

GEMEINSAM ZUM WOHL DES GOLFSPORTS

Die drei «Big Players» im Schweizer Golfmarkt heissen ASG, ASGI und Migros. Bei der Diskussionsrunde zwischen deren Spitzenvertretern gab es vor allem in einem Punkt Einigkeit: Für das Image des Golfsports muss noch viel getan werden.

Text: Mirjam Fassold

Fotos: Kurt Reichenbach

Die ASG (Association Suisse de Golf) ist seit 110 Jahren der Dachverband aller Golfklubs in der Schweiz. All jenen, die keinem Klub im herkömmlichen Sinn beitreten, aber trotzdem Golf spielen wollen, bietet seit 14 Jahren die ASGI (Association Suisse des Golfers Indépendants) eine Heimat. Und schliesslich führt auch der Detailhandels-Riese Migros seit 1995 Golf in seinem Freizeit-Angebot. Mit Christian Bohn (ASG), Pascal Germanier (ASGI) und Claude Hauser (Migros) trafen sich die führenden Köpfe dieser drei Golfanbieter im Golf Emmental zur Diskussionsrunde über den derzeitigen Stand und die Zukunft des Golfsports in der Schweiz. Am Round-Table-Gespräch nahm aufseiten der ASG auch Vorstandsmitglied Raphael Weibel teil. Er präsidiert in der ASG die Kommission Kommunikation. Als Präsident von Golf Emmental war er der Gastgeber des Gesprächs.

Sprechen wir zum Einstieg über das Image des Golfsports in der Schweiz.

Raphael Weibel: Golf ist jünger geworden,

STRATEGEN Pascal Germanier von der ASGI, Christian Bohn von der ASG und Claude Hauser von der Migros (v. l.) packen Ideen aus, wie Golf in der Schweiz gefördert werden kann.

The Best of European Ladies' Golf



Champion 2011, Diana Luna (ITA)

Deutsche Bank Ladies' Swiss Open
11 to 17 June, 2012
Ascona-Locarno | Golf Gerre Losone
www.dblso.ch | Tickets +41 (0) 41 799 86 66

Passion to Perform



«ELEFANTEN-RUNDE»
Im Golf Emmental diskutieren Pascal Germanier, ASGI, Claude Hauser, Migros, sowie Christian Bohn und Raphael Weibel, beide ASGI, (v. r.) über die Zukunft des Golfsports in der Schweiz.

dynamischer, sportlicher, breiter aufgestellt. Nicht mehr das altbacken Elitäre, das Nichtgolfer dem Golfsport noch vor 20 Jahren zugeschrieben haben.

Pascal Germanier: In den letzten 15 Jahren hat sich die Anzahl Golfer in der Schweiz verdoppelt, das Image aber hat sich nicht gross verändert. Die alten Klischees halten sich gut – Golf wird immer noch nicht als Sport wahrgenommen, sondern vielmehr als eine Versammlung von privilegierten Geschäftsleuten und reichen Lebemännern. Dabei betreiben heute 90 Prozent der Neueinsteiger diese Sportart aus sportlichen, sozialen und gesundheitlichen Gründen. Weil aber die Berichterstattung über Golf oft in den Gesellschaftsspalten stattfindet, halten sich die Vorurteile gegenüber dieser wertvollen Freizeitaktivität, welche das Lebensgefühl und Älterwerden nachhaltig verändern kann. Zu viele Menschen in der Schweiz wissen noch immer nichts über den Golfsport, sie haben keine Idee, was auf einem Golfplatz passiert. Es ist deshalb an der Zeit, etwas zu unternehmen, um das Image des Golfsports zu verändern. Wir müssen der Bevölkerung besser erklären und zeigen, was Golf wirklich ist.

Claude Hauser: Golf war ein elitärer Sport, in den letzten 15 Jahren wurde einer breiten

«Die alten Klischees halten sich gut. Wir müssen der Bevölkerung besser erklären und zeigen, was Golf wirklich ist» *Pascal Germanier, ASGI*

Bevölkerungsschicht in der Schweiz der Zugang zum Golfsport ermöglicht. Golf ist populärer geworden – dank Public Golf. Das Image des Golfsports befindet sich trotzdem noch immer in der Nähe des Elitären. Ich stelle immer wieder fest, dass sich Menschen nicht getrauen, in ihrem Lebenslauf Golf als Hobby anzugeben – aus Angst, es könnte falsch interpretiert werden.

Waren es wirtschaftliche Überlegungen, die die Migros 1995 ins Golf-Geschäft einsteigen liess? Oder doch eine Mission?

Hauser: Wir haben in der Migros zwar ein Kulturprozent, unser Golfengagement fällt aber mit Bestimmtheit nicht darunter. Die Sparte Golf muss sich selbst finanzieren. Wir wollten den Golfsport für die Jugend zugänglich machen. Ein solches Unterfangen passt zur Migros, wir haben schon zuvor vieles populär gemacht, wie beispielsweise klassische Konzerte, Sprachkurse oder Tennis. Im

Gegensatz zum Tennis ist beim Golf die Etikette trotz Demokratisierung erhalten geblieben. Die Menschen sind stolz, Golf zu spielen – selbst auf einem Public Course. *Germanier:* Hier möchte ich ganz kurz erwähnen, dass die sportliche Verbreitung des Golfsports für Jung und Alt auch das zentrale Anliegen der ASGI ist. Als Verband suchen wir nicht den Kommerz. Und mit unseren Mitgliederbeiträgen können wir es uns auch gar nicht leisten, Elitäres in den Vordergrund zu stellen oder zu repräsentieren.

Gibt es Ideen oder Pläne zur Imagekorrektur des Golfsports in der Schweiz?

Christian Bohn: Es liegt in erster Linie an jedem Golfer selbst, am Image des Golfsports zu arbeiten. Golfer sollen Freunde und Kollegen mit auf den Platz nehmen. Ich habe das schon als Schüler gemacht; meine Freunde merkten so, dass Golf nicht elitär, dafür Sport und anstrengend ist – und Spass macht. Im

Für ambitionierte Köche gibt es **keine Grenzen**.

Zumindest nicht auf diesem Kochfeld.



Das neue Vollflächeninduktions-Kochfeld CX 480.

Gaggenau präsentiert ein Kochfeld, das die gesamte Fläche zur grossen Kochzone macht. 48 Mikro-Induktoren unter der Oberfläche ermöglichen freies Platzieren des Kochgeschirrs. Höchsten Komfort garantiert das intuitiv bedienbare TFT-Touchdisplay. Mit diesem können Einstellungen wie Kochstufe oder Garzeit beim Verschieben des Geschirrs beibehalten werden. So erfüllen wir ambitionierten Köchen den Wunsch nach mehr Freiraum für besondere Kreationen – und unseren eigenen Anspruch: die private Küche mit innovativen Ideen stets neu zu erfinden. **Der Unterschied heisst Gaggenau.**

Informieren Sie sich unter Telefon 043 455 40 00 oder unter www.gaggenau.ch oder besuchen Sie unsere Showrooms in Geroldswil und Bern.

GAGGENAU

«Es ist katastrophal, dass in einem Land wie der Schweiz nur 80 000 Menschen, also ein Prozent der Bevölkerung, Golf spielen» *Claude Hauser, Migros*

Was trägt die ASG dazu bei, Image und Bekanntheit des Golfsports zu fördern?

Bohn: Wir versuchen beispielsweise das Vorurteil zu widerlegen, Golf sei kein Sport; dazu berichten wir über die sportlichen Ergebnisse. Und wir erklären den Leuten auf unserer Internetseite, wie einfach der Zugang zum Golfsport eigentlich ist.

Bei den Professionals fehlt der Schweiz nach wie vor ein Spieler auf höchstem europäischem Level. Warum?

Bohn: Es werden Fortschritte gemacht. Bei den Damen beispielsweise spielt Anaïs Maggetti dieses Jahr auf der Ladies European Tour. Auch die Schweizer Herren spielen auf einem hohen Niveau, aber eben nicht auf der European Tour. Fakt ist aber auch, dass es von Jahr zu Jahr schwieriger wird, bei der Q-School zur European Tour zu reüssieren.

Germanier: Die sogenannte Schweizer Golf-Elite ist zu verwöhnt, zu wenig hungrig, zu wenig bissig, zu wenig ehrgeizig oder ganz einfach zu schnell satt. Auf nationaler Ebene zu den Besten zu zählen, ist in der Schweiz relativ einfach. Im internationalen Vergleich reicht es dann aber nicht mehr.

Weibel: Man darf auch nicht vergessen: Um einen Ausnahmeathleten hervorzubringen, braucht es in jedem Sport eine gewisse Breite. Golf braucht in der Schweiz mehr Breite – auch für den Leistungssport.

Bohn: Wir arbeiten daran, die Voraussetzungen für leistungsbereite Nachwuchstalente zu verbessern. Schüler, die das spielerische Niveau besitzen, können nun die Talent-Card von Swiss Olympic bekommen und somit in sportfördernde Schulen aufgenommen werden. Sie sind nicht mehr schlechter gestellt als Fussballer oder Skifahrer.

Trotzdem, kann man ohne Spitzenspieler als Idol eine Sportart vorwärtsbringen?

Germanier: Nun, ich sehe zwei Wege. Für den einen brauchen wir einen Champion, der auf internationaler Ebene Spitzenresultate bringt und mit dem sich die Jungen identifizieren. Das würde vieles ändern: die Bericht-

erstattung in den Medien und die Wahrnehmung von Golf in der Bevölkerung. Solange es in der Schweiz aber kein nationales Golf-idol gibt, bleibt uns aber nur der zweite Weg. Dieser baut auf Idole aus anderen Sportarten. Viele Stars spielen Golf – ich denke da beispielsweise an Didier Cuche, Murat Yakin, Simon Ammann oder Mark Streit. Sie alle spielen Golf. Wenn ihre Fans dies wissen, wird der Satz «Ich spiele Golf» für Jugendliche etwas Normales. Dann werden Berührungspunkte und Schwellen abgebaut.

Hauser: Es ist doch katastrophal, dass in einem Land wie der Schweiz nur gerade 80 000 Menschen, also ein Prozent der Bevölkerung, Golf spielen. Dabei haben wir den höchsten Lebensstandard und eine wunderbare Landschaft – hier könnte man überall Golfplätze errichten. Irgendetwas haben wir falsch gemacht. Dabei bringt ein Golfplatz für die Natur nur Vorteile: mehr Biodiversität, mehr Tiere, mehr Pflanzen.

Germanier: Auch die menschliche Gesundheit profitiert: Eine Runde Golf bedeutet, bei einem vier- bis fünfständigen Spaziergang in der Natur rund zehn Kilometer zurückzulegen. Dabei bleibt aber nicht nur der Körper, sondern auch der Geist in Bewegung, denn Golf verlangt nach einer Strategie, die von einem Schlag zum nächsten ändern kann. Mir ist dieser Gesundheitsaspekt sehr wichtig, denn Golf lässt Menschen bis ins hohe Alter gesund, fit und geistig aktiv bleiben. Es ist die Life-Time-Sportart überhaupt!

Hauser: Und Golf birgt im Gegensatz zu anderen Sportarten, bei denen oft Knochenbrechen, Bänder reissen und durch Überlastung Langzeitschäden entstehen, kaum Gefahren. Wäre dies nicht eine Gelegenheit für die Krankenkassen, sich zu profilieren?

Germanier: Richtig, denn Golf hat auch eine soziale Komponente, und diese hilft gegen Depressionen, Allein- und Isoliertsein! Auf dem Golfplatz kann man Beziehungen knüpfen, es entstehen lebenslange Freundschaften. Kurz: Golf steigert die Lebensqualität.

Ich möchte nochmals Claude Hausers Aussage, dass es in der Schweiz zu wenig Golfplätze gibt, aufgreifen. Bringen mehr Anlagen automatisch mehr Golfnachwuchs?

Hauser: Es ist in der Schweiz nach wie vor schwierig, Junge zum Golfsport zu bringen. Daran müssen wir arbeiten. Die Migros lädt Schulklassen ein, einen Nachmittag auf der Driving-Range zu schnuppern und Bälle zu schlagen. Die Jungen müssen Golf ausprobieren. Sobald zwei oder drei in einer Klasse Golf spielen, bleiben sie dabei. Ein Einzelner ist verloren, der hört wieder auf.

Germanier: In Schweden wird Golf in der Schule unterrichtet – von Sportlehrern. Die Schweden haben ein Programm für Golf in der Schule, warum haben wir das in der Schweiz nicht? Vor sieben, acht Jahren habe ich mit dem Kanton Waadt darüber gesprochen, aber es ist sehr kompliziert, Golf in den Schweizer Schulunterricht zu integrieren. Einen möglichen Weg sähe ich in einem Pilotprojekt; beispielsweise im Kanton Waadt mit der Unterstützung von ASG und J+S durchgeführt. Ein solches Pilotprojekt liesse die anderen Kantone aufhorchen, und sie würden wohl nachziehen.

Bleibt die Frage nach Ihren Plänen für die nächsten Jahre. Wird die Migros noch zehn Plätze bauen?

Hauser: Das wäre schön. Natürlich wären wir froh, wenn wir die Bewilligungen bekämen, um in bestimmten Regionen Golfplätze zu bauen. Ich denke dabei vor allem an die Agglomeration Zürich, dort herrscht Bedarf nach weiteren Plätzen. In den Ballungsgebieten der Deutschschweiz fehlen Golfplätze. Aber es ist immer das gleiche Problem: Kaum haben wir ein Projekt, wird die Realisierung durch die bestehenden Gesetze sehr kompliziert, und wir müssen uns immer wieder mit Rekursen herumschlagen.

Weibel: Bauen ist in der Schweiz generell sehr kompliziert, nicht nur wenn es um den Bau einer Golfanlage geht. Für mich als Präsidenten eines Golfklubs wird die grösste

«Wir wollen Strukturen schaffen, die es erlauben, dass irgendwann einer unserer Aktiven in der Weltspitze mitspielen kann» *Christian Bohn, ASG*

Herausforderung der kommenden Jahre darin liegen, die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen, unseren Klub klar zu positionieren und «mein» Publikum zu finden. Die Kundenschaft ist auch im Golfbereich heterogener geworden, und viele, die Golf spielen, haben gar keine Vorstellung mehr, welche Kosten der Unterhalt einer Golfanlage verursacht. Feilschen um den besten Deal ist mittlerweile in allen Lebensbereichen üblich, auch wenns ums Golfspielen geht.

Was plant die ASGI?

Germanier: Ich denke, wir sollten uns Gedanken darüber machen, weshalb wir Menschen in der Schweiz überhaupt zum Golfspielen bringen möchten. Wir haben jetzt darüber gesprochen, wie wir das Image des Golfsports in der Schweiz verbessern können. Ich denke aber, dass es in den nächsten Jahren nicht allein darum gehen kann, dass Golf das Label «Für Reiche und Privilegierte» abstreifen kann. Das ist unter anderem dank der ASGI bereits geschehen, was aber leider noch nicht in allen Nichtgolfer-Köpfen an-

gekommen ist. In meinen Augen geht es darum, dass wir den Menschen – allen Menschen in der Schweiz – bewusst machen, dass es viele gute Gründe gibt, Golf zu spielen. Gesundheitliche und soziale Aspekte, wie ich sie zuvor schon erwähnt habe.

Das heisst in konkreten Plänen?

Germanier: Wir werden vermehrt versuchen, an unseren Anlässen eine Gruppe von bekannten Sportlern aus anderen Bereichen um uns zu scharen. Sie werden die Medien anziehen und die Aufmerksamkeit auf den Golfsport lenken. Mit Statements dieser Sportdole zum Thema, weshalb sie Golf spielen und was Golf für sie bedeutet, wird Golf in einer breiteren Bevölkerungsschicht zum Thema. Ein weiterer wichtiger Punkt in unserer Agenda ist die weitere Intensivierung der Zusammenarbeit der grossen Player im Schweizer Golf. In den vergangenen fünf Jahren hat in der Hinsicht bereits ein starker Prozess stattgefunden, dieser muss weiterverfolgt werden. Wenn wir den Golfsport in der Schweiz erneuern wollen,

müssen wir noch mehr zusammenarbeiten und gemeinsam neue Lösungen finden. Wichtig ist in meinen Augen auch, dass die ASGI und die Migros, die im Schweizer Golfsport ein Schwergewicht bilden, Synergien nutzen. Ein Satz noch zur ASGI: Seit fünf, sechs Jahren haben wir eine jährliche Zuwachsrate von fünf Prozent.

Und was dürfen wir von der ASG an Initiativen erwarten?

Bohn: Unser aktuelles Anliegen ist die Weiterentwicklung des Maison du Golf, und auf sportlicher Ebene die Schaffung von Strukturen, die es erlauben, die Spieler zu finden und zu fördern, die irgendwann mal in der Weltspitze mitspielen können. Ein anderes Projekt, das bereits in Arbeit ist, betrifft den Aufbau einer IT-Struktur, die ein moderner Golfverband heutzutage braucht. Weiter wollen wir den Golfsport in der Öffentlichkeit stärker verbreiten und informieren, was unsere Sportler erreichen, was dieser Sport verkörpert, welche Werte dahinterstecken. G

CLAUDE HAUSER, 69, MIGROS



Hauser ist VR-Präsident des Migros-Genossenschaftsbundes. Vor 17 Jahren initiierte er das Golf-Engagement der Migros. Hauser ist Präsident des Golf Club La Côte und hat Handicap 20.7. Unter dem Motto «Golf für alle» betreibt die Migros aktuell sechs Golfparks und zwei Golfcampus. Mit 183 Löchern ist sie die grösste Anbieterin in der Schweiz. Seit 2008 gibt die Migros in Kooperation mit der ASG die ASG GolfCard Migros heraus, welche derzeit von 10700 Mitgliedern genutzt wird. www.golfparks.ch

PASCAL GERMANIER, 53, ASGI



Germanier ist Generalsekretär und Initiant des Schweizer Verbandes unabhängiger Golfer ASGI. Als Jugendlicher fand er als Caddie im Golf Club de Lausanne zum Golfsport. Heute spielt der studierte Mathematiker Handicap 10.5. Gegründet wurde die ASGI 1998. Sie ist die zweitälteste Lizenzierungsstelle im Schweizer Golfsport. Die ASGI, die Anfang Mai 16300 Mitglieder zählte, hat ihren Hauptsitz in Crissier VD und eine Geschäftsstelle für die Deutschschweiz in Dübendorf ZH. www.asgi.ch

CHRISTIAN BOHN, 43, ASG



Bohn ist seit Januar 2011 Generalsekretär des Schweizerischen Golfverbandes ASG. Der Jurist war als erfolgreicher Aktivgolfer von 1987 bis 1993 Mitglied des deutschen Amateur-Nationalteams und erreichte nebst zahlreichen hervorragenden Klassierungen als Mitglied der Jugend- und Junioren-Nationalmannschaft 1992 den Team-EM-Titel mit der Uni Bonn. Die ASG – gegründet 1902 – hat ihren Sitz in Epalinges bei Lausanne. Per Ende 2011 gehörten 95 Clubs und 82755 Golfende der ASG an. www.asg.ch



19.-

Amigne de Vétroz
AOC J.R. Germanier, 75 cl



39.90

Châteauneuf-du-Pape AC
Château La Nerthe, 75 cl



22.95

Brunello di Montalcino
DOCG Della Robbia, 75 cl



19.90

Assemblage du Valais AOC
Dessert Hurlevent, 37,5 cl

Coop verkauft keinen Alkohol an Jugendliche unter 18 Jahren.
Erhältlich in grösseren Coop Supermärkten und unter www.coopathome.ch

Für Weingenuss vom Feinsten.

Seit über 140 Jahren hegt und pflegt Coop die Tradition des Weinhandels und bietet eine vielfältige Auswahl an exzellenten Jahrgängen. Ob zum gepflegten Dinner, zum Apéro oder einfach in gemütlicher Runde – in unserem breiten Angebot von über 850 Weinen finden Sie garantiert den perfekten Tropfen.

Für jeden Anlass den passenden Wein.

coop

Für mich und dich.