



Modisch auf die Runde: Golfmode ist multifunktional – sie kann sowohl beim Sport wie auch als legere Freizeitbekleidung getragen werden. 2013 ist sie – wie hier von Chervò – sehr feminin ausgerichtet.

Kunterbunter Sommer

Mode Leuchtende Farben, multifunktionale Fasern, edle Details und sportlich-elegante Schnittführung sind die Trends in der Golfmode 2013. Der Saum rutscht – nach unten, aber auch nach oben.

MIRJAM FASSOLD

Golfmode ist multifunktional geworden. Die Tendenz, dass Designer auf Materialien und Schnitte setzen, die Golfbekleidung freizeitauglich machen, verstärkt sich weiter. Zahlreiche Marken splitten ihr Golfsortiment, um unterschiedliche Käuferschichten anzusprechen. Leuchtende Farben, funktionale Stoffe aus technischen Fasern und grossflächige Prints stehen für sportlich orientierte Kollektionen. Klassische Farben, elegante Schnitte, edle Baumwoll(misch)gewebe und dezente Stickereien eignen sich nicht nur für den Gentlemen-Vierer, sondern am «Casual Friday» durchaus auch fürs Büro.

«Diesen Sommer dürfen starke Farben – auch Neonfarben – in keinem Kleiderschrank fehlen», sagt Sandra Leuenberger, Textileinkäuferin bei Golfers Paradise, dem Schweizer Branchenprimus. In den aktuellen Kollektionen aller Golfmode-Labels fänden sich die Farben Tangerine (ein sehr kräftiges Orange), Sonnengelb, Azurblau und Grasgrün. «Bei den Herren zusätzlich Rot, bei Damen Pink.» Ein Stichwort, das man 2013 kennen muss: «Color Blocking», das Kombinieren von zwei oder mehr Kontrastfarben.

Pastellöne in den Glacefarben Vanille, Pistache, Soft Pink, Aqua sowie Puder kommen dagegen vorwiegend im femininen Bereich zum Einsatz. Herren setzen nach wie vor auf klassische Farben: Blau in allen Nuancen sowie Schwarz-Weiss-Muster sind stark vertreten. Bei Mustern ist erlaubt, was gefällt. Häufig anzutreffen sind Streifen, vorzugsweise in horizontaler Richtung. Auch «Blumiges» ist wieder zu finden, hier geben grossformatige Hawaii-Prints den Ton an. Trendsetter setzen 2013 aber auf Polka Dots! Diese werden «all over» getragen – auf Shirts, Hosen oder Jupes und Socken; sogar Golfbag und Schirm dürfen getupft sein.

Sportliche Schnitte, funktional und federleicht

«Bei beiden Geschlechtern wird die Beinweite schmaler», weiss Sandra Leuenberger. Körperbetont ist in. «Definitiv out ist die Sieben-Achtel-Hose für Herren! Der Gentleman trägt vermehrt wieder langes Beinkleid», weiss Leuenberger. Damen haben mehr Spielraum: «Der Skort wird tendenziell etwas kürzer, erhält aber zunehmend Konkurrenz durch die schmal geschnittenen Bermudashorts.»

Während sich in der Mode Farben und Schnitte in schöner Regelmässigkeit wiederholen, findet der Fortschritt bei den Geweben statt. «3xDRY-Stoffe sind stark im Kommen. Sie kombinieren zwei Technologien auf einem Textil – von aussen wirkt das Kleidungsstück wasserabweisend, von innen wasser-

aufnehmend und es ist sehr atmungsaktiv», erklärt Textilfachfrau Leuenberger.

Die Hersteller setzen auf diese intelligenten Fasern, die nicht nur in mehrere Richtungen elastisch sind, was eine perfekte Schnittführung bei höchster Bewegungsfreiheit ermöglicht, sondern sich auch an die Körpertemperatur des Golfers anpassen, also sowohl kühlend wie wärmend wirken können. Die jüngste Generation technischer Fasern hat darüber hinaus geruchshemmende Eigenschaften. Wer solches sucht, achtet auf den Hinweis HeiQ (zum Beispiel bei Kjus und Puma). Angenehm und gesund ist eine weitere Innovation: «Cold-black. Diese Technologie verhindert das Aufheizen von Textilien und schützt zuverlässig vor UV-Strahlung», so Leuenberger.

Golfmarkt Schweiz Die besten Umsätze sind Vergangenheit

Branchenumsatz «Der durchschnittliche Schweizer Golfer gibt pro Jahr rund 1000 Franken für Golfartikel aus», sagt Peter Bruggmann, Inhaber von Umbrail-Golf und Vorstandsmitglied beim Sportartikel-Handelsverband Schweiz. Bei der Frage nach detaillierten Umsatzzahlen im heimischen Golfmarkt muss der Fachmann aber passen: «Diese Zahlen wären auch für uns Händler von grossem Interesse, leider existieren sie aber nicht.» Einen Anhaltspunkt hat die Branche dennoch: «Verschiedene Schätzungen gehen von 60 bis 70 Millionen Franken aus», sagt Bruggmann.

Marktentwicklung Verlässliche Zahlen fehlen, weil die Importe von Golfartikeln beim Bundesamt für Statistik in verschiedenen Importgruppen in Kilogramm, Franken oder Stück erfasst werden. Was sich aus der so erstellten Importstatistik dennoch ablesen lässt: Der Höhepunkt im Schweizer Golfmarkt wurde 2008 erreicht, 2009 brach der Import wertmässig um rund ein Fünftel ein. Seit 2010 stagniert der Markt oder wächst höchstens minim.

Potenzial «Für eine positive Marktentwicklung sind Neugolfer, die sich zum ersten Mal eine Ausrüstung kaufen, enorm wichtig», sagt Bruggmann. Doch diese Neugolfer fehlen seit geraumer Zeit – oder genauer gesagt seit 2009. Ist das golferische Potenzial der Schweiz erschöpft? «Nein», sagt Bruggmann, «nahe den Ballungszentren liessen sich neue Plätze problemlos füllen.» Doch zuletzt scheiterten Golfplatzprojekte an der Urne (siehe Seite 3).

Ein weiterer Vorteil modernster Fasern ist ihr Gewicht. Der Schweizer Hersteller Kjus führt Regenjacken im Programm, die lediglich 290 Gramm (Damen) bzw. 340 Gramm (Herren) wiegen, die Windbreaker sind mit 145 bzw. 170 Gramm nur halb so schwer. Im wahrsten Sinne des Wortes federleicht ist auch das Must-have des Golf Frühlings 2013: Eine Sommer-Daunenjacke respektive Daunenweste für kühle Aprilabende.

Gewicht gespart wird auch bei den Schuhen. Alle namhaften Hersteller bringen ultraleichte Golfschuhe auf den Markt. «Wenn Sie den ganzen Tag über beim Training oder Wettkampf auf den Beinen sind, zählt wirklich jedes Gramm», sagt Lee Walker, Footwear Product Director bei Nike Golf. «Sein» Top-Modell, der Lunar Control II, wiegt 380 Gramm. Noch leichter ist der BIOM Zero des dänischen Herstellers Ecco: 268 Gramm! «Die grosse Stärke des Schuhs ist der nicht vorhandene Absatz, wodurch eine viel bessere Verbindung zum Boden entsteht», erklärt Michael Waack, Head of Global Golf bei Ecco. Golfspielen mit Barfussgefühl. Ganz nah am Boden steht man auch in den neuesten Footjoys: «M:Project» heisst der leichteste Schuh des globalen Marktführers, das «M» steht für minimalen Sohlenaufbau und maximale Verbundenheit mit dem Boden.



Die farbenfrohen Trendsetter 2013: Damen-Golfschuhe von Footjoy; Rock, Hose und Shirt von Chervò; Kombination von Bogner (im Uhrzeigersinn).