

Zeitschrift: Mobile : die Fachzeitschrift für Sport
Herausgeber: Bundesamt für Sport ; Schweizerischer Verband für Sport in der Schule
Band: 6 (2004)
Heft: 2

Rubrik: Mitteilungen

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

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



Credit Suisse Cup

Wer fährt gratis nach Bern?

Alain Sutter hat früher ebenso teilgenommen wie später Ricardo Cabanas und Remo Meyer. Der CREDIT SUISSE CUP, die offizielle Schulfussball-Meisterschaft des Schweizerischen Fussballverbands (SFV), bietet allen Schülerinnen und Schülern in der Schweiz und in Liechtenstein im Alter zwischen 11 und 19 Jahren die Chance, sich mit gleichaltrigen im sportlichen Wettkampf zu messen und Ehre für ihre Klasse einzulegen.

Der CUP, der ohne Sponsoren nicht möglich wäre (Budget über 500 000 Franken), wird jährlich durchgeführt und zieht stets rund 150 000 Schülerinnen und Schüler in seinen Bann. Mit einem Drittel aller Teilnehmenden ist der Anteil der Mädchen erfreulich hoch. Dies ist mit ein Grund, weshalb in den kantonalen Ausscheidungen Verantwortliche des Fussballverbandes nach weiblichen Talenten Ausschau halten!

Unterstützung von ganz oben

Für die Organisation zeichnet der Schweizerische Fussballverband mit seinen Regional- und Kantonalverbänden sowie der Schweizerische Verband für Sport in der Schule verantwortlich. Welch grosser Stellenwert dem Wett-

bewerb zukommt, verdeutlicht die Tatsache, dass mit dem Weltfussballverband Fifa neuerdings die Dachorganisation des «Spiels der Welt» den CREDIT SUISSE CUP unterstützt.

Einmaliges Angebot der SBB

Damit die 2500 Finalistinnen und Finalisten in Bern nicht mit Cars anreisen müssen, hat die SBB vorgesorgt. Die Angaben der erwachsenen Teamverantwortlichen genügen und die SBB liefert den Fahrplan nach Bern und dazu ein Gratisticket für die ganze Klasse!

Rahmendaten und Anmeldung

Vom Oktober bis März finden Gemeinde und Bezirksturniere statt. In den Monaten Mai und April treffen sich die Sieger aus den Gemeinde- und Bezirksturniere. Das grosse Finale in Bern und zugleich auch offizieller Schweizerischer Schulsporttag (Fussball) des SVSS geht im Juni über die Bühne.

Weitere Informationen zum Cup, Anmeldeformular und eine rege benutzte Plattform, wo sich Teams austauschen können, findet man unter: www.credit-suisse-cup.ch

Hinsehen! Handeln! Bestellen!

Die Rückmeldungen zum Beiheft «Sexuelle Übergriffe im Sport» haben uns in der Überzeugung bestärkt, dass wir auch vor heiklen Themen und Schattenseiten des Sportes nicht Halt machen dürfen. Falls sie das Beiheft verpasst haben sollten oder dieses Thema fundiert in der Sportklasse oder -gruppe angehen wollen: Nachbestellungen (ab 2 Exemplare) sind noch immer möglich.

Preise: Bis 5 Exemplare, 5 Franken; ab 10 Exemplaren, 3 Franken (pro Exemplar plus Porto).

Bestelladresse: dok.js@baspo.admin.ch

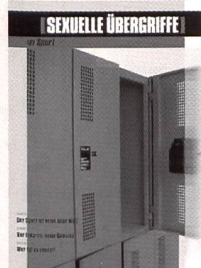
Ausgeraucht

In meiner Jugendzeit haben wir noch Bildchen unserer Fussballidole gesammelt, von Ballabio, Bickel und wie sie alle hiessen. Man fand sie in Zigarettenpäckchen, als die Tabakindustrie noch unbehelligt von irgendwelchen Werbeverböten den Fussball als Werbeträbrett benutzte oder missbrauchte, je nachdem wie man die Sache anschaut. Die Zeiten der Tabakreklame mit Fussballern sind vorbei, obschon Raucher unter ihnen vor noch nicht allzu langer Zeit keine Seltenheitswaren. Sieschafften es gar immer wieder in die Presse, denn «Kettenraucher» gehörte wie «Brillenträger» zu beliebten Beschreibungsmerkmalen kreativer Sport-Schreiberlinge. Inzwischen jedoch sind die Anforderungen an die Spitzenfussballer solcherart, dass auch der Süchtigste gemerkt hat, dass Fussball ein Laufspiel ist und sich eine schwarze Lunge nicht mit dem Laufvermögen vereinbaren lässt. Damit sind der Tabakindustrie weitere «Botschafter» verloren gegangen. Blieb noch die Trainerbank. Die Fernsehkameras haben uns immer und immer wieder in Nahaufnahmen Trainerfiguren vorgesetzt, die nervös an ihren Glimmstengeln ziehen. Es würde mich nicht wunden, wenn ein Auswechselspieler jeweils mit einer mittleren Nikotinvergiftung aufs Spielfeld musste, nachdem ihm der Trainer in der 87. Minute mit rauchgeschwängelter Stimme die letzten Anweisungen ins Gesicht gehaucht hatte. Gut, dass das Spiel nur noch drei Minuten dauerte. Sie haben es gemerkt. Ich rede in der Vergangenheit. Denn nun sind auch die Trainer in ihrer Vorbildfunktion für die Tabakindustrie verloren gegangen. Die UEFA hat das Rauchen auf der Trainerbank verboten. Das dürfte auch Schalke-Manager Assauer treffen, dessen Zigarre regelrecht zum Markenzeichen geworden ist, wie einst bei Winston Churchill. Nur hatte der mit Sport nichts am Hut. Arme Trainer. Was sollen sie nun mit ihren nervösen Fingern und Gesichtszügen machen? Kauen! Die Kaugummiindustrie wird der UEFA dankbar sein. Für die Trainer könnte sogar ein kleiner Nebenverdienst als Musterkäufer drinliegen. Das Fernsehen wird uns in Zukunft wohl ein Heer von Wiederkäuern auf der Trainerbank präsentieren.

P.S. Die Schweizer Politik hat übrigens nachgezogen. Das Rauchen in den Wandelhallen des Bundeshauses ist verboten worden. Ob der Kaugummi auch da Einzug hält, ist ungewiss. Zu kauen haben unserer Politiker ohnehin genug.



D'Artagnan



Angebot VISTA Wellness

Exklusiver «mobile»-Sitzball

In Zusammenarbeit mit unserem Partner VISTA Wellness AG bieten wir exklusiv für unsere Leserinnen und Leser einen «mobile»-Sitzball an. Mitglieder des mobileclub profitieren von einem zusätzlichen Rabatt.

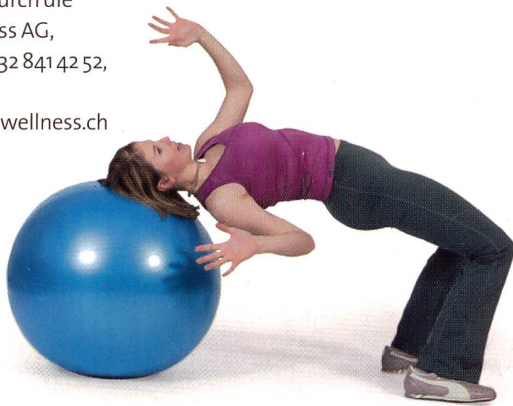
Modell: Gymnic-Plus 65 cm mit «mobile»-Logo. Farbe hellblau.

Für Leser/-innen: Fr. 37.– anstatt Fr. 43.–

Für Klubmitglieder: Fr. 31.– anstatt Fr. 43.–

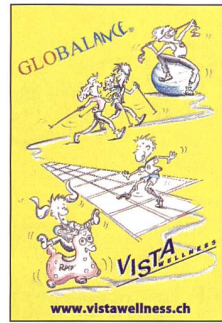
(Preise inkl. MwSt., zuzüglich Porto)

Bestellung: Senden Sie Ihre Bestellung mit unten stehendem Talon bitte an die Geschäftsstelle mobileclub. Lieferungen und Rechnungsstellung erfolgen durch die Firma VISTA Wellness AG, 2014 Böle, Telefon 032 841 42 52, Fax 032 841 42 87, E-mail: office@vistawellness.ch



Der neue Katalog von VISTA Wellness

Globalance – innovative Artikel



In dieser Ausgabe von «mobile» möchten wir Sie gern auf den Katalog 2004 unseres Partners VISTA Wellness hinweisen. Jedes Jahr sind viele innovative und originelle Artikel darin enthalten. Diesmal ist das Konzept «Globalance» das Leitmotiv. «Globalance» umfasst Gleichgewicht – Kraft – Mobilität – Koordination. Es geht alle an, seien es Kleinkinder auf Entdeckungsreise der Bewegung, Senioren, die sich vor den befürchteten Stürzen bewahren möchten und all jene, die sich für Sport und Gymnastik interessieren, Spitzen- oder Breitensportler, Schüler, TurnerInnen, für Hochleistung oder Prävention. Zum Trainieren werden Ihnen zahlreiche Neuheiten vorgeschlagen. Preisvergleiche lohnen sich!

Wie Sie sehen, hat unser «Haus-Illustrator», Leo Kühne, das Deckblatt des neuen Kataloges realisiert (Auflage 70 000 Ex.). Noch ein Zeichen der vortrefflichen Zusammenarbeit zwischen VISTA Wellness und «mobile»!

Falls Sie Exemplare des Kataloges wünschen, wenden Sie sich an VISTA Wellness AG, Postfach 48, 2014 Böle, Tel. 032 841 42 52, Fax 032 841 42 87, e-mail : office@vistawellness.ch.

Jubiläum «mobile»

Fünffährig und schon erwachsen!

Am 22.1.1999 wurde «mobile», herausgegangen aus den Zeitschriften «Magglingen» und «Sporterziehung in der Schule», ins Leben gerufen. Wie es sich für eine Fachzeitschrift für Sport gehört, hielt sich die Redaktion nicht mit zögerlichen Gehversuchen auf dem journalistischen Parkett auf und schritt entschlossen voran. Das Resultat dieser «Einlaufphase» lässt sich sehen. Das Heft

wurde umfangmässig von ursprünglich 48 auf heute 56 Seiten erhöht, die Praxisbeilage ist doppelt so dick und mehr und mehr decken Sonderhefte spezielle Themen ab.

An der «gesunden Entwicklung» von «mobile» sind viele beteiligt. Neben den Redaktions- und Redaktionsratsmitgliedern sind dies freie Mitarbeiter/-innen, Grafikerinnen, Inserateakquisiteure, Inse-

rentinnen, Mitarbeitende des BASPO und natürlich die Verantwortlichen der beiden Herausgeber, des Bundesamtes für Sport und des Schweizerischen Verbandes für Sport in der Schule. Die Anstrengungen all dieser Akteure wird auch von der Leserschaft gewürdigt, erhöhten sich doch die Abonnentenzahlen von 10 607 (1999) auf heute 12 617.



Foto: Gianlorenzo Ciccozzi

15. Januar 2004:
An der Feier zum fünfjährigen Bestehen von «mobile» am BASPO wurde deutlich, wie viele Personen an der Fachzeitschrift mitarbeiten. Ihnen allen und auch der Leserschaft sei an dieser Stelle noch einmal herzlich gedankt!



Fanartikel

Eine Tasche für sich!

Sie ist ja immer schwierig – die Suche nach dem passenden Geschenk! Vielseitig, individuell, praktisch, nützlich, originell, schön soll es sein. Auswahlkriterien, die ja eigentlich unmöglich von einem Objekt verwirklicht werden können.

Als es darum ging, für das fünfjährige Bestehen von «mobile» (siehe Seite 40) eine Geschenkidee zu kreieren, war das Grafikteam der agenturtschi herausgefordert. Eine Idee überzeugte Schenkende und Beschenkte:

Die «mobile-Tasche!» wurden eigens für diesen Anlass kreiert und sind inzwischen Insider- und Kultobjekt der «mobile»-Macher. Ihr individuelles Design erfüllt unsere vielfältigsten Ansprüche im Alltag und in der Freizeit. Die Freude und Begeisterung möchten wir gerne mit Ihnen, unseren Lesern und Mitgliedern, teilen. Wir haben uns entschlossen eine Neuauflage zu produzieren, um die Anfragen nach weiteren exklusiven Modellen zu erfüllen.

Ausstattung

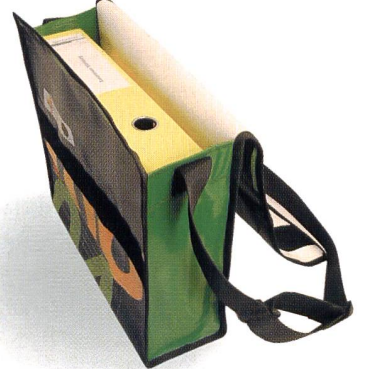
35 x 34 x 12 cm, bedruckte Plane, Aussenfach auf Deckel mit Reissverschluss, innen weiss mit Innenfach und Schlüsselband

Kosten

Fr. 88.– Mitglieder mobileclub,
Fr. 108.– Nichtmitglieder

Bestellung

Bitte verwenden Sie unten stehenden Talon.
Für Fragen und Auskünfte kontaktieren Sie die Redaktion: Telefon 032 327 64 18.



mobileclub

Bestellungen für Klubmitglieder (Neumitglieder benutzen bitte zusätzlich den Talon auf der rechten Seite).

- Sitzball Gymnic-Plus**, 65 cm mit «mobile»-Logo, Farbe hellblau
 - Mitglied mobileclub Fr. 37.– (anstatt Fr. 43.–)
 - Nichtmitglied Fr. 31.– (anstatt Fr. 43.–)

(Preise inkl. MwSt., zuzüglich Porto)

- «mobile-Tasche»**
 - Mitglied mobileclub Fr. 88.–
 - Nichtmitglied Fr. 108.–

(Preise inkl. MwSt., zuzüglich Porto)

Vorname, Name _____
Adresse _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____ Fax _____
Datum, Unterschrift _____

Einsenden oder faxen an: Geschäftsstelle mobileclub, Bernhard Rentsch, BASPO, 2532 Magglingen, Fax 032 327 64 78

Bestellung

Einsenden oder faxen an:

Redaktion «mobile», BASPO, 2532 Magglingen, Fax 032 327 64 78

- Ich möchte «mobile» für ein Jahr abonnieren und gleichzeitig Mitglied im mobileclub werden (Schweiz: Fr. 50.–/Ausland: € 41.–).
- Ich möchte «mobile» für ein Jahr abonnieren (Schweiz: Fr. 35.–/Ausland: € 31.–).
- Ich möchte «mobile» im Probeabonnement (3 Ausgaben für Fr. 15.–/Ausland: € 10.–).
- Ich bin bereits Abonnent von «mobile» und möchte Mitglied im mobileclub werden (Fr. 15.–/Jahr).

Vorname, Name _____
Adresse _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____ Fax _____

Verwendung der Abonnenten-Adresskartei zu Marketingzwecken
Das Sponsoringkonzept für die Zeitschrift «mobile» sieht vor, den Sponsoren die Abonnenten-Adresskartei zu Marketingzwecken zu überlassen. Falls Sie nicht damit einverstanden sind, dass Ihre Personalien an unsere Sponsoren weitergegeben werden, muss dies hier explizit vermerkt werden.

- Ich will nicht, dass meine Personalien für Marketingzwecke verwendet werden.

Datum, Unterschrift _____