und Urlaubsverhalten können modellhaft die direkten Umsätze deutscher Golfer im Rahmen von inländischen Golfreisen skizziert werden. Hiernach generieren deutsche Golfer, d. h. Tagesausflügler und Golfurlauber zusammen, im Inland einen Bruttoumsatz von insgesamt ca. 353 Mio. Euro. Unberücksichtigt bleiben bei hierbei jedoch u. a. die generierten Umsätze ausländischer Touristen in Deutschland sowie Übernachtungen und Ausgaben von Begleitpersonen der Golfgäste.

Deutlich wird hierbei v. a. die relativ hohe Bedeutung des golfinduzierten Tagestourismus (280 Mio. Euro) am Gesamtumsatz, der bereits jetzt zu Greenfee-Einnahmen und Auslastungssteigerungen deutscher Golfanlagen beiträgt. Immerhin 136 Mio. Euro verbleiben als Greenfee direkt bei den Golfclubs und Golfanlagenbetreibern, 75 Mio. Euro werden in der Gastronomie ausgegeben.

Der golfinduzierte Übernachtungstourismus hingegen spielt auf Grundlage dieser Schätzung derzeit noch eine vergleichsweise untergeordnete Rolle. So generieren deutsche Golfer auf Urlaubsreisen in Spanien, dem TOP-Reiseziel für längere Urlaube, beispielsweise Umsätze von ca. 252 Mio. Euro.

Vergleichsdaten aus Österreich unterstützen zum Einen die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Golftourismus, zeigen zum Anderen aber auch, was in Deutschland noch möglich ist:

- Im Jahr 2000 spielten rund 586.000 Greenfeespieler je eine Runde auf einem der 114 österreichischen Golfplätze.
- Golfer und deren Begleiter generierten im Jahr 2000 ca. 1,8 Mio. Übernachtungen.
- Nach Schätzungen werden hier jährlich Umsätze von ca. 300 Mio. Euro durch golfinduzierte Übernachtungen erzielt.

### **Nichtgolfer und Golftourismus**

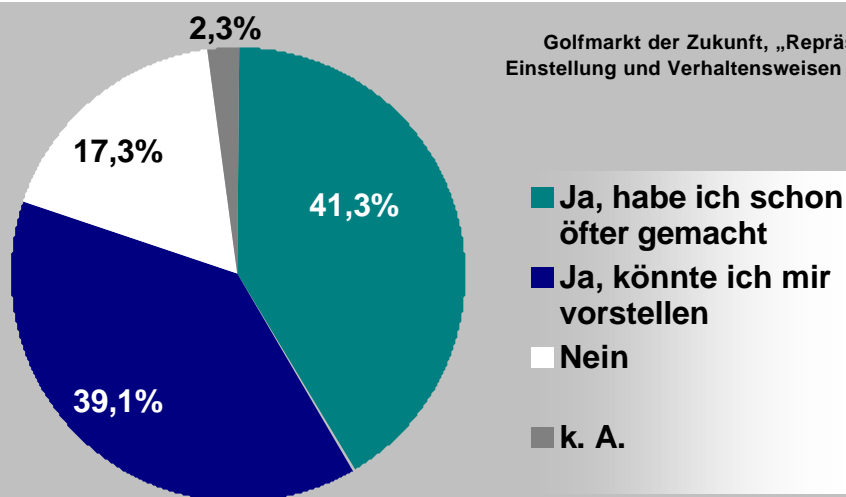
Gerade für deutsche Urlaubsregionen sind jedoch nicht nur die ausgabenfreudigen Golfer von Interesse. Golf wird zunehmend auch ein Thema für „noch-nicht-golfende“ Urlauber. Golf als attraktiver und neuer Teil des Freizeitangebotes vor Ort wird an Wichtigkeit zunehmen. Immerhin über 12 % der deutschen Golfer sind über den Urlaub zum Golfsport gekommen, bei den VcGlern sind es fast 20 %. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass eine geeignete Golfinfrastruktur vorhanden ist, welche Nichtgolfern das Schnuppern an der neuen Sportart ermöglicht. Driving Ranges, öffentlich zugängliche Plätze und ein entsprechendes Schulungsangebot sollten hierfür vorgehalten werden. Hinzu kommt, dass Golf einen positiven Image-transfer für eine touristische Region bewirken kann. Immer häufiger werden Urlauber dann sagen: „Lass uns dorthin fahren, da kann man auch mal Golf ausprobieren.“

### **Ausblick: Zukunftsmarkt Golftourismus**

Gemessen an der überdurchschnittlichen Ausgabefreude deutscher Golfer im Rahmen von Tagesausflügen und Urlaubsreisen im Inland verfügt Golftourismus über ein beachtliches Potenzial, das allerdings längst noch nicht ausgeschöpft ist. Dies bestätigen die Ergebnisse der GTC-Studie „Golfmarkt der Zukunft“: Über 41 % der inländischen Golfer haben bereits in Deutschland einen Golfurlaub verbracht und zukünftig können sich weitere 39 % einen Golfurlaub hier zu Lande vorstellen.

## Präferenz für Golfurlaub deutscher Golfer im Inland

Frage: Können sie sich vorstellen, in Deutschland einen Golfurlaub zu verbringen?



Quelle:  
Golfmarkt der Zukunft, „Repräsentativbefragung  
Einstellung und Verhaltensweisen deutscher Golfer“  
© GTC 2001

Von dem Wachstumstrend im Golfsport sind auch zukünftig positive Effekte für den Golftourismusmarkt in Deutschland und seine Akteure, d. h. Golfanlagen und Tourismusregionen, zu erwarten. So verzeichnen die Mitgliedsvereine des DGV in den letzten 5 Jahren einen Mitgliederzuwachs von 35 %, sogar 5% der deutschen Bevölkerung können sich in Zukunft vorstellen, das Golfen auszuprobieren. Gute Aussichten, denn Eines sollte man nicht vergessen: Jeder Neugolfer ist auch ein potentieller Golftourist.



Foto Jan Schiefer

### Dipl.-Volkswirt Jan Schiefer

Projektleiter bei GTC - Golf & Tourism Consulting, Berlin

Referent, Golf-Consultant und Co-Autor der Studie „Golfmarkt der Zukunft“, [www.gtc-germany.com](http://www.gtc-germany.com), [berlin@gtc-germany.com](mailto:berlin@gtc-germany.com)

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Golf Verband hat GTC - Golf & Tourism Consulting den „Leitfaden zur Entwicklung des Golftourismus“ erstellt. Der DGV-Leitfaden enthält umfangreiche Informationen zum Potenzial des Golftourismus in Deutschland und gibt Hinweise, wie Golftourismus in deutschen Urlaubsregionen entwickelt werden kann. Der Leitfaden kann über den DGV kostenlos bezogen werden.

In Kooperation mit dem Deutschen Golf Verband wird die GTC - Golf & Tourism Consulting auf der ITB 2003 in Berlin eine Fachtagung zum Thema „Entwicklungspotenziale des Golf-

tourismus in deutschen Urlaubsregionen“ durchführen. Die Veranstaltung richtet sich an Golfclubs, Golfanlagenbetreiber, Hotelliers und touristische Organisationen, die sich über die Chancen des Golftourismus informieren wollen. Termin der Veranstaltung ist der 11.03.2003, 10 - 12 Uhr, ICC Berlin, Raum 42 a.