



THE LEADING GOLF CLUBS OF GERMANY E.V.

„Wir wollen wachsen, qualitativ und quantitativ“

Bernhard May, Präsident der LGCG, zieht nach vier Jahren Präsidentschaft eine positive Bilanz und spricht über die Ziele für das Jahr 2026

Sie starten ins fünfte Jahr als Präsident der Leading Golf Clubs. Was würden Sie als größten Erfolg des Präsidiums-Teams in den vergangenen Jahren bezeichnen?

Bernhard May: Die positive Dynamik, die in den vergangenen Jahren gerade auch direkt zwischen den einzelnen Mitgliedern entstanden ist, finde ich enorm. Da existieren inzwischen viele positive Netzwerke. Das mitzuerleben ist für das ehrenamtlich tätige Präsidium immer wieder ein Motivations Schub.

2025 startete mit der Trennung von drei Clubs, mit dem Golfresort Sonnenalp und dem GC Hetzenhof kamen zwei neue hinzu: Wie sieht eigentlich das Anforderungsprofil für einen Leading Golf Club aus?

Bernhard May: Grundsätzlich gibt es gewisse qualitative Anforderungen beim Platz, dem Clubhaus, der Gastronomie, im Trainingsbereich und im Service. Im Rahmen von Tests im Vorfeld klären wir das ab, ob der Rahmen passt. Wichtig ist für uns aber vor allem auch, dass wir bei persönlichen Gesprächen den Eindruck bekommen, dass sich eine Golfanlage langfristig positiv entwickeln und sich in die Gemeinschaft einbringen möchte sowie dafür den offenen Austausch in unserem Netzwerk sucht.

In jeder Gemeinschaft gibt es Teilnehmer, die nur Information ziehen wollen, selbst aber keine liefern wollen. Wie lösen Sie dieses Problem?

Bernhard May: Natürlich hatten auch wir diese Fälle in der Vergangenheit. Inzwischen sehen wir aber, dass die allgemeine Bereitschaft zum Best-Practice-Sharing extrem gestiegen ist. Selbst bei kritischen Bereichen, die zum Beispiel Finanzthemen beinhalten, hat sich inzwischen bei der überwiegenden Mehrheit die Erkenntnis durchgesetzt, dass wir eine sehr gute Vergleichsgruppe bieten, was Zielgruppen und Angebot anbelangt. Da überzeugen wir eben einfach mit einem hohen Nutzwert für die einzelne Golfanlage.

Das wirtschaftliche Umfeld im Golfsport ist nicht einfacher geworden. Die Preisspirale nach unten ist ein immerwährendes Thema – auch bei den Leading Golf Clubs?

Bernhard May: Wir sind uns innerhalb der Gemeinschaft einig, dass wir sogenannte Billigangebote nicht promoten möchten. Egal, ob es Turnierserien, Fernmitgliedschaften oder ähnliches ist. Das wird auch immer wieder thematisiert und besprochen. Als Mitglied eines Leading Golf Clubs profitiert der Kunde wochentags von einem reduzierten Greenfee. Das ist ein Benefit. Ansonsten setzen wir lieber auf langfristige Qualitätssteigerung als auf kurzfristige Preissenkungen, um Neumitglieder von unseren Clubs zu überzeugen.

Rund um Weihnachten hat die Saisonplanung 2026 bereits voll begonnen. Mit welcher Zielsetzung starten die Leading Golf Clubs of Germany in das nächste Jahr?

Bernhard May: Definitiv werden wir an einem weiteren qualitativen Wachstum arbeiten, das nach jetzigem Stand aber auch quantitativ sein wird. Ich freue mich sehr, dass namhafte Clubs starkes Interesse an einer Mitgliedschaft bekundet haben bzw. im Frühjahr 2026 in das Bewerbungsverfahren einsteigen werden. Unsere Leading.AI (d.h. ein KI Server) wird aktuell speziell für die Anforderungen



THE LEADING GOLF CLUBS OF GERMANY E.V.

der Leading Golfanlagen entwickelt und steht unseren Mitgliederclubs zeitnah für die Nutzung künstlicher Intelligenz innerhalb ihrer Clubprozesse zur Verfügung. Zusammen mit unserem in den letzten Monaten entwickelten Leading Betriebsvergleich und dem ersten Leading Qualitäts-Summit, der in München stattfinden wird, können sich unsere Mitglieder auf weitere Mehrwerte freuen!