

Golfsport im Wandel: Geschäftsmodellinnovation im Bereich «Golf als Freizeitaktivität»

Studiengang: EMBA Innovative Business Creation

Golf – ein traditionsreicher Sport, doch zunehmend von Mitgliederschwund und einer überalternden Zielgruppe betroffen. Während viele junge Menschen flexible und urbane Sportangebote bevorzugen, wird Golf oft als exklusiv, teuer und wenig zugänglich wahrgenommen. Kann der Sport durch innovative Konzepte neu positioniert und für eine jüngere Zielgruppe attraktiv gestaltet werden?

Zielsetzung:

Entwicklung eines innovativen Geschäftsmodells

Diese Masterthesis untersucht die Herausforderungen des Golfsports im Kontext des gesellschaftlichen und demografischen Wandels. Ziel ist die Entwicklung eines Geschäftsmodells, das Golf als modernes, urbanes und niedrighschwelliges Erlebnis neu interpretiert. Das Modell soll wirtschaftlich tragfähig, gesellschaftlich relevant und langfristig skalierbar sein.

Methodik:

Analyse und Konzeptentwicklung

Die Untersuchung basiert auf einer qualitativen Analyse bestehender Herausforderungen und Potenziale des Golfsports. Dazu wurden Interviews mit Golfer:innen und Nicht-Golfer:innen geführt sowie eine vergleichende Analyse anderer Sportarten durchgeführt. Auf Basis dieser Erkenntnisse wurden verschiedene Varianten eines Geschäftsmodells konzipiert. Dabei standen insbesondere Aspekte wie Zugänglichkeit, Erlebnisorientierung, soziale Interaktion und digitale Vernetzung im Fokus. Die erarbeiteten Konzepte wurden nach Kriterien wie Wertschöpfung, Umsetzbarkeit und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit bewertet. Basierend auf diesen Ergebnissen wurde ein innovatives Geschäftsmodell entwickelt, das niedrighschwellige Event-Formate, eine starke Markenidentität und eine digital gestützte Community-Strategie kombiniert.

Ergebnisse:

Neue Ansätze zur Attraktivitätssteigerung

Die Ergebnisse der Arbeit zeigen, dass die langfristige Relevanz des Golfsports wesentlich von seiner Fähigkeit abhängt, sich an veränderte gesellschaftliche Bedürfnisse anzupassen. Niedrigere Einstiegshürden, eine stärkere Integration in den urbanen Raum sowie eine erlebnisorientierte und gemeinschaftsbildende Ausrichtung können massgeblich zur Attraktivitätssteigerung beitragen. Darüber hinaus sind digitale und markenstrategische Massnahmen essenziell, um eine nachhaltige Identifikation mit dem Sport zu

fördern. Das entwickelte Konzept schafft neue Wertangebote, die Golf als vielseitiges, flexibles und sozial vernetztes Freizeitangebot positionieren.

Fazit und Ausblick:

Zukunftsperspektiven für den Golfsport

Die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, dass eine Transformation des Golfsports durch gezielte Neupositionierung und innovative Konzepte möglich ist. Die Verbindung von Erlebnisorientierung, digitaler Vernetzung und einer starken Markenstrategie eröffnet neue Wachstumspotenziale und leistet einen Beitrag zur nachhaltigen Zukunftsfähigkeit des Sports.

Die nächsten Schritte umfassen die Erprobung des Modells in Pilotprojekten, um die Marktfähigkeit zu validieren und die Skalierung vorzubereiten. Damit liefert diese Arbeit nicht nur theoretische Impulse, sondern auch konkrete Handlungsempfehlungen für eine zukunftsorientierte Entwicklung des Golfsports.



Flavio Haldi
flavio.haldi@gmail.com