

## ZüFAM-Newsletter | September 2011

### > Sport und Alkohol: KEIN perfektes Paar

**Die Alkohol- und besonders die Bierindustrie investiert viel Geld in die Werbung und das Sponsoring von verschiedenen Sportarten. Die Vermutung liegt nahe, dass sie das nicht täte, wäre nicht am Schluss ein satter Gewinn zu verzeichnen. Es muss gute Gründe für die Industrie geben, in den Sport zu investieren. Ein Blick auf die Verbindungen zwischen Alkohol und Sport zeigt aber, dass der Sport allzu oft unter dem Alkohol leidet. Adrian Von Allmen von der Abteilung Ethik und Ausbildung bei Swiss Olympic hat im Auftrag der ZüFAM folgenden Artikel zu diesem Thema verfasst:**

Sport bewegt die Massen. Etwa 555'000 Jugendliche pro Jahr nehmen an Jugend + Sport-Kursen in den Vereinen teil. 1'600'000 aktive Sportlerinnen und Sportler gehören den 83 Verbänden an, die unter Swiss Olympic organisiert sind. Ein oder mehrere Male wöchentlich treffen sie sich zum Training oder Wettkampf. Rund vier Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer besuchen jedes Jahr die Spiele der National League im Eishockey und der Super League im Fussball. Dazu kommen die Zuschauer in den unteren Ligen im Fussball und Eishockey, die Zuschauer in allen anderen Sportarten und die Zuschauer, die Sport zu Hause vor dem Fernseher verfolgen.

#### **Jugendliche sind die wichtigste Zielgruppe der Alkoholindustrie**

Dieses grosse Werbepotenzial wird von der Alkoholindustrie schon lange und intensiv genutzt. Nicht auf zufällige Weise, denn die Masse allein macht Werbung noch nicht erfolgreich. Die Kombination von Masse und Sport allerdings schon. Laut einer Studie der Colorado State University in den USA steckt hinter Bierwerbung in Sportstadien eine gezielte Strategie der Bierindustrie: Alkoholwerbung und Bierwerbespots sprechen Jugendliche nämlich vor allem dann an, wenn in der Werbung Biertrinken im Zusammenhang mit sportlichen Aktivitäten dargestellt wird. In diesem Sinne ist Alkohol und Sport ein perfektes Paar. Damit ist auch gleich gesagt, wer das bevorzugte Zielpublikum der Werbung ist: Jugendliche, die zum Trinken gebracht und sich frühzeitig an eine Marke binden sollen.

#### **Jugendschutz ist ein Gebot der Fairness**

Damit die Jugendlichen der Industrie und dem Markt nicht schutzlos ausgesetzt sind, wurden Gesetze eingeführt, die Jugendliche vor dem Konsum schützen sollen. Diese Gesetze sind ausreichend und auf die Entwicklung des Menschen in seinen verschiedenen Lebensphasen abgestimmt. Jedes Gesetz ist aber nur so viel wert, wie es beachtet beziehungsweise durchgesetzt wird. Testkäufe haben in den meisten Lebensbereichen, in denen Alkohol verkauft wird, zu einer massiven Verbesserung der Einhaltung des Jugendschutzes geführt. Nicht veröffentlichte Ergebnisse von Testkäufen im sportlichen Umfeld zeigen, dass hier leider noch sehr grosser Nachholbedarf besteht.

## **Zerstörerischer Einfluss auf den Sport**

Grosses mediales Interesse findet seit längerem das Thema Gewalt rund um Sportveranstaltungen, insbesondere an Fussball- und Eishockeyspielen. Alkohol ist eine der wichtigen Einflussgrössen, die Gewalt begünstigen. Der Sport hat sich mit dem omnipräsenten Alkohol einen Zaublerlehrling geholt, den er nun fast nicht mehr loswird. Wer würde einem Zuschauer sein Bier an einem Fussball- oder Eishockeyspiel missgönnen? Wie überall geht es auch hier um das Mass und um das Motiv. Mit Genuss und verantwortungsbewusst konsumiert ist Alkohol unproblematisch, im Übermass und/oder als Mutmacher und Enthemmer für die gewalttätige Auseinandersetzung nach dem Spiel mit den Fans der gegnerischen Mannschaft ist er absolut zerstörerisch; für den Sport an sich und für all jene, die den Sport als das geniessen möchten, was er sein sollte: die schönste Nebensache der Welt.

## **Leistungsmindernder Einfluss auf den Sportler bzw. die Sportlerin**

Nebst diesen wirtschaftlich-gesellschaftlichen Zusammenhängen des Alkoholkonsums darf der Sportler selbst die direkte Wirkung des Alkohols auf den eignen Körper nicht vergessen:

- **Alkohol und Wasserhaushalt:** Alkohol entwässert den Körper und bringt so bei intensiver sportlicher Betätigung und starkem Schwitzen den Wasserhaushalt in ein Ungleichgewicht. Trinken ist während und nach dem Training oder Wettkampf etwas vom Wichtigsten. Bier eignet sich dazu nicht, denn es verursacht genau das Gegenteil: dem Körper wird leistungswichtige Flüssigkeit entzogen.
- **Leistung und Kondition:** Alkohol, selbst in kleinen Mengen, erweitert die Blutgefässe. Um das Blut durch den Körper zu pumpen braucht das Herz unter Alkoholeinfluss mehr Kraft. Damit werden die Muskeln, die beim Sport benötigt werden, unterversorgt. Beispielsweise nimmt die Sprintgeschwindigkeit nach Alkoholkonsum merklich ab. Alkohol erhöht zudem den Pulsschlag und die Atmung. Damit verschlechtert sich die sportliche Leistung.
- **Verminderte Reaktionszeit:** Alkohol verlängert die Reaktionszeit und wirkt sich negativ auf die Koordination aus. Bereits ein Glas Bier vermindert die Koordination schwieriger Bewegungen, wie sie beispielsweise im Judo, Tennis oder Fechten auftreten. Alkoholkonsum beeinflusst auch das Gleichgewicht, die räumliche Orientierungsfähigkeit sowie die Wahrnehmungs- und Beobachtungsfähigkeit negativ. Dadurch steigt das Risiko für eine Verletzung oder einen Unfall.
- **Alkohol zerstört den Trainingseffekt:** Wer nach dem Training oder Wettkampf Alkohol trinkt verschlechtert die Magnesiumbilanz. Alkohol verzögert auch den Wiederaufbau der Kohlenhydratspeicher und verhindert den Abbau der Milchsäure in den Muskeln. Zudem vermindert Alkohol die Ausschüttung des körpereigenen Wachstumshormons Testosteron. Das heisst: Der Effekt des Trainings verpufft wirkungslos.

### **«cool and clean», das Präventionsprogramm für fairen und sauberen Sport**

Mit «cool and clean» führt Swiss Olympic das bedeutendste Präventionsprogramm im Schweizer Sport. Was den Alkoholkonsum betrifft nehmen die Verantwortlichen eine klare Haltung ein: Bezüglich Jugendschutz gilt Nulltoleranz. Kinder und Jugendlichen, die Sport treiben, oder sich im sportlichen Umfeld bewegen, müssen vor zu frühem Alkoholkonsum geschützt werden.

Ist das entsprechende Alter erreicht, steht «cool and clean» für einen verantwortungsvollen Konsum. Das bedeutet unter anderem:

- Der Durst nach sportlicher Aktivität wird mit alkoholfreien Getränken gelöscht
- Nie bis zum Rausch trinken
- So konsumieren, dass keine Gefährdung für mich oder andere entsteht (risikofreier Konsum)

**Weitere Informationen:** [www.coolandclean.ch](http://www.coolandclean.ch)

**Z Ü F A M**

Zürcher Fachstelle zur Prävention des Alkohol- und Medikamenten-Missbrauchs  
Langstrasse 229, Postfach, CH-8031 Zürich  
Telefon 044 271 87 23, Fax 044 271 85 74, [info@zuefam.ch](mailto:info@zuefam.ch), [www.zuefam.ch](http://www.zuefam.ch)