

KUNDENPFLEGE AUF DEM GREEN

Golf eignet sich hervorragend zum Aufbau von Netzwerken und Geschäftsbeziehungen. In Business-Golf-Seminaren erwerben Sie das Rüstzeug für erfolgreiche Runden auf dem Platz.

„Nur locker Schwung holen, Kraft ist nicht nötig“, rät Ralph Bellet, der Seminarleiter und Golflehrer des Business-Golf-Anbieters MGT Open in Aschaffenburg. Gar nicht so einfach, den Ball einigermaßen kontrolliert in Richtung Green zu schicken. Mit einem Zischen verabschiedet er sich und landet unsanft in den Bäumen am Rand des „Fairways“, so heißt das Gelände zwischen Abschlag und Grün. Da ist wohl noch etwas Übung notwendig, um Geschäftspartnern zu imponieren.

Golfen ist „in“. Schon etwa 600 Clubs mit rund 350.000 Mitgliedern gibt es hier zu Lande – Tendenz steigend. Was in den USA schon weit verbreitet ist, fasst langsam auch in Deutschland Fuß: das Golfspiel als Beziehungspflege. Dafür gibt es spezielle Kurse, die auf den Sport und das Drumherum vorbereiten. „Business-Golf-Seminare vermitteln, Golf als Kommunikationsplattform zu nutzen und den Kunden im wahrsten Sinne des



Gerry Kierans vermittelt in seinen Seminaren die Grundlagen des Golfens.

INFO

Business-Golf-Seminare gibt es bundesweit. Sie kosten je nach Dauer zwischen 350 und 1.350 Euro. Firmenkurse sind ebenso möglich wie Einzelcoaching. Die Golfausrüstung stellt meistens der Anbieter. Weitere Informationen unter www.mgtopen.com.

BUCHTIPP

Brigitte Neff: „30 Minuten für bessere Geschäftsbeziehungen durch Business-Golf“. Gabal Verlag. 5,90 Euro.



Wortes als Partner zu sehen“, sagt Buchautorin und Golferin Brigitte Neff. Denn auf dem Platz setzt man sich viel intensiver mit den Mitspielern auseinander und verbringt deutlich mehr Zeit zusammen als bei einem normalen Business-Lunch.

Das Geheimnis des Vertrauensaufbaus ist einfach: „Ein 18-Loch-Spiel ist das Abbild des Geschäftslebens“, erklärt Gerry Kierans, der Leiter von MGT Open, „man muss mit Tiefschlägen umgehen, Ausdauer haben, eine Strategie entwickeln und Charakter zeigen.“ Nach etwa fünf Stunden auf dem Platz kann sich der Geschäftspartner ein umfassendes Bild machen. Weitaus wichtiger als perfekte Schläge ist dabei die Golf-

Etikette. Basiswissen in Sachen Golfsprache ist notwendig, damit Sie nicht ins nächste Fettnäpfchen treten. Daher haben Business-Golf-Seminare auch einen umfassenden theoretischen Teil und finden nicht nur auf dem Platz statt. Neben den Grundzügen des Golfspiels lernen die Teilnehmer alles über die richtige Kleiderordnung und Small Talk auf dem Platz. Vorkenntnisse braucht es keine: „Die meisten Teilnehmer meiner Seminare haben vorher noch nie Golf gespielt“, berichtet Gerry Kierans, der bereits mit sieben Jahren das erste Mal den Schläger in der Hand hatte, „aber danach sind alle dabei geblieben.“ Dann landet der Ball auch nicht mehr in den Bäumen, sondern zielsicher im Grün.