Exklusiv in der Loge

Um es vorwegzunehmen, es handelt sich nicht um einen Geheimbund, Stillschweigen oder sonstige Geheimniskrämereien. Unter „The Loge“ soll es im Grunde um den allseits bekannten abgeschlossenen Sitzraum in der Oper oder im Theater gehen. Den Ort, von dem aus man das Geschehen im Auge und den Überblick behält und – was auch nicht unwichtig ist – wo man bestens gesehen wird. Verwandelt „The Loge“ die Golfszene also in eine Opernwelt, wird Business wirklich noch auf dem Golfplatz gemacht, und was hat das alles mit Community zu tun? Perfect Eagle traf die beiden Gründer Thomas Schnöll und Mag. Gerald Enderle, um der Sache auf den Grund zu gehen.

INTERVIEW VON THOMAS MAY | FOTOS VON MATO JOHANNIK

Was darf man sich unter einem exklusiven Business-Network im Golf vorstellen?

Schnöll: In einem modernen Geschäftsumfeld ist doch die Vernetzung ein entscheidender Faktor für den Erfolg eines jeden Unternehmens. „The Loge“ ist ein Firmennetzwerk, in dem das Thema Golf eine wesentliche Rolle in Bezug auf Kundenakquise, Kundenbindung und die Erweiterung der geschäftlichen Kontakte spielt. Es heißt doch, „auf dem Golfplatz werden die besten Geschäfte gemacht“. Exklusiv deswegen, weil nur Unternehmen, welche durch ihre Geschäftsführer oder Eigentümer vertreten werden, Mitglied werden können.

Der Lifestyle im Namen soll wofür stehen?

Enderle: Der Lifestyle erfolgreicher Selbstständiger spiegelt sich wohl am stärksten darin wider, dass die zeitliche Trennung von Arbeit und Freizeit immer mehr verschwimmt. Frei nach dem Motto „selbst & ständig“ verbinden wir das Nützliche mit dem Angenehmen und verbringen auch einen Mittwochnachmittag mit lieben Geschäftspartnern, Mitarbeitern oder Freunden auf dem Golfplatz, und genauso selbstverständlich sitzen wir am Sonntagvormittag im Büro.

Was unterscheidet Sie von herkömmlichen Golf-Communitys?

Enderle: Bei uns stellen wir das Wohl des gesamten Netzwerks und aller seiner Teilnehmer an die erste Stelle. Unseren Partner-Golfclubs sind eine faire Nutzung, die verlässliche Partnerschaft mit pünktlicher Bezahlung und die erheblichen zusätzlichen Ertragspotenziale (Gastronomie, Pro-Shop, Turnierveranstaltungen, neue Clubmitglieder usw.) wichtig. Unseren Firmen sind die professionelle Abwicklung, die Werbemöglichkeit auf unserer Plattform, „The Loge“-Veranstaltungen, um neue persönliche Kontakte zu knüpfen, und die Möglichkeit, „Freude zu schenken“, besonders wichtig.

Schnöll: Wir legen größten Wert auf den positiven Auftritt all unserer Gäste, einen fairen und wertschätzenden Umgang mit unseren Angeboten und Leistungen und die Weiterentwicklung unseres Projektes zum Wohle aller daran beteiligten Betreiber und Regionen.

Wie sind Sie auf die Business-Community-Idee gekommen?

Schnöll: Wir sind selbst Unternehmer und haben schon immer unsere Leidenschaft für Golf gelebt und diese mit unseren geschäftlichen Aktivitäten verbunden. Waren es anfangs eher Sponsoring, Turnier-

veranstaltungen oder Golfreisen, haben wir schnell festgestellt, dass die Einladung eines Geschäftspartners zum Golfspielen immer eine große Freude bereitet. Basierend auf diesen Erfahrungen, haben wir vor sieben Jahren begonnen, diese Idee im kleinen Kreis mit unseren engsten Freunden zu entwickeln. Ohne es wirklich geplant zu haben, ist unser stetig gewachsenes Angebot auf sehr hohe Nachfrage gestoßen. Ehrlich gesagt hat es die Idee einer Business-Community gar nicht gegeben. „The Loge“ hat sich über die Jahre entwickelt, und wir alle freuen uns, ein Teil davon zu sein.

Allein der Markenname scheint sich ja an sehr exklusiven Vorbildern zu orientieren. Für was und für welche Werte soll „The Loge“ stehen?

Enderle: „The Loge“ leitet sich von der Opernloge ab. Wir sehen diese als den besten Platz im Haus, exklusiv für geladene Gäste und ideal für geschäftliche Gespräche bei gleichzeitig hochwertiger Unterhaltung. Dabei geht es uns nicht um den Transfer von Image, sondern einzig und allein um den Ausdruck von Qualität, Etikette und Gemeinschaft.

Bei unserer Recherche zu den Golf-Communitys ist uns ein solches Modell bisher nicht untergekommen. Kann man sagen, dass Sie mit dieser Form der Business-Community ein neues Terrain betreten haben?

Enderle: In gewisser Weise ist unsere Community durchaus einzigartig. Alle teilnehmenden Personen haben bereits ihre persönlichen Mitgliedschaften bei ordentlichen Golfclubs und sind dennoch bereit, zusätzliches Werbebudget ihrer Firmen in das Thema Golf zu investieren, um ihren bestehenden und zukünftigen Kunden Freude zu schenken. Die von „The Loge“ produzierte Wertschöpfung für die teilnehmenden Golfclubs und deren Regionen ist bereits jetzt als durchaus erheblich zu bezeichnen und wird in der Zukunft noch weiter steigen.

Welche Kriterien muss man erfüllen, um sich Mitglied nennen zu dürfen, und welche Vorteile bietet einem das persönlich, sportlich und geschäftlich?

Schnöll: Lediglich das Unternehmen kann Mitglied werden und damit seinen Mitarbeitern, Angestellten, Kunden, Geschäftsfreunden etc. die Netzwerkleistungen bereitstellen. Das Netzwerk ermöglicht den Aufbau starker Geschäftsbeziehungen und das Kennenlernen von Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Sport, Politik und Medien sowie das Präsentieren des eigenen Unternehmens und raschen Zugang zu werthaltigen Produkten und Dienstleistungen anderer Netzwerkmitglieder.

Mit wem kann man wie oft wo als Mitglied spielen?

Schnöll: Mittlerweile sind wir in fast ganz Österreich vertreten und bieten die Möglichkeit, auf den schönsten Golfplätzen bei den freundlichsten Menschen Golf zu spielen, gut zu essen und wertvolle Zeit zu verbringen. Je nach Verfügbarkeit können unsere Unternehmen mit ca. zwei bis vier Spielern je Woche die Golfplätze besuchen.

Gibt es auch Angebote über Golf hinaus? Was wird konkret beim Thema Lifestyle angeboten?

Schnöll: Natürlich liegt unser Fokus auf dem Thema Golf, und das wird auch noch eine ganze Weile so bleiben. Dennoch bieten wir schon jetzt Netzwerkveranstaltungen, Get-together sund Firmen-präsentationen an.

Enderle: Wir initiieren auch die eine oder andere gemeinsame Reise. Es gibt auch schon Konzepte um die Themen Kunst, Finanzen und Segeln zu integrieren. Das braucht aber noch …

Wenn wir es richtig verstehen, dann ergibt das alles eine klassische Win-win-Situation für Spieler & Firmen und Golfclubs. Wird das von allen so gesehen?

Enderle: Wir sehen das genauso und wissen, dass wir hier eine wirklich großartige Win-win-Situation geschaffen haben. Für alle an diesem Projekt beteiligten Golfclubs, Firmen und anderen Leistungspartner sind die großen und nachhaltigen Nutzen eindeutig nachzuvollziehen.

Schnöll: Golfclubs und Unternehmen, welche nicht Teil von unserem Netzwerk sind, könnten das, aus welchem Grund auch immer, etwas anders sehen. Wir denken, dass es in der Natur der Sache liegt und Innovationen oft zu Beginn kritisch gesehen werden, um später den Standard neu zu definieren. Wir freuen uns, in den kommenden Jahren noch viele weitere Betriebe für eine Zusammenarbeit mit „The Loge“ zu begeistern.

Was sind die weiteren Pläne? Inhaltlich, zeitlich und räumlich?

Schnöll: Wir sind sehr zufrieden, in fast ganz Österreich vertreten zu sein, wollen die noch fehlenden Gebiete möglichst rasch erschließen und ein weiteres Wachstum im DACH-Raum anstreben. Das Ganze jedoch mit der Einschränkung, dass wir „The Loge“ neben unseren unternehmerischen Verpflichtungen betreiben.

Danke für das Gespräch.