

Zeitschrift: Jugend und Sport : Fachzeitschrift für Leibesübungen der Eidgenössischen Turn- und Sportschule Magglingen

Herausgeber: Eidgenössische Turn- und Sportschule Magglingen

Band: 27 (1970)

Heft: 11

Artikel: Reklame und Sport

Autor: Bolliger, A.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-994514>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 01.05.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Es geht um die Abseitsstehenden

Nach den Winterspielen in Innsbruck sprachen die einen von einer Katastrophe des Schweizer Sportes, die andern schoben die Schuld an den mageren internationalen Erfolgen kurzerhand der Schule zu, indem sie ihr Versagen auf der ganzen Linie vorwerfen. Eine dritte Gruppe bemängelt eine Vielzahl von fehlenden Sportstätten, Fachlehrern und Trainern, die ganz grossen Skeptiker beschwören das Ende des Sports in der bisherigen Form herbei, indem sie auf das strittige Problem des Amateurs verweisen.

Diese vier Menschengruppen mit ihren vier verschiedenen Meinungen gibt es auch in vielen andern Ländern Westeuropas. Zugegeben, alle vier Aussagen enthalten ein Körnchen Wahrheit. Und doch scheint es an der Zeit, mit dem Vorurteil, dass nichts geschieht, aufzuräumen.

«Wenn wir immer wieder über mangelnde Unterstützung und Anerkennung klagen», so stellt der deutsche Fachmann August Zeuner fest, «dann stehen wir mit dieser Meinung nicht allein.» Selbst Bundespräsident Dr. Heinemann nannte bei der Eröffnung der Fernseh-Olympia-Lotterie das Kind beim Namen: «Die sportliche Betätigung, gleich in welchem Alter, gilt in unserem Lande weniger als die geistige oder körperliche Arbeit, obwohl längst erwiesen ist, dass Leistungsfähigkeit und Spannkraft bis ins hohe Alter hinein durch sportliches Training erreichbar sind.» Bundespräsident Dr. Heinemann meinte weiter, dass in kaum einem anderen Industrieland der Welt der Breitensport so unterbewertet, ja so gering geschätzt wird, wie in Deutschland.

Das Thema Breitensport lässt uns zwangsläufig in jene Nähe des Abgrundes geraten, der sich scheinbar in der Verbindung zum Leistungssport auftut. Ohne Einfluss der Sportorganisationen hat sich diese Distanz in der Bewertung von Breiten- und Leistungssport ergeben. Nicht zuletzt ein übersteigertes, bis in zur Hysterie reichendes, nationales Prestigedenken des Zuschauers, das wir in dieser Form nur verwerfen können, hat diese Kluft entstehen lassen.

Der Sport muss sich öffnen für alle, für die Minderheiten und die Minderbegünstigten, Minderheiten, darunter verstehen wir Kleinkinder, untalentierte Menschen, Frauen und Mädchen, Familiengruppen oder ältere Menschen.

Zur Gruppe der Minderbegünstigten müssen jene gezählt werden, für die fehlende Sportstätten, ein ein-

seitiges lokales Angebot, unerquickliche erzieherische oder wirtschaftliche Verhältnisse ein Hindernis darstellen.

Sport kann helfen, das Leben lebenswerter zu gestalten und vitale Kräfte aufzubauen, ohne die aller Fortschritt wertlos wird. Sport für alle bedeutet dann eine Chance mehr, dass alle besser leben können (W. Daume).

Die Bestrebungen auf dem Gebiet «Turnen für jedermann» sowie die geplanten Aktionen der SLL-Kommission «Sport für alle» sind ein Wegweiser in dieser Richtung. Nicht der krampfhafteste Versuch nach Spitzenleistungen, sondern die Überprüfung der eigenen Fitness, der Wunsch nach Geselligkeit oder das Bemühen, mit Hilfe des Sportes einem krankhaften Zustand zu entrinnen, stehen im Vordergrund. Aktiviert werden sollen jene rund 65 Prozent, die zwar als Sportliebhaber bezeichnet werden können, die aber den Sport nur von der Tribüne oder vom Fernsehsessel her kennen.

Der Breitensport hat die Aufgabe, gegen eine Entwicklung anzukämpfen, die in ihren Auswirkungen verheerend sein kann.

Hier einige alarmierende Zahlen aus der Bundesrepublik Deutschland: Jährlich erleiden in Westdeutschland 200 000 Menschen einen Herzinfarkt; fast jedes zweite Kind kommt mit chronischen Schäden bereits in die Schule; 70 Prozent aller junger Männer kommen mit Haltungsschäden oder -störungen zur Bundeswehr; zwei Drittel aller Arbeiter und Angestellten scheiden 10 Jahre verfrüht aus dem Erwerbsleben... Auf der andern Seite wissen wir, dass die durchschnittliche Lebensdauer von Menschen, die ein Leben lang vernünftig Sport getrieben haben, um sieben Jahre länger leben als die sportlich Untätigen.

Inmitten einer hyperzivilisierten Welt laufen wir Gefahr, ein Volk der Dicken zu werden. Viele sind bald soweit, dass ihre Fitness nur noch gerade dazu reicht, um Knöpfe und Steuerräder zu bedienen. Alarmierende Zukunftsvisionen!

Reklame und Sport

Zu diesem aktuellen Problem schreibt Dr. med. A Bolliger, Verbandsarzt des Schweizerischen Tennisverbandes:

«Bedingt durch die Tatsache, dass auch die breiteren Volksschichten die Grenze des Existenzminimums immer mehr übersteigen, dehnte die Werbung ihr Tätigkeitsgebiet vermehrt auf den Kultur- und Luxusbedarf aus. Es entstand die Suggestionreklame, die eine Art Manipulation der Käufer darstellt. Motivforschung und Tiefenpsychologie, in den Dienst der Werbung gestellt, ergaben, dass die Effizienz des ausgegebenen Werbefrankens umso grösser wird, je erfolgreicher das Unbewusste und Unterbewusste angesprochen wird. Dazu muss der Konsument durch die Reklame ständig berieselt werden, so dass er die Manipulation, der er ausgesetzt ist, gar nicht mehr bemerkt.»

So war es zu lesen im Wochenbulletin der Bank Bär (Heft Diskussion). Doch was hat das mit Tennis zu tun? Mannigfache Gründe rechtfertigen, trotz aller Nachteile, das Mithalten des Schweizer Sportes auf dem vom Ausland eingeschlagenen Weg zum totalen Sport: 1. Weltweites Prestige des Sportes; 2. Unbewusste Auffangwirkung des Sportes für die zunehmenden Aggressionen; 3. Positive Beeinflussung durch sportliche Tätigkeit zur Selbstbestätigung, Idealisierung, zum Gesundheitsdenken, zum Verzichtkönnen.

Totaler Sport aber heisst vermehrte Geldbedürfnisse der Sportverbände (Trainer, Lager, Reisen, Entschädigungen). Ausser dem Staat verfügt nur die Industrie

über genügend Geldmittel, um den Sportverbänden unter die Arme greifen zu können. Vorläufig aber ist in der Schweiz diejenige altruistische Industrie, die dem Sport Unmengen von Geld zur Verfügung stellt, ohne sich für ihre Zwecke oder Produkte einen Gewinn zu versprechen, noch nicht gefunden.

Ging der Radsport in der Unterstützung durch die Industrie stets voran, so erleben wir heute den Einbruch der Reklame in die Ski- und Eishockeyverbände, die Fussballklubs (Schuhe!), in den Turn- und Leichtathletikverband («weisse» Schuhe!). Bereits wurde auch die englische Daviscup-Mannschaft massiv von einer Zigarettenfirma unterstützt. Hinter dieser Werbung sieht der Kenner die Absicht, Spitzensportler mit dem Rauchen zu vereinigen, um der breiten Masse die Harmlosigkeit des Rauchens unterbewusst zu suggerieren und um an Sport-Grossveranstaltungen schleicherweise in die Television zu gelangen, wo bekanntlich die Alkohol- und Tabakreklame verboten ist. Diese Art Reklame wirkt damit dem positiven psychischen Einfluss des Sportes auf den Jugendlichen (Gesundheitsdenken, Abstinenz, Verzichtenkönnen, Idealismus) völlig entgegen.

Die Professoren Fletscher (London) und Horn (Maryland) schlagen als Experten der Weltgesundheitsorganisation (WHO) einen offiziellen Werbefeldzug gegen das Rauchen vor und wenden sich damit an die Regierungen aller Länder, die aufgefordert werden, an Schulen und Universitäten Werbeaktionen gegen das Rauchen zu unternehmen und sich auch an religiöse Organisationen und Sportverbände und -vereine zur Unterstützung dieses Anliegens zu wenden. Der Deutsche Ärztetag 1970: Die Unterbindung der Werbung für Zigaretten würde, so der Ärztetag, dazu beitragen, dass die in erster Linie gefährdeten Jugendlichen das Gefühl verlieren, «etwas zu versäumen» oder keine «vollwertigen und modernen Menschen» zu sein, wenn sie nicht rauchen.

Viele sind immer noch der Ansicht, Zigarettenwerbung habe keine verführende Wirkung. Man darf wohl annehmen, dass die Zigarettenfirmen kaum derart fehlkalkulieren, Millionenbeträge für Werbung zu investieren, wenn sie nicht rentierte. Jeder von uns kann feststellen, dass er der Manipulation der heutigen Werbung bereits mehrfach erlegen ist: Ist es bei uns nicht die Zigarettenreklame, so ist es vielleicht der Ferienprospekt, die Kleider- oder Schuhwerbung, Kosmetikreklame, Auto-, Kino- oder Theaterreklame, der wir schon alle zeitweise erlegen sind. Wieso sollten die Jugendlichen nicht der raffinierten Zigarettenreklame erliegen?

Der Aufruf der WHO-Professoren, sich der Sportverbände zur Kampagne gegen das Rauchen zu bedienen, trifft nun pikanterweise auf Sportverbände, die sich zur Füllung ihrer Kassen der Zigarettenfirmen mit ihrer Reklame bedienen.

Es ist denkbar, dass die Tennisspieler in baldiger Zukunft mit Aufschriften von Tennisfirmen, Mineralwasser, Kosmetika usw. auf ihren Tenues antreten. Ob nun z. B. Dunlop auf der Racketthülle oder am Hosenrand steht, scheint mir kein Unterschied. Stellen Zigaretten- und Alkoholfirmen dem Verband oder den Vereinen Geld zur Verfügung und begnügen sich damit, in der Donatorenliste genannt zu werden, verzichten aber auf jede Art von Reklame auf und um den Sportplatz (Spruchbänder, Bilder, Verteilung von Mustern), so ist nichts dagegen einzuwenden, denn die Donatorenliste verführt bekanntlich nicht! Verlangen sie aber für diese Gelder das Recht auf Reklame, so kommt der Tennisverband nicht darum herum, in dieser Frage eine Standortbestimmung vorzunehmen: Will er sich als Sportverband gemäss dem Appell der WHO und des deutschen Ärztetages in die Kampagne gegen das Rauchen einspannen lassen, oder will er, um des lieben Geldes willen, Wasser predigen, aber Alkohol trinken — und Zigaretten rauchen — lassen.

Totaler Sport

spg. Es ist heute viel von totalem Sport die Rede. Nicht jeder meint damit das gleiche. Die wenigsten wissen überhaupt schon, was es dabei auf sich hat. Es wurde uns erst jetzt so richtig zum Bewusstsein gebracht. Der totale Sport feiert Triumphe, in Stockholm, in Barcelona, in St. Catharines, in ...

Es gibt drei Stufen totalen Sports:

1. Der Profisport
2. Der Staats- und Hochschul-Sport
3. Das Sport-Internat

Der Profisport ist die unterste, sozusagen die Elementarstufe dessen, was man bis zur faschistischen Periode der dreissiger Jahre als «totale Einstellung» zum Sport betrachtete. Der Profi lebte vom Sport. Nicht die absolute Leistung war sein Ziel, sondern Geldverdienen. Sport als Beruf setzt sogar «gebremste Leistung» voraus. Denn der Profi bietet gleichzeitig Schau. Und er will sich auch nicht vorzeitig verbrauchen.

Der Staatsamateurismus wie er von den faschistischen Regimen eingeführt und später von den kommunistischen übernommen wurde, erlaubte bereits eine höhere Ausgangsstufe zur Leistung. Der Athlet brauchte sich nicht mehr ums Geldverdienen zu kümmern. Wer

als Talent erkannt war und für höhere Zielsetzung geeignet schien, hatte nur Leistungen zu vollbringen, Rekorde aufzustellen, Titel zu gewinnen. Die Sorgen um die Erfüllung der Bedürfnisse des täglichen Lebens nimmt ihm der Staat ab. Beim Staatssport drückt der Zwang, etwas leisten zu müssen, um sonst nie erreichbare Vorteile geniessen zu können, auf den Athleten. Der Hochschulsport brachte dagegen den nonchalanten, so beneidenswert gelockerten, freien Athleten hervor, der für die USA die sportliche Welt hegemonie über Jahrzehnte zu behaupten wusste, obwohl die Auswahl vielleicht geringer war als im Staatssport. Denn nicht jedes Talent brauchte mitzumachen und wollte mitmachen. Andere Möglichkeiten boten sich für jeden, um es so weit wie Spitzensportler im täglichen Leben zu bringen. Das Hochschulstipendium erlaubt aber Spitzenkönnern sorgenloses, leichtes, wenn auch verlängertes Studium. Für eine Weile, zum Plausch, machten Amerikaner gerne mit. Jetzt steht die Welt aber vor den ersten Produkten des Internat-Sports, der höchsten Stufe des «totalen Sports». Kinder werden erfasst, wissenschaftlich auf ihre besondere Eignung für diese oder jene Sportart gemessen, gewogen, getestet. Wer die günstigsten Masse und die aussichtsreichsten Testergebnisse aufweist, kommt ins Sport-Internat. Hier wird seine ganze Erziehung und Schulung von Kind auf pädagogisch, medizinisch, psychologisch, sporttechnisch und -taktisch