

Schleichwerbung im Sport

Autor(en): **Meier, M.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Starke Jugend, freies Volk : Fachzeitschrift für Leibesübungen der Eidgenössischen Turn- und Sportschule Magglingen**

Band (Jahr): **23 (1966)**

Heft 8

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-991010>

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.

schen Körper und Seele. Der Körper mit seinen Funktionen ist eine Erscheinungsform der Materie. Diese objektiv fassbare Struktur hat im seelischen Erlebnis oder Bewusstsein eine subjektive Wirklichkeit. Doch dürfen wir diese beiden Aspekte ein und derselben Sache nicht durcheinanderbringen.

Bewusstsein ist gleichsam eine Spiegelung des Körpers. Von einer Spiegelung aber geht keine Wirkung aus auf die Erscheinung, durch welche sie hervorgerufen wird. Den Grund für eine Stimmung, einen seelischen Schmerz oder einen Gedanken sucht man denn auch richtigerweise immer in einer konkreten Begebenheit. Diese Begebenheiten bilden unter sich eine ununterbrochene Folge physischer Prozesse zwischen Mensch und Umwelt und im Menschen selbst, und es besteht weder ein Grund (es existieren genügend Belege dafür, dass alle Lebensprozesse vom einfachsten Reflex über das Nachwandeln bis zur Intuition ohne Bewusstsein vor sich gehen können), noch ist es logisch, zwischen Reiz und Reaktion als objektiv feststellbaren Fakten eine Zwischenstufe anzunehmen, die noch dazu einer ganz anderen, eben der subjektiven Betrachtungsweise entstammt. Wohl aber erscheint es möglich, und wie der Gang der Wissenschaften zeigt, kommen wir dem Ziel immer näher, die Folge des ursächlich-materiellen Geschehens unter dem Gesetz der Kausalität lückenlos darzustellen, und es ist Aufgabe einer Theorie der Lebenserziehung, sich in diesem Bereich zu bewegen und alle körperlichen Einflussgrößen zu studieren, die hier in Frage kommen.

Wenn nun also das *E m o t i o n a l e* (das psychische Erlebnis) nichts anderes ist als der subjektive Aspekt des *F u n k t i o n a l e n* (des funktionellen Geschehens), und wenn man mit Recht das eigentlich Wesentliche des Menschen in seiner Emotionalität (Beseelung) sieht, so taucht die Frage auf, wie diese Seite gefördert werden kann. Nach unserer These gibt es keine andere Möglichkeit als durch Ausbildung der Funktion, und hierin liegt ja auch die grosse Chance der Leibeserziehung. Durch intensivierete Pflege der turnerisch-sportlichen wie der gymnastisch-tänzerischen Bewegung sollte es möglich sein, eine verfeinerte Bewegungskultur zu schaffen, die entschieden beitragen könnte zur Bereicherung und Verschönerung des Lebens und zu einem glücklicheren Dasein.

Zusammenfassung

In unserem Körper als Materie liegt all unser Reagieren und Verhalten begründet, im Bewusstsein erleben wir uns selbst. Bewusstseinsinhalte dürfen aber nicht als auslösende Faktoren unseres Verhaltens gewertet werden. Sie sind selber nichts anderes als der subjektive (psychische) Aspekt unserer objektiv manifesten (physischen) Erscheinung. Diese letztere ist es, welche als Reiz-Reaktionssystem einen geschlossenen Funktionsmechanismus (bzw. -organismus) darstellt, der je nach Bewusstseinszustand zu mehr oder weniger vollständigen und mehr oder weniger deutlichen Bewusstseinsinhalten führt. Es besteht aber weder ein Grund noch ist es logisch, zwischen Reiz und Reaktion als objektiv feststellbaren Fakten, eine Zwischenstufe anzunehmen, die noch dazu einer ganz anderen, eben der subjektiven Betrachtungsweise entstammt. Wir werden nicht darum herumkommen, in unsern Aussagen konsequenter unterscheiden zu müssen zwischen objektiver, die materielle Erscheinung betreffender, und subjektiver, das persönliche Erlebnis betreffender Betrachtungsweise, und wir werden sehen, dass sich viele Probleme wie von selbst lösen.

Vor allem fällt die Frage weg: Wie wirkt die Seele auf den Körper? Sie wirkt nicht auf den Körper, sondern durch den Körper, als Körper, denn sie ist nichts anderes als der Körper selbst in seinem subjektiven Aspekt.

Schleichwerbung im Sport

Dass so und so viele Firmen der Verbraucherindustrie den Sport für ihre Werbung entdeckt haben, können wir täglich in fast allen Zeitungen, Zeitschriften, in der Kino- sowie in der Fernsehreklame feststellen. Sportsujets sind, weil attraktiv, sehr beliebt. Schnelle Wagen, schnittige Segelyachten, stiebende Pulverschneeabfahrten, turbulente Fussballszene werden mit Vorliebe als Blickfang benutzt. «Wo sich Rasse und Klasse zusammenfinden, ist auch das Produkt von X zu finden...»

Dagegen einzuschreiten ist leider nicht möglich. Die geschulten Reklameberater wissen ganz genau, wie weit sie gehen dürfen. Dass sie dabei grosses psychologisches Geschick zeigen, ist unbestritten. Sie wissen, auf was die breite Masse anspricht, auf welche Sujets sie emotional reagiert.

Wo wir vom Sport her aber einschreiten können und auch müssen, ist bei der Schleichwerbung an Turn- und Sportveranstaltungen. Ich denke da an die Programminserte, an das Verteilen von Werbefähnchen und Musterpäckchen; aber auch daran, dass man den Lautsprecherdienst durch eine Getränke-(Alkohol) oder Tabakfirma besorgen lässt, die es natürlich nicht versäumt, überall ihr Produkt in Wort, Schrift und Bild anzupreisen. Wie oft heisst es von Veranstalterseite: Unser Budget ist derart angespannt, dass wir froh sind, wenigstens die Kosten der teuren Lautsprecheranlage auf diese Weise einsparen zu können...

Ein solches Verhalten kann man nur als schizoid bezeichnen. Man muss sich fragen, ob wirklich der Sport im Vordergrund steht, oder lediglich das kurzfristige Verlangen, gute Manager zu sein...

Seit einigen Wochen gibt es deutsche Basketballmannschaften, deren Trainingsanzüge mit den Werbesignien bekannter Unternehmer «geziert» sind. Laut «Frankfurter Allgemeine» tritt ein Club auf mit den Zeichen eines bekannten Waschmittelkonzerns auf den Trainingsanzügen, eines der besten deutschen Teams trägt das Markensymbol einer weltbekannten Getränkefirma.

Das Beispiel der italienischen und belgischen Firmenmannschaften, deren bekannteste Simmenthal Mailand (Fleischwarenfabrik) vor wenigen Wochen sogar den Europapokal gewann, hat in Deutschland offenbar Schule gemacht. Basketball gehört in Italien zu den attraktivsten Sportarten. Die Spieler tragen als wandelnde Plakatsäulen den Namen ihrer Firma so in alle Welt. Der Firma ist damit gedient. Und dem Sport?

Wo sind die mutigen Sportführer, die eine Tempelreinigung vorzunehmen wagen, ehe es zu spät ist?