

**Zeitschrift:** Mobile : die Fachzeitschrift für Sport  
**Herausgeber:** Bundesamt für Sport ; Schweizerischer Verband für Sport in der Schule  
**Band:** 6 (2004)  
**Heft:** 1

**Artikel:** "Sei cool, bleib clean"  
**Autor:** Hubacher, Simone  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-991497>

### **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:** 14.03.2025

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

# «Sei cool, bleib clean»

Mit dieser Aufforderung der neuen Präventionskampagne hat Swiss Olympic Talents, die nationale Lenkungsstelle in der Nachwuchsförderung, ins Schwarze getroffen. Bis heute haben bereits über 120 Kader und rund 20 Schulen bekräftigt: «Wir sind cool und clean».

*Simone Hubacher*

Die Kampagne «cool and clean» beinhaltet mehr als einen «coolen» Slogan. Sie will den Nachwuchssportlerinnen und -sportlern die Werte zu einem fairen, doping- und suchtfreien Sport vermitteln. Neu und überzeugend ist die Idee, dass sportliche Talente als Botschafter ihrer vorbildlichen Haltung in die Öffentlichkeit treten, sich einsetzen – und damit auch etwas gewinnen können. Die Kampagne ist Teil einer Leistungsvereinbarung zwischen dem Bundesamt für Sport und Swiss Olympic Association und erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Gesundheit und der Eidgenössischen Sportkommission. Swiss Olympic Talents wurde beauftragt, ein Konzept zu entwickeln und dieses umzusetzen.

## Alle sollen es wissen

Das Zielpublikum der Kampagne sind Nachwuchssportlerinnen und -sportler, also 10- bis 20-jährige Jugendliche. «In einem ersten Schritt berücksichtigen wir jene Nachwuchskader der Sportverbände, welche über ein J+S-Nachwuchsförderungskonzept verfügen oder Sportschulen, welche junge Talente ausbilden», sagt Projektleiter Hanspeter Brigger. Im Zentrum der Kampagne stehen die Bekenntnisse zu «cool and clean». Diese «Commitments» sollen von den Nachwuchshoffnungen bewusst gelebt werden.

1. Ich will an die Spitze!
2. Ich verhalte mich fair!
3. Ich leiste ohne Doping!
4. Ich meide Suchtmittel!
5. Ich \_\_\_\_\_ (eigenes Commitment)

«Diese Haltung soll in einem zweiten Schritt der Öffentlichkeit mitgeteilt werden», so Hanspeter Brigger. Als Basis für solche Auftritte dient das «cool and clean»-Video, welches auf humorvolle Weise die Geschichte eines schwarzen Schafes im Sport illustriert. Statements von Sportlern runden das Video ab. Je nachdem, für welche Art von Auftritten sich die Sporttalente entscheiden, können sie damit mehr oder weniger Punkte erreichen, denn die Punkteverteilung erfolgt nach Aufwand

## Start im Stadion

«cool and clean» ist Bestandteil der Fairplay-Kampagne, welche zu Beginn der Eishockey-Playoffs Anfang März 2004 lanciert wird. Das bestehende Präventionsprojekt im Nachwuchsbereich wird in die neue Gesamtkampagne eingebettet. Damit kann «cool und clean» die Fairplay-Anliegen unterstützen und gleichzeitig von der Verbundwirkung profitieren.

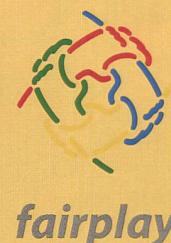
Die Fairplay-Kampagne greift verschiedene Themenbereiche der Prävention im Sport auf und stellt sie unter ein gemeinsames Dach. Sie ist langfristig angelegt und soll die

unterschiedlichen Anliegen der Ethik-Charta von Swiss Olympic in den Sportalltag hinaustragen. Die Ziele der Kampagne:

- Aufzeigen, dass der Sport von Respekt lebt.
- Regeln vermitteln, die den Respekt im Sport sichern.
- Das Durchsetzen der Regeln unterstützen und fördern.

Die Fairplay-Kampagne wird gemeinsam durch den privat-rechtlichen (Swiss Olympic) und den öffentlich-rechtlichen Sport (BASPO) lanciert und verankert und in Zu-

sammenarbeit mit Swiss Olympic kommuniziert. Die Schwerpunkte im Jahr 2004: Gewalt in den Stadien, sexuelle Übergriffe im Sport, Missbrauch von Suchtmitteln.



«Mit *«cool and clean»* wollen wir erreichen,  
dass die Nachwuchstalente in der Öffentlichkeit  
besser wahrgenommen werden. »

Erich Hanselmann, Chef Nachwuchsförderung Schweiz

und Nachhaltigkeit. Die Commitments können zum Beispiel mit Kurzreferaten, Zeitungsberichten und weiteren Öffentlichkeitsauftritten nach aussen getragen werden. Aus der gesammelten Punktezahl wird der finanzielle Beitrag für das Kader oder die Schule berechnet. «Das Geld sollen die Nachwuchstalente bei der Ausübung ihrer Sportart einsetzen. Das ist uns sehr wichtig.» Primär steht aber nicht der finanzielle Zustupf im Vordergrund. «Die Nachwuchssportlerinnen und -sportler müssen sich ihrer Verantwortung und Vorbildfunktion bewusst werden. Die Gesellschaft soll wahrnehmen, dass eine Generation heranwächst, welche Ziele und Visionen hat. Neben den Negativmeldungen über Doping und fehlender Fairness, setzt sich *«cool and clean»* für sauberen und guten Sport ein», erläutert Brigger.

## Vorbild sein – eine schwierige Rolle

Zu erkennen, dass sie selber Vorbilder sind, fiel den Schülerinnen und Schülern des Sport-Gymnasiums Davos anfangs nicht ganz leicht. Sie hätten doch selber noch viele Vorbilder und seien noch jung, so das Echo. Thomas Jaeger, Lehrer und Trainer an der Schule, initiierte einen Kick-off-Day, wo die Kampagne ein erstes Mal thematisiert wurde. Erst in den Diskussionen habe sich das Bewusstsein der Schüler zu verändern begonnen. «Es gibt nämlich viele noch jüngere Schüler, die bereits Fans unserer Sportgymnasiasten sind», so Jaeger. «Uns kommt *«cool and clean»* entgegen. Denn in unserer Schulordnung steht, dass Rauchen und Trinken hier verboten sind.»

Seit dem Kick-off-Day sind die Sporttalente aktiv geworden: An der Davoser Messe etwa wurde *«cool and clean»* während eines Demo-Trainings der Schule thematisiert. Dank Beziehungen war es auch möglich, an den Spengler-Cupspielen ein Video mit entsprechenden Botschaften auf Grossleinwand zu zeigen.

**m**

Kader und Sportschulen können sich noch anmelden.  
Kontaktadresse: Swiss Olympic Talents, *«cool and clean»*,  
Hanspeter Brigger, Haus des Sportes, Postfach 202,  
3000 Bern 32, Tel. +41 31 359 71 11  
E-Mail: coolandclean@swissolympic.ch  
www.swissolympic.ch



## NACHGEFRAGT

«Faires Verhalten im Wettkampf ist für mich gleichbedeutend wie Respekt vor meinen Gegnern. Nur wenn sich alle fair verhalten, sind auch gleiche Voraussetzungen für alle gegeben.»

Marcel Hug, 17, Rollstuhlsport, Pfy  
Ziel: Teilnahme an den Paralympics

«Ich rauche nicht! Es ist ungesund zu rauchen, und es bringt im Fussball nichts. Cannabis, Haschisch etc. hat im Fussball nichts verloren. In meinem Leben auch nicht.»

Antoine Bongard, 15, Fussballer U16, Granges-Paccots  
Ziel: Spieler in der Schweizer Nationalmannschaft und in einem grossen ausländischen Klub.

«Ich denke, die Verwendung von Dopingmitteln ist die falsche Methode, um die persönlichen Leistungen zu verbessern. Denn die Auswirkungen auf den Körper und den Sport sind komplett negativ.»

Stephanie Lüscher, 16, Schwimmen, Locarno  
Ziel: Teilnahme an der Schwimm-EM 2004 in Madrid