LADIES FIRST

Ladies only

Die beiden diplomierten Mentaltrainerinnen und leidenschaftlichen Golferinnen Pascale Fahrni und Antonia Steiner (rechts im Bild) haben den Einstieg in die Turnierwelt mit Höhen und Tiefen erlebt. Diese Erfahrung und ihre fachlichen Kompetenzen haben sie als Grundlage für ihre zwei neuen Workshops genommen: «Mentale Turniervorbereitung» und «Spiele DEIN Spiel».
Das Spezielle: Die Workshops sind von Ladies für Ladies (only). Bei den Turnieren seien die Frauen meist in der Minderheit, viele schätzten es, das Mentaltraining in einer reinen Frauengruppe zu absolvieren. Dank der professionellen Hilfe wissen die Teilnehmerinnen genau, wie sie ihre mentale Stärke vor und während dem Turnier einsetzen können. Sie gewinnen mehr Selbstvertrauen und Motivation, an Turnieren mitzuspielen. Die Ladies bekommen spezifisches Wissen in den Bereichen mentale Stärke und Saisonplanung. Spass und Motivation zur sofortigen Umsetzung auf dem Golfplatz sind garantiert. Informationen und Anmeldung unter: www.mehrwertfuergolf.ch

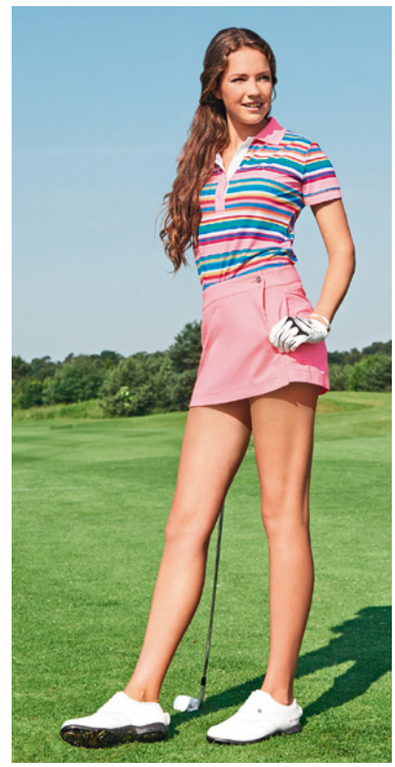
Mode

Top 6 für den Sommer

Golfmode kann so verzaubernd sein. Kleider und Röcke, Pastellfarben und enganliegende Polos bestimmen diese Saison den Trend. Optisch wird diese Golfsaison auf jeden Fall ein Genuss. Hier unsere Top-Produkte im Kurzüberblick.

Rosig

«Goldrose» heissen die Shorts von Peak Performance aus stretchbarem Funktionsmaterial. Erhältlich in fünf Farben wirkt das eher kurze Modell sportlich flott. Und: Der Stoff ist feuchtigkeitsregulierend und damit optimal für heisse Tage. Preis: 100 Franken.
www.peakperformance.com/ch



Nachhaltig

Umweltbewusst und attraktiv: Mit dieser Kombination startet Alberto in den Sommer. Die «Ecorepel»-Kollektion der Damen sieht chic aus, ist wasser- und schmutzabweisend sowie atmungsaktiv und obendrein komplett biologisch abbaubar.
www.albertoshop.com

Superweich

Ecco-Fans werden auch an den neuen Biom Hybrid 2 das herausragende Laufgefühl schätzen. Das weiche Yakleder und die gute Sohlenpolsterung sorgen für ein angenehmes Trittgefühl auch bei der längsten Runde.
Preis: 210 Franken. In der Gore-Tex®-Version, die wasserdicht ist, kostet der Schuh 230 Franken.
www.ecco.com

Swing Glove... und mein Golfschwung funktioniert!

Eine leichte und bewegliche Kunststoffschiene stabilisiert Ihr Handgelenk in der richtigen Position während des ganzen Schwungs. Swing Glove korrigiert fundamentale Probleme und verbessert sofort Ihren Golfschwung.

info@swingglove.ch **www.swingglove.ch**

COOL IN JEDER HINSICHT

DER NEUE
ECCO **COOL**

360° KLIMAKOMFORT . 100 % WASSERDICHT

GUARANTEED TO KEEP YOU DRY GORE-TEX PRODUCTS SURROUND® Product Technology

Der ECCO COOL ist anders als jeder Golfschuh den Sie je getragen haben.

Die innovative GORE-TEX® Surround®-Technologie formt eine komplett atmungsaktive und wasserdichte Membran um den ganzen Schuh. Gleichzeitig bewirkt die neuartige Sohlenkonstruktion 360° Atmungsaktivität bei jedem Schritt.

Trockene Füße und maximaler Komfort - unabhängig vom Wetter und vom Course.

Entdecken Sie den ECCO COOL bei ihrem lokalen Golfpartner oder auf golf.ecco.com.

ecco®
GOLF

JAPANISCHE QUALITÄT MIT SCHWEIZER SERVICE

CALIGARI GOLF

Vor 30 Jahren gründete Golflehrer Mario Caligari in Bad Ragaz eine Einzelfirma und verkaufte Schläger der japanischen Marke Daiwa. Qualität «Made in Japan», gepaart mit Schweizer Serviceleistung, macht Caligari Golf aktuell zum erfolgreichsten Importeur von Golf-Hardware. Nun will man mit Yamaha den nächsten Schritt machen.

STEFAN WALDVOGEL

Seit mehr als 45 (!) Jahren arbeitet Mario Caligari als Pro im Golfclub Bad Ragaz. Er war lange Zeit Ausbildungschef bei der Swiss PGA, ist heute Coach des Liechtensteinischen Nationalteams und hat in seinem Leben ungezählten Menschen das Spiel mit Schläger und Ball beigebracht. Wie lange Zeit üblich, half er seinen Kunden nicht nur beim Schwung, sondern verkaufte ihnen gleichzeitig die passenden Schläger. Vor 30 Jahren importierte der Ragazer die ersten Golfschläger. Dank eines guten Gespürs für neue Trends und Technologien setzte er auf die japanische Marke Daiwa, bekannt unter anderem durch ihre Carbon-Angelruten. Aus Daiwa wurde vor 15 Jahren die Marke ONOFF für das Golfgeschäft entwickelt. «Es ist heute immer noch unser wichtigstes Standbein», erzählt Olivier Widrig, der seit 2002 Co-Geschäftsführer von Caligari Golf ist. Zwei Jahre zuvor war er mit Marco Caligari ins Geschäft eingestiegen, während Mario Caligari noch als Verwaltungsratspräsident aktiv ist.
Das Einzelunternehmen wurde zum kleinen KMU mit einem eingespielten Mitarbeiterteam, geblieben sind die Vorzüge der japanischen Schlägerhersteller, die sich lange Zeit vor allem an ihr Heimpublikum richteten. «Noch heute fahren wir die Strategie, früh nach neuen Qualitätsprodukten Ausschau zu halten», erwähnt Tochter Carin, die seit elf Jahren im Marketing mitarbeitet.
Japan gilt hinter den USA als zweitgrösster Markt in Sachen Golf. Die Asiaten sind bekanntlich im Schnitt etwas kleiner und leichter als die Amerikaner und spielen darum laut Widrig in der Regel auch mit weicheren, leichteren Schlägern. In der Golfindustrie spricht man von «asiatischen» oder «westlichen» Spezifikationen. «Einfach gesagt benötigen die Asiaten immer neue Technologien für noch leichtere und einfachere Geräte. Die Amerikaner bevorzugen eher härteres Material und möchten möglichst die gleiche Ausstattung haben wie die Profis auf der Tour», erläutert Widrig einen wichtigen Unterschied. Für ihn als Grosshändler zudem ebenfalls entscheidend: «Der Golfmarkt in Japan ist getrieben von der technischen Innovation, in den USA geht der Kampf in erster Linie über den Preis.»
Im Schweizer wie im japanischen Markt bewegt sich ein grosser Teil von Golfern klar im oberen Preis- und Qualitätssegment. «Die Bereitschaft, für Qualität und Innovation mehr zu investieren, besteht, und sie funktioniert ähnlich wie bei anderen Qualitätsprodukten», erläutert Widrig. ONOFF sei einer der wenigen Hersteller, welche die zwei wichtigsten Komponenten (Kopf und Schaft) der Schläger in der eigenen Fabrik produzierten. «Dies ergibt ein äusserst harmonisches Produkt, das so auch optimal aufeinander abgestimmt werden kann.»

YAMAHA FRAGTE AN

Seit kurzem vertreibt Caligari Golf in der Schweiz und im restlichen Europa die nächste japanische Traditionsmarke: Yamaha. Nach den grossen Erfolgen mit ONOFF seien die Japaner auf sie zugekommen, erzählt Widrig im Gespräch mit GOLFSUISSE. Das zeige, dass sich der jahrelange Markenaufbau gelohnt hat, freut sich der Co-Ge-

Sie haben gut Lachen: In der Mitte Firmengründer Mario Caligari, flankiert von seinen Co-Geschäftsleitern Marco Caligari und Olivier Widrig (rechts).

schäftsführer über den nächsten Schritt. Der Traditionskonzern aus Hamamatsu gilt in Japan als einer der Top-Player und spricht den sportlich orientierten Spieler an. «Neben den beiden Boutique-Brands ONOFF und GIII (Grand Golf Gear) ist Yamaha eher ein Volumen-Produkt, dies allerdings mit ebenfalls extrem hohen Anforderungen an die Qualität», erläutert Widrig. Yamaha existiert bereits seit 1887 (!), damals baute Gründer Torakusu Yamaha die erste Orgel. Mittlerweile gilt Yamaha als weltgrösster Hersteller von Musikinstrumenten; die vergleichsweise kleine Golfsparte ist immer noch dem «Musikgeschäft» unterstellt. Schon 1953 sind die Japaner in die Herstellung von Schlägern eingestiegen, mit den ersten Schlägerköpfen mit Carbon-Komponenten schafften sie in Japan bereits vor 35 Jahren den Durchbruch.
Auf den ersten Blick sind die Gemeinsamkeiten von Pianos und Golfschlägern nicht offensichtlich. «Yamaha profitierte von seinem Wissen aus der Metallverarbeitung für den Bau der Instrumente, dazu kamen neue Materialien wie faserverstärkte Polymere», erläutert Widrig die «innere Logik». Für ihn sprechen die Yamaha-Modelle eine neue Zielgruppe von Spielern an, so passe das gut zu den beiden bisherigen japanischen Marken, die sich tendenziell an filigranere Spieler mit Sinn für Ästhetik richteten, die dafür «sehr viel Komfort und ein gutes Spielgefühl» erhielten. Gemeinsam sei den «Japanern» der extrem hohe Sinn für Qualität sowie längerfristiges Denken und Handeln anstelle kurzfristiger «Aktionitis» mit immer neuen Modellen in immer kürzeren Abständen.

ENTSCHEIDENDER SERVICE

Zum Credo bei Caligari Golf gehört auch ein ausserordentlich guter Kundenservice. Die Händler können bis 12 Uhr bestellen, und am nächsten Morgen steht die gewünschte Lagerware bei ihnen im Laden. Falls es eilt, wird auch direkt zum Kunden nach Hause oder in sein Ferienhotel geliefert. Caligari betreibt in Bad Ragaz eine eigene Werkstatt. Die Spezialisten kümmern sich nicht nur um die Schläger, wenn mal ein Schlägerkopf abgebrochen ist. Die «Clubmaker» setzen auch immer mehr spezielle Griffe auf die Schäfte, kürzen diese bei Bedarf und biegen, wenn gewünscht, auch die Eisen um ein oder zwei Grad nach oben oder unten. Während der Saison seien rund 60 Prozent aller Bestellungen solche Spezialanfertigungen, illustriert Widrig einen der dominierenden Trends. Die Golferinnen und Golfer wünschten sich immer individuellere Modelle. «Wir haben ein grosses Lager und benötigen dafür mehr Leute, aber es gehört heute ganz entscheidend zum Geschäft», fasst Carin Gisep-Caligari die aktuelle Lage zusammen. Das gilt neben der Hardware (Schläger) beispielsweise auch für die Handschuhe aus dem Hause G/FORE. Das Lager in Bad Ragaz umfasst über 20 Farben, jeweils in sechs (!) Grössen für Damen und Herren, dazu natürlich für Links- und Rechtshänder. So gibt es die modischen Lederhandschuhe ohne «Fitting» eigentlich für jeden Geschmack. Eine Ausnahme machte Bubba Watson: Der Amerikaner spielt seit vergangener Saison regelmässig mit den farbigen Lederhandschuhen. Für seine dünnen Hände braucht er eine Spezialanpassung. Schon länger tragen unter anderem Tom Watson und Alex Cejka die farbigen Cabretta-Lederhandschuhe von Gründer und Multimillionär Mossimo Giannulli.

ERFOLGSSTORY ECCO

Caligari Golf ist der Importeur für ONOFF, GIII, Yamaha und G/FORE und damit auch für den Aufbau der Marken zuständig. Der Hauptfokus liegt auf den DACH- Märkten Schweiz, Deutschland und Österreich und schliesst den kompletten europäischen Markt ein. Weitere namhafte Brands wie VOLVIK, EVNROLL, ZELLER, OFELIA und HIRZL vertreten sie für den Schweizer Markt. Dazu kommen noch verschiedene «Agentenverträge», die weniger umfassend sind. So läuft beispielsweise das ganze Geschäft mit den dänischen Ecco-Schuhen in der Schweiz über Caligari Golf. Für den Auf- und Ausbau der Marke ist aber Ecco verantwortlich. «Als wir vor 13 Jahren mit Ecco in der Schweiz begannen, gab es hauptsächlich nur schwarze, braune und weisse Golfschuhe», erinnert sich Olivier Widrig. Es dauerte eine Weile, bis die bequemen Schuhe zuerst in den Golfläden und dann an den Füssen der Kunden landeten. «Die Qualität hat sich schliesslich durchgesetzt, und heute ist das Sortiment bunter und innovativer», sagt Widrig. Im ersten Jahr verkaufte Caligari unter hundert Paar, mittlerweile ist ECCO der Marktleader im Premium-Schuhbereich.

Unsere Bettgestelle sind aus reinstem Massivholz gefertigt, metallfrei und mit Bienenwachs behandelt. Sie tragen somit ebenfalls zu Ihrem natürlichen Hüsler Nest-Schlaf bei. Geniessen Sie Wärme und Geborgenheit.

www.huesler-nest.ch

HÜSLER NEST

Das original Schweizer Naturbett.