



«Die Juniors von heute sind die Members von morgen.»

Ein Konzept zur Nachwuchsförderung in den Golfclubs,
ausgerichtet auf 4- bis 10-jährige Kinder.



Edition Chatara
Anna Steyer und Hampé Wüthrich
Oberer Rheinweg 63, 4058 Basel
T 0041 681 36 13
edition@chatara.com

Ausgangslage

inspiriert vom Artikel «Girls & Boys aufs Tee», April/Mai 2010 Golf Suisse

Vor vielleicht 25 Jahren setzte eine Entwicklung ein, die aus den paar wenigen Golfclubs in der Schweiz eine ganze Branche entstehen liess. Ein aktives Umwerben neuer Kundenkreise für den Golfsport begann und dauert bis heute an. Dieser Prozess bescherte dem Tennissport massive Schwierigkeiten. Denn Tausende suchten nach jahrelangem Herumhetzen auf den Courts eine Alternative. Die Verschleisserscheinungen nahmen mit dem Alter zu – doch der Wettkampfgeist war noch nicht erloschen. Da kam Golf gerade richtig. Physisch weniger beanspruchend aber ebenso geeignet, sofort und rettungslos «angefressen» zu werden.

Die Golfbranche strukturierte sich in Rekordzeit und orientierte sich dabei vor allem an den Bedürfnissen ihrer typischen Neukunden. Dies waren aktive Sportler mittleren Alters, die auch über die nötigen Finanzen verfügten. Seit den Neunziger Jahren tragen auch die europäischen Fernsehstationen zur weiteren Verbreitung von Golf bei. Die Nachfrage nach Golf bescherte damit auch unserem Land einen regelrechten, nicht absehbaren Boom. Heute gibt es in der Schweiz über 100 Golfplätze, über 80 000 aktive Golfspieler und Golfspielerinnen und viel zu wenig Nachwuchs!

Denn in den Businessmodellen der meisten Golfclubs sind noch immer die wohlhabenden Mittvierziger der Region die Hauptzielgruppe und nicht der Nachwuchs. Dieses Reservoir ist jedoch bald einmal ausgeschöpft. Dann ist nur noch die Nachfolge-Generation da, die man für den Golfsport interessieren kann. Die demografischen Verhältnisse der meisten Clubs sprechen eine eindeutige Sprache. Ein Übergewicht älterer Jahrgänge und das Fehlen ganzer Generationen sind offensichtlich. Ein Umdenken wird dringend nötig, denn Clubs und Plätze gehen ohne künftige Beitragszahler Pleite.

Das bedeutet aber vor allem auch, dass die Strukturen der Branche den neuen Herausforderungen angepasst werden müssen.

Etliche Clubs haben dank der Unterstützung des Verbandes sowie des Bundesamtes für Sport damit begonnen, neue Mitglieder vor allem bei der Jugend zu suchen. Nebst den Weichen, die von offizieller Seite gestellt wurden, sind erfreulicherweise auch einige Initiativen von privater Seite zu verzeichnen. Die Junior-Captains und Eltern golfspielender Jugendlicher leisten wichtige Überzeugungsarbeit in den Clubs und schaffen damit die Basis für eine neue Sichtweise der Dinge. So ist auch das didaktische Konzept «Tiger» entstanden, welches auf den folgenden Seiten zur Sprache kommt.

Fazit:

Je mehr Jugendliche jeden Alters in den Clubs zu Golfern ausgebildet werden, desto grösser ist die Chance, dass irgendwann ein Supertalent als Vorbild gefunden wird und desto grösser ist auch die Wahrscheinlichkeit für den betreffenden Club, dass einige der heutigen Juniors zu treuen Langzeit-Mitgliedern werden. Die Nachwuchsförderung beginnt im Leistungssport und in der künftigen Olympiadisziplin Golf bereits im Vorschulalter, erfahrungsgemäss ab ca. 4 Jahren. Da setzt auch das Konzept «Tiger» an.

Wie kam es zum Konzept «Tiger»?

Die Geschichten rund um die Figur eines kleinen, golfenden Comic-Tigers haben im Golf und Country Club de LaLargue, einem ASG-Club im benachbarten Elsass, ihren Ursprung.

Die damaligen Juniorenbetreuer baten uns, für die Junioren ein eigenes Label zu schaffen und die jährliche Juniorenbroschüre etwas attraktiver zu gestalten. Gefragt getan. Die Tatsache, dass Anfänger als Rabbit und Könner als Tiger bezeichnet werden, haben schon Eldrick Woods den Künstlernamen Tiger beschert. So erhielten auch die Juniors von LaLargue den Namen LaLargue Tigers und als Label einen kindlich dargestellten Tiger mit einem Driver in der Schnauze. Die Juniorenbroschüre wurde ansprechend gestaltet und mit vielen, kleinen Tigerli-Illustrationen aufgelockert. Caps und Poloshirts wurden mit dem neuen Label bestickt. Bald realisierten wir durch das Feedback der Juniors, dass nicht alle in denselben Topf geworfen werden können. Die Tigerli begeisterten die 4- bis 10-Jährigen. Die älteren Juniors wollten sich jedoch nicht mehr mit diesem «Kinderkram» identifizieren.



Diese Erkenntnis half uns bei der Entwicklung didaktischer Mittel. Für die älteren Junioren gibt es in der Golfwelt der Erwachsenen genügend Ausbildungstools und Literatur. Wir stellten jedoch fest, dass es für die Jüngsten (zwischen 4 und 10 Jahren) praktisch keine geeigneten Lehrmittel gab. Wir suchten nach Sponsoren, die uns bei der Verlegung des Buchprojektes «Tiger lernt Golf spielen» behilflich sein könnten – und fanden diese auch in der Privatwirtschaft. So brachten wir das erste Golfkinderbuch, das den Jüngsten den «spirit of the game» vermittelt, Ende 2009 auf den Markt.

Kurz darauf entstand in Zusammenarbeit mit den Migros Golfparks ein kindergerechtes Regel- und Etikettenbooklet. Dieses ist seit Anfang Mai 2010 auf dem Markt.

Zudem erhielten wir in dieser Zeit eine Anfrage von René Misteli, Junior-Captain des Golf Clubs Wylihof betreffend einer Kooperation bei der Realisierung einer Tri-Golf-Anlage. So wurde der weltweit erste Tiger Park mit unserem Protagonisten am 4. Juni 2010 im Golf Club Wylihof feierlich eröffnet.

Weitere Projekte in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern, unter anderem mit Migros Golfparks sowie mit Jugend und Sport sind in Diskussion.

Ein Kinderbuch für den «spirit of the game»

«Tiger lernt Golf spielen» ist vorläufig in deutscher und französischer Sprache erschienen. Das Kinderbuch ist als Erzählgeschichte im Vorschulalter sowie als Lesebuch für Primarschüler gedacht. Es schildert mit kurzen, verständlichen Texten, umrahmt von vielen grosszügigen, farbenprächtigen Bildern die Erlebnisse eines kleinen Tigers bei seinen ersten Schritten in der faszinierenden und komplexen Welt des Golfsports. Es handelt sich dabei weder um ein Regelbuch noch um ein Ausbildungsleitfaden. Vielmehr ist es ein Bilderbuch wie «Schellenursli», welches den Jüngsten den «Golfgeist» vermitteln soll.

Das aufwändig gemachte Bilderbuch mit Hardcover und Fadenheftung ist 56 Seiten stark und zum Preis von CHF 39.80 in Proshops, Golfclubs und im Buchhandel erhältlich.



Kleine Regelkunde für die Juniorenrunde

Das Regelwerk im Golfsport besteht aus 3 Teilen:

1. Erklärungen

z.B. was ist ein Birdie, was bedeuten weisse Pfosten, was ist eine Puttlinie und ihre Verlängerung etc.

2. Etikette

z.B. Kleidervorschriften, wie verhalte ich mich gegenüber den Mitspielern, punkto Platzpflege oder Unfallverhütung etc.

3. Regeln

z.B. was muss ich tun, wenn ich den Ball ins Wasserhindernis gespielt habe, wofür wird man mit wie vielen Strafschlägen belegt etc.

Das Golf-Regelwerk ist so komplex und auch für erwachsene Amateure wie Professionals so kompliziert, dass Kinder und Jugendliche sich erst recht schwer tun damit. Trotzdem muss man die wichtigsten Regeln kennen. Für Erwachsene und ältere Juniors existiert bereits eine vereinfachte Version des Regelwerks nach R&A in Booklet-Form.

Also haben wir für die jüngsten Juniors ein noch stärker auf Bilder reduziertes Regelbooklet geschaffen. Auf 36 Seiten werden im identischen Genre des Kinderbuches die wichtigsten Regeln und Gepflogenheiten aufgeführt, die ein Kind bis zu einem Hcp 36 unbedingt wissen sollte.

Das Booklet ist ebenfalls in den Sprachen Französisch und Deutsch erschienen und nur in ausgewählten Proshops, in Golfclubs oder bei Edition Chatara zum Preis von CHF 15.- erhältlich.



Tri-Golf-Platz «Tiger Park»

Tri Golf ist eine Vorstufe des richtigen Golfs und kommt aus England. Es wird in Ländern, welche die Nachwuchsförderung im Vorschulalter und in den Grundschulen schon seit längerem praktizieren, wie Spanien, Schweden etc., erfolgreich eingesetzt. Tri Golf eignet sich hervorragend dafür, Kinder spielerisch an den Golfsport heranzuführen und koordinative Fähigkeiten zu entwickeln.

Ausserdem ist es eine gute Möglichkeit Generationskonflikten im Golfclub vorzubeugen: Kinder sind laut, ungestüm und wollen Grenzen ausloten – sie müssen und sollen sich ja auch behaupten lernen. Auf den Driving Ranges und Übungsanlagen in den Clubs kann das zu Reibereien führen, die mit einem «Tiger Park» vermieden werden.

Die Kinder machen die ersten Schritte im Golf auf einer separaten, vom übrigen Golfgeschehen getrennten Anlage, mit eigenem Clubhäuschen, mit spielerischen Übungen, speziellem Equipment und Motivationsinstrumenten. So müssen die Kids von den erwachsenen Golfspielern nicht ständig gemassregelt werden und bekommen auch nicht den «Verleider» am Golf.

Eine Begegnung an der Eröffnung im Wylihof ist besonders erwähnenswert:

Eine Mutter erklärte uns, dass sie über diesen Tiger Park wirklich froh sei, weil Golf seither für ihre beiden kleinen Töchter (4 und 6 Jahre) kein «Feind» mehr sei. Ihr Mann und sie hätten bereits vor der Geburt ihrer Töchter Golf gespielt. Vor der Existenz dieser Anlage sei Golf von den Kids als Eltern-, vor allem als Väterverlust empfunden worden. Das sei nun endlich vorbei. Die Kinder freuten sich jetzt schon im Vorfeld, wenn sie gemeinsam mit den Eltern zum Golfen fahren dürfen.

Die Anlage zeigt bereits bei ihrer Einweihung, dass hier eine wirkungsvolle Familiarisierung des Golfspiels stattfindet: Grossmütter, Grossväter, Onkel, Tanten, Neffen und ältere Geschwister vergnügen sich alle gemeinsam auf der Anlage.

Fazit:

Das Tri-Golf-Platzkonzept «Tiger Park» schafft alle nötigen Voraussetzungen, um die Nachwuchsförderung im frühestmöglichen Stadium zu beginnen und damit eine breite Basis für die Zukunft eines Golfplatzes zu legen.

Was braucht es für einen «Tiger Park»?

1.

Ein kleines Stück Land, etwas abseits des eigentlichen Golfgeschehens, mit den Ausmassen von ca. 1800m² (30 x 60 Meter)

2.

Anschluss an Wasser und Elektrisch

3.

Ein kleines, gemütliches Clubhäuschen mit Sitzplatz, in welchem sich das Tri Golf Equipment und ein Eisschrank mit Getränken und leichter Verpflegung befinden.

4.

Aufsichtspersonen und Kursleiter

5.

3 Abschläge mit Tafeln, 3 Fairways, 3 Grüns mit Tri Golf Loch und Fahne

6.

Einfache Scorekarten

7.

Ein motiviertes Greenkeeper-Team, welches bereit ist, das Plätzchen zu hegen und zu pflegen

8.

Golfcaps, Poloshirts und Hoodies mit dem Tiger-Label und evtl. andere Motivationsmöglichkeiten wie Pins, Tigerpunkte zum Sammeln etc.

9.

«Tiger lernt Golf spielen» Kinderbücher und «Tiger auf dem Golfplatz» Regelbooklets

10.

Innovative Funktionäre, weitsichtige Vorstände und Members/Sponsoren im Club, die das Ganze aus Überzeugung mitfinanzieren...c'est tout!

Der Rest ist PR. Im Sinne «...tue Gutes und sprich darüber» d.h. direkte Ansprechpersonen sind Eltern, Erzieher, Gemeinden, Kindergärten und Schulen etc.

Impressionen der Eröffnung des weltweit ersten «Tiger Parks» im Golfclub Wylihof, 4. Juni 2010



Eingangstor zur Tri-Golf-Anlage «Tiger Park».



Hier geht es zum Golfplatz für die Jüngsten.



Eine Tiger-Fahne grüsst schon von weitem.



Drei kurze Löcher, zwischen 20 und 60 Meter lang, bereiten kleine Golfeinsteiger auf das richtige Golfspiel vor.



Wer noch nicht lesen kann, orientiert sich an den Farben.



Die Wandtafel am Clubhaus der Kleinen ist noch leer.



Ideale Anlage für Golf als Familienspass





Golf macht Hunger – gut, dass Daddy Caddy den Schoppen dabei hat.





Tri Golf Equipment – damit gibt es weder Sachschaden noch ernsthafte Verletzungen.

Schweizer Golf-Hoffnung? Mit 14 Monaten fliegen schon die Champagnerkorken. Man beachte den stabilen Stand und die Kopfhaltung nach dem Schwung...





Golfcaps, Poloshirts, Hoodies mit gewobenen Appliqués, Tiger Park Scorekarten (Beispiel Tigerkids Wylhof)

Budgetvarianten

Mini Package (ohne Bedarf eines «Tiger Parks»)

10 Kinderbücher und 20 Regelbooklets in den Sprachen Französisch und/oder Deutsch
Spezialpreis **CHF 490.–** (oder grössere Auflagen mit entsprechendem Aufpreis)

Medium Package

Mini Package didaktischer Hilfsmittel plus Copyrights Signaletik und Merchandising. Sie erhalten 10 Kinderbücher, 20 Regelbooklets und die digitalen Daten zur eigenen Umsetzung und Produktion von Beschriftungen, Scorekarten, Tiger Park Emblemen für Bekleidung usw. Spezialpreis **CHF 5'000.–** (grössere Auflagen und spezielle zusätzliche Copyrights extra)

Fullservice Package

Profitieren Sie von unserer Erfahrung:

Wir installieren Ihren massgeschneiderten Tiger Park

Support in allen Belangen: Individualisiertes Design der Signaletik und der Merchandising-Artikel, Platzarchitektur, Schulung der Aufsichtspersonen, der Ausbilder und der Greenkeeper, sämtliche didaktischen Hilfsmittel in gewünschter Spezialauflage individuell offeriert zu einem Spezialpreis. Approximative Kosten ca. **CHF 30'000.– bis CHF 50'000.–**

Interessiert?

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung. Ein erstes Meeting ist kostenlos.

Anna Steyer & Hampé Wüthrich