

CERTIFIED CLUB MANAGER

Ich arbeite im Fluch und Segen zugleich

Im Interview: Gary Oortwyn, Clubmanager GC Rickenbach, Certified Club Manager 3 (2023)



Gary Oortwyn zwischen Korbinian Kofler, CCM 1 (2023), und Stefan Kirstein, CCM 2 (2023), bei der CCM-Urkundenübergabe am 19. November 2023 im Dorint Kongresshotel Mannheim. (Foto: GMVD)

Auf einer Höhe von etwa 700 Metern erwartet die Golfspieler eine Oase der Ruhe und Erholung in der reizvollen Landschaft des Südschwarzwalds. Hier liegt der Arbeitsplatz von Gary Oortwyn, Clubmanager im Golfclub Rickenbach. Der im Jahr 1979 gegründete und als gemeinnützig anerkannte Club, verfügt über eine der traditionsreichsten und attraktivsten

Golfanlagen in der Dreiländer-Region Deutschland-Schweiz-Frankreich. Der 9-Löcher-Platz wurde 1995 auf 18 Löcher erweitert. Der gepflegte, knapp 80 Hektar große Golfplatz wird durch ein modernes Clubhaus und eine großzügig gestaltete Driving-Range ergänzt. Die Höhenunterschiede erfordern etwas Kondition, entschädigen jedoch durch fantastische Ausblicke auf die Jura-Berge und das Panorama der Schweizer Alpen mit Eiger, Jungfrau und Mönch.

? Lieber Gary, wie bist Du zum Golf-sport bzw. zum Golfmanagement gekommen?

! In Kanada geboren, konnte ich das Golfspielen spielerisch auf Public Courses lernen. Bedingt durch den Umzug meiner Eltern von Kanada nach Osnabrück, bin ich ab dem 12. Lebensjahr in Niedersachsen aufgewachsen. Seit dem 21. Lebensjahr war ich Turn- und Sportlehrer beim Deutschen Turner-Bund in Frankfurt am Main tätig. Die Tribünentreppen im alten Waldstadion kenne ich zu Trainingszwecken aus dieser Zeit in- und auswendig (lacht). Nach den Jahren in Frankfurt ging es der Liebe wegen

nach Freiburg. Nach der Ausbildung zum Versicherungskaufmann IHK im Angestelltenverhältnis habe ich meine erste Frau geheiratet und unsere beiden Kinder wurden geboren. Insgesamt 15 Jahre haben wir gemeinsam ein Sportstudio betrieben. Mit dem Älterwerden der Kinder kam meine alte Leidenschaft zum Golfspielen wieder zurück. Im Sommer 2012 bin ich eines Tages spontan als normales Mitglied des Europa-Park Golfclubs Breisgau zu Klaus Pfannkuch, der seinerzeit Clubmanager im GC Tuniberg war, ins Büro gegangen und habe ihn gefragt, „wie wird man eigentlich ein Golfclubmanager?“

? Was hat Klaus auf die Frage geantwortet?

! Klaus gab mir freundlicherweise einige Tipps für Quereinsteiger mit Affinität zum Golfsport, die mich in meiner Entscheidung, ins Golfmanagement einzusteigen, bestärkten. Unter anderem empfahl er mir, mich ehrenamtlich in meinem Heimatclub zu engagieren sowie parallel eine Weiterbildung beim IST-Studieninstitut zum Golfbetriebsmanager zu beginnen. Beide Ratschläge habe ich befolgt und war von da an im Europa-Park GC Breisgau. Parallel habe ich den Golfbetriebsmanager (IST) im Fernstudium abgeschlossen. Mit diesen beiden Referenzen wurde ich 2014 als Clubmanager im GC Ortenau angestellt. In den nachfolgenden Jahren habe ich in Baden-Württemberg und Hessen bei drei weiteren Clubs wertvolle Erfahrungen sammeln können. Zusätzlich habe ich noch den PGA-Assistenten erworben und hoffe, zeitnah den Status Fully Qualified PGA Professional zu erreichen. Seit Oktober 2021 bin ich im GC Rickenbach im Dreiländer-Eck Deutschland, Schweiz und Frankreich entlang des Rheins im Südschwarzwald als Manager beschäftigt. Hier fühle ich mich beruflich und privat angekommen.



? Welche Tätigkeitsschwerpunkte bestimmen Deinen Arbeitsalltag, welche Fähigkeiten zeichnen Dich besonders aus?

! Genau genommen sind es zu viele Tätigkeiten, die gleichzeitig anfallen. Typisch für den Beruf des Golfclubmanagers (lacht). Man sagt mir nach, dass ich über hohe Empathie verfüge und Menschen für den Golf-sport begeistern kann.

? Siehst Du Dich in Deiner Funktion als Clubmanager steigenden Anforderungen ausgesetzt? Falls ja, wie gehst Du damit um?

! Passend zur Headline auf jeden Fall. Priorität hat bei mir die Zusammenarbeit und Abstimmung mit dem ehrenamtlich tätigen Vorstand. Ich kann behaupten, dass wir aufgrund der gleichen Interessen in einer Gruppe von sonst sehr unterschiedlichen Menschen stets einen gemeinsamen Nenner finden. Das Mindset, das ich im GCR bei den verantwortlich handelnden Personen kennengelernt habe, stimmt. Eine meiner wesentlichen Aufgaben ist die Einhaltung und Überwachung der wirtschaftlich ausgearbeiteten Kennzahlen und nach Möglichkeit jährliche Umsatzsteigerungen in allen Abteilungen. Zu den Optimierungen der Prozesse im Sekretariat gehört die weitere Digitalisierung, das u.a. zu papierlosem Arbeiten führen soll. Die internen



Platzbilder: GC Rickenbach

Prozesse werden verschlankt, um das Arbeiten in der Hauptsaison effektiver zu gestalten. Beim Platz haben wir 2023 „Golf&Natur“ in Gold erreicht, worauf wir stolz sind. Nichtsdestotrotz bringt das DGV-Umwelt- und Qualitätsprogramm für alle Mitarbeitenden Tag für Tag zusätzliche Arbeiten mit sich. Das nachhaltige Betreiben der Golfanlage Rickenbach ist uns allen ein hohes Gut. Bewässern mit genehmigter Flusswasserentnahme, eigener Honig, eigenes Holz zum Verkauf etc.

? Du bist sowohl Clubmanager als auch Golfprofessional im GCR. Fluch oder Segen?

! Mit meiner Doppelausbildung Clubmanager und Professional bin ich dichter am Geschehen. D.h., ich arbeite sowohl im Büro als auch auf der Golfanlage bzw. Driving-Range, was

mir noch mehr Nähe zu den Bestands- als auch Neumitgliedern ermöglicht. Auch bei der Mitgliedergewinnung und -bindung sehe ich bei dieser Konstellation Vorteile durch den intensiveren, persönlichen Kontakt – also in Summe eindeutig ein Segen!

? Was zeichnet Eure Mitgliedergewinnung aus?

! Wir haben im GCR eine Art Bausteinprinzip mit dem Motto „Testen Sie unseren Club“ eingeführt. Einstiegen ermöglichen wir zu fairen Konditionen eine Probe-/Übergangsmitgliedschaft, bei der sich Golferinnen und Golfer bis zu zwei Jahre Zeit lassen können, unseren Club kennenzulernen. Danach kommt die ordentliche Mitgliedschaft mit dem Wahl- und Spielrecht. Generell zeichnet uns eine umfassende Betreuung und ein intaktes Clubleben in angenehmer, entspannter Atmosphäre aus. Die Förderung der Jugend und des Mannschaftssports haben bei uns ebenfalls einen hohen Stellenwert.

? Und wie wird die Integration und Bindung der Mitglieder umgesetzt?

! Als erfahrener Vertriebler ist mir bewusst, dass jede Kündigung eines Mitgliedes ein Vierfaches an zusätzlichem Aufwand und Bemühungen bedeutet, es zu ersetzen. Vor diesem Hintergrund haben wir einen Mitgliederausschuss gegründet und ausgewählte Paten ausgewählt, die unsere „Jung-Golfer“ begleiten und versuchen, diese im Club frühzeitig zu





Dr. Gunther Hardt, Roland Supper (Präsident), Markus Kohlbrenner (Head-Greenkeeper) und Gary Oortwyn (v.r.n.l.)
(Foto: GC Rickenbach)

integrieren. Des Weiteren führen wir Einsteigerturniere durch, begleitete Runden und jeden ersten und dritten Donnerstag im Monat den beliebten „Jung-Golfer“-Stammtisch, an dem die ersten drei Jahre der Mitgliedschaft teilgenommen werden darf.

? Welche speziellen Gegebenheiten sind charakteristisch für die Position und Lage des GC Rickenbach im Dreiländereck D, CH und F? Wie hat sich der Club darauf eingestellt,

denn der Wettbewerb unter den hier ansässigen Golfclubs/-anlagen ist sicherlich groß?

! Im Dreiländereck ist der Wettbewerb unter den Clubs nicht das größte Problem. Es sind eher die Schnäppchenjäger, die Golfclub-Hopper, der Massenhandel mit den Fernmitgliedschaften und letztendlich das nachlassende Vereinsgefühl bei den Mitgliedern. Die Schweizer Mitgliedschaftsformen sind anders aufgebaut als die hiesigen. Größtenteils werden dort sehr hohe Aufnahme- und Jahresgebühren erhoben, die bei uns nicht anfallen. Aus diesem Grund stammen mittlerweile ca. 50 Prozent der Mitglieder aus der Schweiz, die größtenteils aus dem Kanton Aargau kommen. Die grenznahe Lage und die günstigen Konditionen für die Freizeitgolfer aller Altersklassen als auch sportlich Ambitionierten zeichnet uns aus. Alle Angebote werden regelmäßig und tagesaktuell über die neuen Medien kommuniziert, um noch mehr Reichweite, Aufmerksamkeit und Präsenz zu erreichen. Am Ende sind aber unsere Mitglieder die besten Werbeträger. Sprechen sie positiv in ihrem Bekannten- und Freundeskreis, ist das für uns die beste Empfehlung. Sie sind die wahren Botschafter unseres Clubs! Wir versuchen alle Golfer vom ersten Moment an willkommen zu heißen – ganz nach dem Motto: Sie kommen als Gast und gehen als Freund!

? Wie familienverträglich ist Dein Beruf? Ist die häufig zitierte „Work-Life-Balance“ bei Dir im Gleichgewicht und wenn ja, verrate uns Deine Mechanismen.

! Wer wie ich im „Fluch und Segen“ lebt und arbeitet, wer sein Hobby zum Beruf gemacht hat, für den ist die häufig zitierte „Work-Life-Balance“ eine nichtzutreffende Beschreibung. „Work“ ist bei mir ein großer, schöner Teil meines Lebens! Dennoch möchte ich an dieser Stelle gerne ein großes Dankeschön an meine Lebensgefährtin für ihr Verständnis zum Ausdruck bringen. Das ist nicht selbstverständlich!

? Gibt es aus Deinen bisher gemachten Erfahrungen ein Spannungsfeld zwischen Ehren- und Hauptamt?

! Die ehrenamtliche Tätigkeit der Vorstände auf Zeit gestaltet sich oftmals für die Kontinuität der Vereinsstruktur als schwierig. Kaum ist ein Ziel erreicht und etwas Neues umgesetzt, kann dies schnell wieder ein jähes Ende finden, da der neu gewählte Vorstand ein anderes Ziel verfolgt.

? Nichtsdestotrotz wird der Wettbewerb härter und die Rahmenbedingungen nicht zuletzt durch die Kostensteigerungen, Klimakrise und andere Faktoren schwieriger. Wie entgegnet Ihr diesen Entwicklungen?



Die Herrenmannschaft, die in der DGL-LGV-Gruppenliga gespielt hat. Beim BWGV-Aufstiegsspiel haben nur wenige Schläge zum Aufstieg gefehlt.
(Foto: GC Rickenbach)

! Da spreche ich tatsächlich von großem Glück, da die Arbeit mit unserem Vorstand fantastisch funktioniert. Die Vorstellungen sind realistisch, positiv und zeitgemäß. Alle wissen, wovon sie sprechen und unterstützen auch bei der Suche von langfristigen Sponsoren, die seit geraumer Zeit aus der Region kommen und die unsere Ertragssituation auf solide Säulen für die Zukunft stellen.

? **Setzt Ihr auf die Kinder- und Jugendförderung? Falls ja, was sind Eure Motive?**

! Absolut ja. Auch wir möchten unsere Altersstruktur verjüngen und junges Publikum für unseren Club gewinnen. Das wird die Zukunft sein und nur ein sinkender Altersdurchschnitt kann helfen, den heutigen Herausforderungen auf Dauer gerecht zu werden. Daher muss unser Fokus auf die Kinder- und Jugendförderung liegen. Ohne Kinder, die auch den Spaß an diesem Sport haben, werden die Mitglieder aufgrund der Altersstruktur aussterben und die Clubs können sich nicht finanzieren. Wir brauchen Familien mit ihren Kindern, die den Golfsport als Familiensport gemeinsam aber auch unter ihresgleichen betreiben. Dazu gehören attraktive Angebote im Trainingsbereich für die jüngsten, so dass die gesamte Familie gerne zu uns auf die Anlage kommt. Dabei ist auch die Motivation für das Ehrenamt ein wichtiger Punkt. Sich gemeinsam für etwas engagieren und dabei Vorbild für die nächste Generation zu sein, kann sehr befriedigend sein! Dazu brauchen wir auch Nachwuchs, damit Esther Henseleit nicht eine Ausnahme bei den Olympischen Spielen 2024 in Paris bleibt.

? **Orientiert Ihr Euch bei der Kinder- und Jugendarbeit an einem Handlungsrahmen, der den Golfprofessionals eine Leitlinie für ein sinnvolles Vorgehen mit den Spielern geben kann?**

! Ja, im Jugendtraining, bei den Golfinteressierten (Schnupper-Platzreifekursen), aber auch bei den Golfern in allen Altersklassen, werden die Kriterien des 10-Punkte-Plans gemäß

dem PGA-Lehrplan täglich begleitend angewandt. Damit wird ein einheitliches, modernes Golfspielen vermittelt, um die Aufgaben auf der Golfrunde lösen zu können.

? **Welche weiteren Projekte stehen in der nahen Zukunft für den GCR an?**

! Das Image des GCR und somit der Bekanntheitsgrad „Golfclub Rickenbach – die mit dem besonderen Golf-Holz-Schlag“ soll in allen Bereichen gesteigert werden. Golf-Holz-Schlag, weil wir hier im Hotzenwald sind. Die Präsenz auf der Festo in Zürich Anfang nächsten Jahres ist eines der nächsten Projekte. Das Thema „Biodiversität“ auf dem Platz mit der Universität Freiburg als Projektbegleiter und Unterstützer, als einer von vier Clubs in BW, ist aktuell mit den 2025 zu erwartenden Ergebnissen das mit spannendste Projekt.

? **Du bist seit 2014 Mitglied im GMVD und wurdest 2015 erstmalig zum CCM graduiert. Was hat Dich dazu bewogen, beim GMVD-Graduierungssystem einzusteigen?**

! Als anfänglich unerfahrener Clubmanager wollte ich einen Leitfaden, „meine Gebrauchsanleitung“ haben, um mich und den Golfclub mit den aktuellen, wichtigen Themen zu beschäftigen. Es sollte eine zeitgemäße, strukturierte Vorgehensweise gewährleistet sein. In der täglichen Arbeit mit den Zertifizierungsstufen wollte ich immer wieder Motivation und Bestätigung für mich und auch im Interesse des Golfclubs erlangen. Gleichzeitig sollte mit der wachsenden Akzeptanz der Zertifizierung „unser CM-Stellenwert“ allgemein und in der Golfbranche im Speziellen weiter verbreitet werden. Ganz nach dem Motto: „Tue Gutes und rede darüber“.

? **Um all den aktuellen und zukünftigen Aufgaben gerecht zu werden, habt ihr mit Anna Poppe personell früh reagiert. Was waren Eure Beweggründe?**

! Sie ist ein Segen für den GCR. Wir möchten unseren Club bei der Viel-

falt der Aufgaben gut für die Zukunft aufstellen und fördern. Anna Poppe nach besten Kräften. Wir haben sie bereits als neue Mitarbeiterin frühzeitig beim GMVD als Mitglied angemeldet und darüber hinaus ist sie bereits beim IST-Studieninstitut bei der Weiterbildung zur Golfbetriebsmanagerin eingestiegen. Wir gehen davon aus, dass sie im Herbst im Rahmen des Golfkongresses den CCM cand. zum Einstieg in das GMVD-Graduierungssystem erhält.

? **Welche Herausforderungen siehst Du in naher Zukunft auf die Golfbranche in Deutschland zukommen, gerne Mehrfachnennungen?**

! Ich finde es sehr wichtig, dass die Mitglieder sich positiv mit ihrem Heimatclub identifizieren, diesen als ein Stück zu Hause sehen und auch bereit sind, gerne zu unterstützen und zu helfen, in welcher Form auch immer. Da gibt es so viele Möglichkeiten und Wege. Auch die Preispolitik bereitet mir zunehmend Sorgen. Hier werden Fernmitgliedschaften regelrecht „verramscht“ und auch Mitgliedschaftsmodelle nicht strategisch für den langfristigen Erhalt eines qualitativ hochwertigen Golfplatzes mit einer Infrastruktur, die von den Mitgliedern gefordert wird, durchdacht.

? **Hast Du Ideen und Vorschläge, wie man diesen Aufgaben begegnen kann?**

! Die GMVD-Verbandsarbeit mit regelmäßigem Austausch unter den Kolleginnen und Kollegen ist hier sicherlich sehr förderlich. Nur gemeinsam können wir uns Ziele setzen und Ideen realisieren. Dabei ist eine einheitliche Preisstruktur von großer Wichtigkeit. Die Digitalisierung macht auch vor unserer Branche keinen Halt und sollte gemeinsam im Kollegenkreis in den einzelnen Clubs vorangetrieben werden.

Ich danke für das informative Gespräch, lieber Gary.

Andreas Dorsch,
GMVD-Geschäftsführer

KI-TOOLS



Künstliche Intelligenz (KI) ist bereits oder wird in absehbarer Zeit in alle Lebensbereiche vordringen und den Alltag sowie die Arbeitswelt grundlegend verändern. Die Einsatzmöglichkeiten sind nahezu unbegrenzt. Ganz sicher wird sie auch Golfanlagen verändern. Dabei geht es weniger darum, ob dies geschieht, sondern vielmehr darum, wie schnell und in welchem Umfang.

Dies sollte nicht als Gefahr gesehen, sondern vielmehr als Chance verstanden werden. Die Einführung dieser Technologie bietet enorme Vorteile und Mehrwerte. Herausforderungen, vor denen der Golfmarkt steht, können von KI unterstützt und erleichtert werden.

Zusammen mit dem KI-Experten Fred Hoffmann haben wir im FachMagazin *golfmanager* eine Reihe initiiert, in der konkrete Anwendungsfälle für Golfanlagen vorgestellt werden.

Lassen Sie sich inspirieren und seien Sie gespannt auf praxisnahe Einblicke und innovative Lösungen, die auch Ihre Golfanlage fit für die KI-Zukunft machen!

ANWENDUNGSFÄLLE DER KI FÜR GOLFANLAGEN

KI-Tools im Praxis-Einsatz

Im letzten *golfmanager* haben wir die theoretischen Grundlagen der Künstlichen Intelligenz (KI) behandelt. In diesem Artikel zeigen wir Ihnen, wie Generative-KI auf Golfanlagen konkret in der Praxis eingesetzt werden kann. Anhand von Beispielen aus den KI-Bereichen Video, Text, Bild und Audio erläutern wir spezifische Golf-Anwendungsfälle, deren Ziele und die eingesetzten KI-Tools. Außerdem vergleichen wir die Effizienz der Gen-

KI mit herkömmlichen Methoden und bewerten die Ergebnisse. Lassen Sie sich inspirieren und entdecken Sie spannende Möglichkeiten der KI.

KI-Textgenerator

KI-Tool: LLM „Gemini“

Zielgruppe: Greenfee-Gast

Motiv: Kundenbindung und positive Rezensionen

Umsetzung: E-Mail-Sequenz

Starten wir mit einem Beispiel, wie Golfclubs mit einem Large Language Model (LLM) ihre Kommunikation effizienter gestalten können. Stellen Sie sich vor, ein Golfer aus einem anderen Club meldet sich telefonisch oder per E-Mail für eine Greenfee-Runde bei

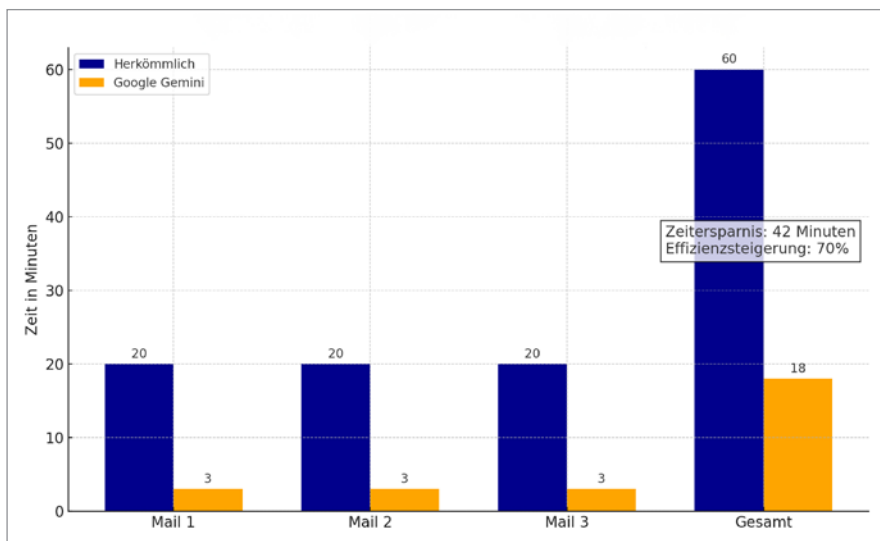
Ihnen an. Ein zuvor definierter Prozess startet daraufhin eine automatisierte E-Mail-Sequenz von insgesamt drei Nachrichten. In diesem Beispiel nutzen wir das LLM „Google Gemini“, um diese E-Mails zu erstellen. Der entscheidende Punkt ist der Einsatz von Prompts, mit denen ein geübter KI-Nutzer in maximal drei Minuten inklusive Outputs die gewünschten E-Mails generieren kann. Bedenkt man, wie viel Zeit es kostet, eine sorgfältig formulierte E-Mail manuell zu schreiben, ist es realistisch anzunehmen, dass dies pro E-Mail etwa 20 Minuten in Anspruch nimmt.

EU AI-Act Kennzeichnungspflicht

Dieser Text wurde mithilfe eines Künstlichen Intelligenz-Tools erstellt und enthält KI-generierte Bilder durch DALL-E.



Weitere Beiträge der KI-Reihe mit Autor
Fred Hoffmann unter gm-gk-online.de



Grafik 1: Zeitaufwand für E-Mails (Herkömmlich vs. Google Gemini)

Die Prompts sollten folgende Informationen beinhalten:

Erste Mail: Eine Bestätigungs-Mail mit Anfahrtsbeschreibung, Öffnungszeiten des Restaurants, E-Cart-Buchungsmöglichkeiten etc.

Zweite Mail: Am Abend nach der Runde wird eine E-Mail versandt, die nachfragt, ob der Spieler zufrieden war, und man bittet darum, ob der Greenfee-Gast bereit wäre, eine Rezension auf Google oder der Club-Homepage zu schreiben.

Dritte Mail: Zirka fünf Tage nach dem Spiel erreicht den Greenfee-Gast eine E-Mail mit einem besonderen Angebot, z.B. eine Einladung zu einem Golfturnier, einem speziellen Greenfee-Rabatt oder Sonderverkäufe des Pro-Shops.

Grafik 1 verdeutlicht den Zeitgewinn durch den Einsatz von einem LLM, wie Google Gemini, im Vergleich zur herkömmlichen Methode.

Es wird deutlich, wie enorm die Effizienz und der Zeitgewinn durch den Einsatz von KI ist. Selbst wenn man die herkömmliche Zeit für das Schreiben einer E-Mail auf 12 Minuten reduziert, bleibt die KI immer schneller. Qualität objektiv zu bewerten ist schwierig. Wahrscheinlich ist es aber, dass Clubsekretärinnen oder Clubmanager, die nicht wie z.B. Journalisten im Schreiben ausgebildet sind, oft nicht die gleiche Konsistenz und Professionalität in ihren E-Mail-Newslettern erreichen wie ein KI-Textgenerator. Also geht auch dieser Punkt an die Künstliche Intelligenz. Dieser Use-Case birgt aber noch weitere Benefits für den Golfclub, die

nicht unerwähnt bleiben sollten, s. Tabelle 1.

KI-Voice

Auf der Suche nach echter Innovation? Dann schauen Sie sich den zweiten Anwendungsfall an. Ausgangspunkt ist, dass Sie gerade Ihren Club-Newsletter erstellt haben (idealerweise mit einer KI). Dieser wird nun traditionell per E-Mail versendet. Unabhängig davon, ob das zeitgemäß ist, stellt sich die viel entscheidendere Frage, ob der E-Mail-Newsletter auch tatsächlich alle Mitglieder erreicht. Durch vielfältige Online-Marketing-Analysen ist bekannt, dass durchschnittliche Öffnungsraten bei E-Mail-Newslettern von Unternehmen unter 25 % liegen, während die besten Newsletter etwa 50 % erreichen. Selbst bei einer optimistischen Annahme von 70 %



Fred Hoffmann

KI-Experte für den Golfsport
www.golfnxt.de

Ein Autorenporträt und Kontaktdaten finden Sie unter gm-gk-online.de/gm-autoren

Vorteil	Beschreibung
Zeitersparnis	Effizienzsteigerung durch automatisierte E-Mails
Kundenbindung	Personalisierte Kommunikation und dadurch gesteigerte Zufriedenheit beim Greenfee-Gast
Erhöhung der Bewertungen	Mehr positive Online-Bewertungen
Umsatzsteigerung	Wiederkehrende Gäste und Cross-Selling-Möglichkeiten
Datenanalyse	Auswertung von Feedback und Nutzerverhalten
Professioneller Service	Standardisierte und schnelle Kundeninformation

Tab. 1: Vorteile automatisierter E-Mail-Sequenzen