Editorial

Autor(en): **Bignasca, Nicole**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Mobile : die Fachzeitschrift für Sport**

Band (Jahr): **3 (2001)**

Heft 5

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

ETH-ZÜRICH
03. Okt. 2001
BIBLIOTHEK

Ständige Rubriken

24 Neuerscheinungen

26 Verlag

27 Internet

28 Bildungsangebote

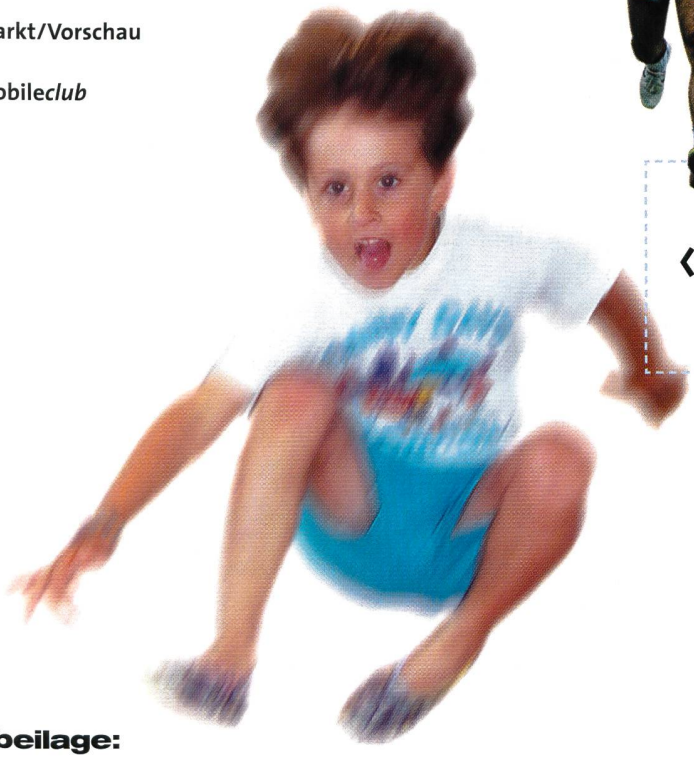
30 SVSS: Bewegungsorientierte Gesundheitsförderung in der Schule

31 Leserumfrage: Unterschiedliche Leserschaft – gemeinsame Interessen

32 Lehre als Berufssportler, J+S Kursplan 2002

46 Markt/Vorschau

47 mobile*club*



Praxisbeilage:

«Mut tut gut»

Kinder sind grundsätzlich neugierig, experimentierfreudig und in vielen Bereichen selbstständig. Dies wird – gerade im Bewegungsunterricht – oft vergessen. Die Praxisbeilage stellt eine Unterrichtsmethode vor, die bei den Kindern diese Eigenschaften fördern will.

Hansruedi Baumann, Roland Gautschi

Mehr Details

www.mobile-sport.ch

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Warum sind wir Sportsachverständige nicht erfolgreichere «Shareholders» eines Milliardenmarktes? Mit Blick auf eine gesundheitsfördernde Sportaktivität ist diese Frage, die Bernard Marti, der Leiter des Sportwissenschaftlichen Instituts, bereits zu einem früheren Zeitpunkt in dieser Zeitschrift (siehe «mobile» 3/00, S. 21) gestellt hat, von ungebrochener Aktualität. Wäre es nicht das allergrösste Geschäft der Pharmageschichte überhaupt, wenn man ein Medikament auf den Markt bringen würde, das gleichzeitig das kardiorespiratorische System und die Muskeln trainiert, Kohlenhydrat- und Fettstoffwechsel verbessert, die Knochen stärkt, das Gewicht regulieren hilft, stimmungsaufhellend und antidepressiv wirkt sowie oft eine sozial integrierende Funktion hat?

Warum also haben wir das einmalig faszinierende Produkt Sport noch immer nicht erfolgreicher «vermarktet»? Die Antwort von Bernard Marti fällt klar und eindeutig aus: «Weil wir dafür zu wenig oder falsche Öffentlichkeitsarbeit gemacht haben!» Vermehrtes «going public» ist nicht nur eine Hoffnung, sondern der Imperativ der Stunde.

«Das beste Medikament ist die tägliche Bewegung.»

Wir müssen noch mehr und hörbarer auf jeder Stufe für Bewegung und Sport argumentieren, um deren Wirkung zu verstärken. Das ist kein Kinderspiel, wenn man bedenkt, dass sich heute ein Drittel der Bevölkerung wenig oder gar nicht bewegt und sich dieser Anteil in den letzten Jahren prozentual sogar leicht erhöht hat.

Gerade deshalb sollten wir in Zukunft die Hebel bei dieser Bevölkerungsschicht ansetzen und sie zum Sport treiben animieren. Um unsere Ziele zu erreichen, werden wir uns vielleicht von unseren herkömmlichen Sportkonzepten verabschieden müssen. Wenn uns die Gesundheit wirklich am Herzen liegt, müssen wir ein Bild vom Sport präsentieren, das offen und tolerant wirkt.

Ein Kurswechsel drängt sich vor allem bei den Sportangeboten auf. Damit der Erfolg garantiert wird, braucht es attraktive und originelle Vorschläge. Jeder sollte für seinen Geschmack auf seiner Stufe Bewegunsangebote vorfinden. Diese Nummer von «mobile» hat sich zum Ziel gesetzt, als «Werbeträger» für all diejenigen Projekte zu fungieren, die den Gesundheitsaspekt in den Vordergrund rücken. Wir hoffen, dass sich unsere Leserinnen und Leser von unseren Vorschlägen angesprochen fühlen und diese in den Schulen, Sportvereinen und Gemeinden vermehrt einsetzen werden.

Nicola Bignasca