

Thomas Ritsch «General- unternehmer» in Sachen Golf

Im Golf-Umfeld buhlen nicht nur Grosskonzerne und Proshop-Ketten um die Gunst der Kundschaft. Innovative Kleinunternehmer entdecken Nischen, die sie mit viel Enthusiasmus bearbeiten. Thomas Ritsch ist mit seiner Firma Evenpar einer davon. Karin Ulli

Thomas Ritsch ist Manager, Backoffice-Mitarbeiter, Vertriebsangestellter und Verkäufer in Generalunion. Seine Kunden treffen ihn an Demoday auf der Driving Range, mit dem Musterkoffer im Pro Shop, am Handy beziehungsweise per E-Mail, eher selten im Büro in Aathal-Seegraben.

Ritsch ist in seiner 2002 gegründeten Firma Evenpar GmbH omnipräsent. Denn noch ist er der einzige vollamtliche Mitarbeiter seiner Firma. Unterstützt wird er von seiner Ehefrau Ilona Ritsch, seinem Geschäftspartner Armin Luginbühl und dessen Gattin sowie einem Programmierer und einer Aushilfe, die zeitweise für Evenpar tätig sind. Ein Angestellter im klassischen Sinn käme für den umtriebigen Zürcher nicht in Frage. «Ich bin monatlich zwischen 80 und 100 Stunden für die Firma unterwegs», sagt er. Jemand, der für Evenpar tätig sein wollte, müsste bereit sein, sehr viel zu investieren.

Zu Evenpar kam Thomas Ritsch über die verschlungenen Pfade des Schicksals. Unzufrieden in seinem damaligen Beruf im Consulting von Finanzdienstleistern, suchte er nach einer neuen Herausforderung. Im Sommer 2002 nahm der gelernte Maschinenzeichner das wohl wichtigste Projekt seines Lebens in Angriff. Er, der Dutzende von Projekten in unterschiedlichen Branchen geleitet oder daran mitgearbeitet hatte, kehrte seiner damaligen Arbeitgeberin den Rücken, ohne seinen weiteren Weg zu kennen. Zufällig habe er in jenem Jahr Armin Luginbühl, den Inhaber der Domain www.golfball.ch, kennen gelernt, erinnert sich Thomas Ritsch. Noch fehlten Luginbühl konkrete Vorstellungen über den Inhalt der Website und eine Geschäftsidee. Thomas Ritsch stieg ein. Aus Interesse an der Idee habe er einen Businessplan erstellt und rasch gemerkt, dass die Firma allein mit dem



Verkauf von Golfbällen keine Chance haben würde, je auf einen grünen Zweig zu kommen. «Die Margen bei Golfbällen sind katastrophal», bemerkt Thomas Ritsch. Es wurden weitere Geschäftsbereiche definiert, die unter dem gemeinsamen Dach der Evenpar GmbH angeboten werden sollten. Die Firmeninhaber entschieden sich für das Management von Golf-Events sowie die Nachwuchsförderung.

Tees für Europa

Die junge Firma startete. Golfball.ch wurde bald bekannter, die Umsätze wuchsen, blieben jedoch immer noch «Peanuts», wie Ritsch sagt. Ein rentableres Standbein musste her. Auf dieses glaubten die beiden bei einem Besuch der Golf Europe in München im Herbst 2002 gestossen zu sein. «Wir schlenderten durch die Messe und liefen zufällig an den Stand der Golf Pro Group. Die farbigen Tees in allen For-

Liebe zum Detail:

Thomas Ritsch kümmert sich in einem Pro Shop persönlich um die **Präsentation seines Angebots.**

Dem Jungunternehmer stellen sich Herausforderungen wie der Aufbau einer europäischen Vertriebsstruktur.

men, die da angeboten wurden, haben uns sofort begeistert», erinnert sich Thomas Ritsch. Die Begeisterung war so gross, dass die junge Firma die Schweizer Vertretung der internationalen Firma übernahm. Doch die Tees stiessen auf wenig Resonanz bei der Schweizer Kundschaft. Anstatt zu resignieren, suchte Ritsch Unterstützung bei der Herstellerfirma in Manila. Mit einem neuen Produkt und einem Vertrag für die Europavertretung der Golf Pro Group flog er wieder nach Hause. Das stellte den Jungunternehmer erneut vor grosse Herausforderungen, wie den Aufbau einer europäischen Vertriebsstruktur oder das Knüpfen internationaler Kontakte.

Oberstes Firmenprinzip ist für den 37-Jährigen die ganzheitliche Sicht auf die Bedürfnisse des Kunden. Diese Philosophie zieht sich wie ein roter Fa-

den durch das gesamte Angebot von Evenpar. So sind Thomas Ritschs Golf-Events nicht einfach Golfturniere ab der Stange, sondern in die Firmenkultur des Veranstalters eingebunden. Die Nachwuchsförderung nach dem Evenpar-Konzept geschieht ganzheitlich, das heisst, den 88 trainierenden Jugendlichen und Kindern in den Klubs von Unterengstringen und Obere Alp steht neben den Pros auch eine Ernährungsberaterin zur Seite. Und schliesslich hat der Chef jeden Golfball, der auf seiner Website beschrieben ist, auch selber gespielt.

Golf macht Schule

Zum Golfspielen komme er nur noch selten, gibt er zu. Trotzdem spiele er sein Handicap 12 noch regelmässig. Einen festen Golftermin pro Woche lässt sich Thomas Ritsch nicht mehr nehmen. Je-

den Donnerstag von 15.45 bis 17.15 Uhr bringt er im Rahmen von «golf@school» den Primarschülern von Geroldswil den Golfsport näher. Dafür hat er die Ausbildung als Juniorenbetreuer bei der ASG absolviert und zusammen mit dem Golfpro Beat Grossmann ein eigenes Konzept erarbeitet. Und mit seinem Blick für das Ganze denkt Thomas Ritsch bereits an eine Golf-Klassenmeisterschaft, die unter allen Zürcher Schulen ausgetragen würde.



80 bis 100 Stunden monatlich für die Firma unterwegs:

Tom Ritschs Büro begleitet den Unternehmer auf seinen Reisen.

